

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Волгоградский государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Волгоградского
государственного университета
Калинина Алла Эдуардовна



(подпись)

от «14» 10 2020 г.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

федерального государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования «Волгоградский государственный университет»
на 2021-2024 годы

Волгоград

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ВолГУ
 - 1.1 Результаты опроса студентов о различных аспектах деятельности ВолГУ
 - 1.2 ВолГУ глазами абитуриентов
 - 1.3 ВолГУ на международном рынке образовательных услуг
 - 1.4 Анализ конкурентоспособности университета
2. МАРКЕТИНГОВАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ ВолГУ
 - 2.1 Совершенствование взаимодействия ВолГУ с целевыми аудиториями
 - 2.2 Разработка стратегии продвижения ВолГУ на российском рынке образовательных услуг
 - 2.3 Коммерциализация результатов научно-исследовательской, инновационной и хозяйственной деятельности вуза
 - 2.4 Основные направления повышения конкурентоспособности университета на международном рынке образовательных услуг
3. МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИЕЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ВОЛГУ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ВВЕДЕНИЕ

Рынок образовательных услуг - это одна из наиболее динамично развивающихся и перспективных сфер деятельности. По оценкам специалистов, объемы спроса и предложения образовательных услуг растут весьма существенно, особенно в сегменте высшего образования. Данная сфера характеризуется большим выбором и высокой конкуренцией предоставляемых образовательных программ со стороны как государственных, так и негосударственных учреждений.

Традиционно образование было и остается преимущественно объектом внимания и поддержки государственных структур. Эта особая забота государства сводила необходимость маркетинга в сфере образования к минимуму. Однако на современном этапе маркетинговый подход к управлению деятельностью в этой сфере особенно актуален, поскольку ей предстоит структурная трансформация в соответствии с новым качеством спроса на специалистов (по направлениям, профилям подготовки и т.д.).

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный университет» (далее Университет) находится в ведении Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, имеет статус юридического лица, реализует образовательные программы высшего и послевузовского образования по широкому спектру направлений подготовки.

Волгоградская область обладает значительным промышленным, научно-техническим и инвестиционным потенциалами; вместе с тем в последние годы статистически отмечаются негативные тенденции снижения ВРП, миграционной убыли населения и сокращения числа хозяйственных организаций. Реализация программы стратегического развития Волгоградского государственного университета, расположенного в географическом центре города Волгограда позволит преодолеть сложившуюся негативную тенденцию миграционного оттока, активизировать инновационное развитие экономики региона.

Достижение высокого уровня вовлеченности Университета в решение задач инновационного, технологического и социально-экономического развития региона определяется следующими факторами:

- Более 25 % направлений подготовки в ВолГУ соответствуют Перечню приоритетных направлений развития науки, технологий и техники РФ и Перечню критических технологий РФ. По этим направлениям обучается более 40 % студентов.

- Университет представляет регион в значимых международных рейтингах университетов QS World University Rankings, QS EECA, Times Higher Education World University Ranking, Times Higher Education Impact Rankings, Round University Ranking, Round University Ranking Subject Rankings, UI GreenMetric, U-Multirank, Webometrics Ranking of World Universities, Webometrics Google Scholar Citation, RankPro. В национальном рейтинге университетов RAEX входит в 100 ведущих университетов (76 место в 2020 году).

- Ученые и преподаватели ВолГУ вносят значительный вклад в постепенный рост престижа и повышение национальной и международной конкурентоспособности Волгоградской области. Из всех вузов региона только Университет издает 13 научных изданий, 3 из которых включены в Web of Science Core Collection и Scopus (Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4. История. Регионоведение. Международные отношения (Квартиль 1); Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание; Нижневолжский Археологический Вестник) и MathSciNet (Математическая физика и компьютерное моделирование). К концу 2020 году учеными университета обеспечено более 100 публикаций на 100 НПР как в базе SCOPUS и более 55 – в Web of Science.

- Реализуется проект «Современная траектория цифровых навыков образовательных организаций» в рамках проекта «Развитие и распространение лучшего

опыта в сфере формирования цифровых навыков образовательных организаций» в рамках Федерального проекта «Кадры для цифровой экономики».

- Созданный на базе Волгоградского государственного университета Центр общественной дипломатии обеспечивает экспертную, консалтинговую, организационную и ресурсную поддержку развития международного гуманитарного сотрудничества Волгоградской области и Волгограда как столицы общественной дипломатии в соответствии с Поручением Президента РФ по поддержке Волгограда как центра общественной дипломатии (Протокол заседания Российского организационного комитета «Победа» от 4 мая 2017 г.) и Договором Главы Волгограда и Волгоградского государственного университета от 03 февраля 2015 г. о создании на базе ВолГУ ресурсного Центра общественной дипломатии. ВолГУ с 2012 г. является организатором Форума породненных городов и Международного форума общественной дипломатии «Диалог на Волге», с 2020 года – «Волгоградский диалог».

- Университет является участником федерального проекта «Послы русского языка» и реализует собственный просветительский проект «ВолГУ Рядом» (Русский язык – доступный образовательный модуль), направленный на продвижение русского языка в приграничных районах Волгоградской области, Юга России, за рубежом.

- Созданный в 2008 году волонтерский центр «Прорыв» является лидером и основным опорным центром развития волонтерского движения Волгоградской области, членом Ассоциации волонтерских центров России, победителем конкурса по подготовке волонтеров Чемпионата мира по футболу FIFA 2018. Волонтерский центр ВолГУ участвует в Федеральном проекте «Социальная активность» являясь центром мобильности волонтеров Российской Федерации в статусе Окружного центра мобильности Южного федерального округа с 2020 г.

- В ВолГУ создан Всероссийский ресурсный Центр по гражданско-патриотическому воспитанию молодежи «Высота», реализующий такие межрегиональные мероприятия, как: «Лик Отчизны», «Мы граждане России», молодежный форум «Рубежи Побед», «Зарница», «Победа».

- Университет выступает автором и участником культуроемких инициатив и формирует в регионе «Интеллектуальные среды» – циклы просветительских лекций профессоров Университета «Открытый университет»; цикл телепередач на телеканале «Волгоград24»: «С верой в сердце», «Общественная экспертиза», «Интервью», «Стержень жизни», «Молодежь решает» и др.

- По соглашению с Комитетом молодежной политики Волгоградской области Университет реализует программу «Ты – предприниматель», охватившую более тысячи слушателей в Волгоградской области.

- С 2013 г. Университет реализует проект «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в РФ».

- Сотрудники Университета активно участвуют в экспертном сопровождении деятельности органов власти. Более 30 сотрудников ВолГУ являются членами Совета Волгоградской области по науке и инновациям, Общественной палаты Волгоградской области, общественных советов 15 комитетов Администрации Волгоградской области, а также территориальных управлений федеральных органов власти.

- ВолГУ является единственным вузом Волгоградской области, в котором создана современная структура управления, сформированы Наблюдательный и Попечительский советы с участием представителей власти, бизнеса и общественности как ключевых стейкхолдеров, активно развивается Фонд целевого капитала.

- В 2018 г. Университет получил грант в форме субсидии из федерального бюджета юридическим лицам в целях обеспечения реализации мероприятия

- «Субсидии на реализацию пилотных проектов по обновлению содержания и технологий дополнительного образования по приоритетным направлениям» приоритетного проекта «Доступное дополнительное образование для детей» направления (подпрограммы)

«Развитие дополнительного образования детей и реализация мероприятий молодежной политики» государственной программы Российской Федерации «Развитие образования», соглашение № 073-15-2018-204 от 22.11.2018 г.

- В университете реализуется проект «Современная траектория цифровых навыков образовательных организаций» в рамках проекта «Развитие и распространение лучшего опыта в сфере формирования цифровых навыков образовательных организаций» в рамках Федерального проекта «Кадры для цифровой экономики». На базе ВолГУ в 2019 году создан Региональный центр дополнительного образования «Дом научной коллаборации им. З.В. Ермольевой» (ДНК), реализующий дополнительные общеобразовательные программы для детей и профессиональную переподготовку педагогов в рамках действия Федерального проекта «Успех каждого ребенка».

- В 2019 г. Университет получил два гранта в форме субсидий из федерального бюджета образовательным организациям высшего образования в рамках реализации мероприятия: по проведению подготовки научно-педагогических работников и работников организаций-работодателей к реализации современных программ непрерывного образования федерального проекта «Новые возможности для каждого» национального проекта «Образование», соглашение №075-12-2019-1786 от 20 ноября 2019 г.; по обучению граждан по программам непрерывного образования в образовательных организациях, реализующих дополнительные образовательные программы и программы профессионального обучения федерального проекта «Новые возможности для каждого» национального проекта «Образование», соглашение №075-12-2019- 1794 от 21 ноября 2019 г.;

- В 2020 г. Университет стал соисполнителем гранта в форме субсидий из федерального бюджета, направленных на реализацию проекта «Современная траектория цифровых навыков образовательных организаций» в рамках проекта «Развитие и распространение лучшего опыта в сфере формирования цифровых навыков образовательных организаций, осуществляющих образовательную деятельность по общеобразовательным программам, имеющих лучшие результаты в преподавании предметных областей «Математика», «Информатика» и «Технология» в рамках федерального проекта «Кадры для цифровой экономики» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» государственной программы Российской Федерации «Развитие образования». Также Университетом были получены субсидии из федерального бюджета, соглашение № 075-02-2020-2460 от 27 ноября 2020 г. и соглашение № 075-02-2020-2476 от 27 ноября 2020 г. в рамках федерального проекта «Новые возможности для каждого» национального проекта «Образование».

Вклад планируемых стратегических проектов в достижение региональных и национальных приоритетов развития:

1. Стратегический проект StandardDigit окажет существенное влияние на: достижение национальных целей развития РФ - «Возможности для самореализации и развития талантов», «Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство» и «Цифровая трансформация»; задачи «Повышение уровня жизни населения, увеличение доходов, развитие социальной инфраструктуры, улучшение систем здравоохранения и образования, обеспечение населения доступным жильем» «Увеличение экономического потенциала области, развитие промышленного производства, повышение его эффективности и конкурентоспособности; развитие агропромышленного и строительного комплексов; обеспечение экономического роста» Стратегии социально-экономического развития Волгоградской области до 2025 года (Закон Волгоградской области от 21.11.08 №1778-ОД с изменениями на 16 февраля 2018 г.) а также решению комплексной технологической отраслевой задачи обеспечения необходимого уровня стандартизации цифровой трансформации экономики.

2. Стратегический проект Generation Technologies окажет существенное влияние на: достижение национальных целей развития РФ - «Возможности для самореализации и

развития талантов», «Комфортная и безопасная среда для жизни», «Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство» и «Цифровая трансформация»; задачи «Повышение уровня жизни населения, увеличение доходов, развитие социальной инфраструктуры, улучшение систем здравоохранения и образования, обеспечение населения доступным жильем», «Увеличение экономического потенциала области, развитие промышленного производства, повышение его эффективности и конкурентоспособности; развитие агропромышленного и строительного комплексов; обеспечение экономического роста» Стратегии социально-экономического развития Волгоградской области до 2025 года (Закон Волгоградской области от 21.11.08 №1778-ОД с изменениями на 16 февраля 2018 г.) а также решению комплексной задачи развития регионального инновационного технологического предпринимательства.

3. Стратегический проект EnviDigit окажет существенное влияние на: достижение национальных целей развития РФ – «Сохранение населения, здоровье и благополучие людей», «Возможности для самореализации и развития талантов», «Комфортная и безопасная среда для жизни» и «Цифровая трансформация»; задачи «Снижение уровня загрязнения окружающей среды, обеспечение экологической безопасности региона» Стратегии социально-экономического развития Волгоградской области до 2025 года (Закон Волгоградской области от 21.11.08 №1778-ОД с изменениями на 16 февраля 2018 г.) а также решению комплексной задачи создания интегральной региональной климато-гидрологической модели.

4. Стратегический проект Digital Native окажет существенное влияние на: достижение национальных целей развития РФ – «Возможности для самореализации и развития талантов» и «Цифровая трансформация»; задачи «Повышение уровня жизни населения, увеличение доходов, развитие социальной инфраструктуры, улучшение систем здравоохранения и образования, обеспечение населения доступным жильем», «Увеличение экономического потенциала области, развитие промышленного производства, повышение его эффективности и конкурентоспособности; развитие агропромышленного и строительного комплексов; обеспечение экономического роста» Стратегии социально-экономического развития Волгоградской области до 2025 года (Закон Волгоградской области от 21.11.08 №1778-ОД с изменениями на 16 февраля 2018 г.) а также решению комплексной задачи создания интегральной региональной климато-гидрологической модели.

5. Стратегический проект CultureDigit окажет существенное влияние на: достижение национальных целей развития РФ – «Возможности для самореализации и развития талантов» и «Цифровая трансформация»; задачи «Повышение уровня жизни населения, увеличение доходов, развитие социальной инфраструктуры, улучшение систем здравоохранения и образования, обеспечение населения доступным жильем», «Увеличение экономического потенциала области, развитие промышленного производства, повышение его эффективности и конкурентоспособности; развитие агропромышленного и строительного комплексов; обеспечение экономического роста» Стратегии социально-экономического развития Волгоградской области до 2025 года (Закон Волгоградской области от 21.11.08 №1778-ОД с изменениями на 16 февраля 2018 г.) а также решению комплексной задачи модернизации инструментов социальной и патриотической адаптации посредством применения современных, в том числе и цифровых, технологий.

Программа трансформации Волгоградского государственного университета (ВолГУ) в центр технологического, инновационного и социального развития региона была успешно реализована к 2020 году. В результате обеспечено динамичное развитие вуза, сочетающее фундаментальное университетское образование с новыми интерактивными технологиями, сформирован научный потенциал и материально-техническая база для решения актуальных задач в области образования, науки, воспитания, развития экономики и социальной сферы региона. Выпускники ВолГУ отличаются стремлением к

профессиональному росту и самореализации посредством активного участия в жизнедеятельности современного мультикультурного общества.

Мониторинг деятельности вуза со стороны Министерства науки и высшего образования РФ (соответствие всем семи показателям), положение в ТОП 100 Национального рейтинга RAEX, международных рейтингах QS BRICS, QS EECA, QS Stars, THE University Impact Rankings, THE Impact Rankings (согласно целям устойчивого развития), профессионально-общественная и международная аккредитация образовательных программ показывают потенциал Волгоградского государственного университета для решения стратегических задач и достижения высокого уровня конкурентоспособности.

Миссия университета и стратегическая цель направлены на подготовку поликомпетентных кадров, генерацию новых знаний и технологий для реального сектора экономики, социальной сферы Волгоградской области и Юга России на основе интеграции образовательного процесса, научных исследований и практической деятельности.

Приоритетом выступает становление университета как центра компетенций и капитализации знаний в цифровой экономике, формирование экосистемы научной работы, акселерация технологического и социального предпринимательства посредством преемственности традиций академической науки и развития междисциплинарных технологий взаимодействия и международной интеграции.

В современных условиях модернизации высшего образования, усиления конкурентного взаимодействия на российском и на международном рынках образовательных услуг, Университету чрезвычайно важно осуществлять маркетинговый подход с целью обеспечения наиболее эффективной реализации как его научного, так и образовательного, инновационного, проектного и международного потенциала.

Это позволит обеспечить продвижение научных разработок Университета и привлечение дополнительных инвестиций в эффективное производство и реализацию продукции (работ, услуг), выпущенной на современных производственных мощностях Университета.

Целью разработки маркетинговой стратегии Университета является повышение его конкурентоспособности на региональном, федеральном и международном рынках образовательных услуг посредством адаптации к изменяющимся потребностям целевых аудиторий; совершенствования системы профессиональной подготовки высококвалифицированных специалистов; развития и коммерциализации приоритетных фундаментальных и прикладных исследований; повышения эффективности инновационной и хозяйственной деятельности; обеспечения более глубокой интеграции с международным университетским сообществом; получения Университетом дополнительных возможностей для ускоренного развития и конкурентных преимуществ за счет интеграции образования, науки и производства.

Для достижения указанной цели необходимо решение следующих основных задач:

- развитие и совершенствование системы многоуровневой подготовки профессиональных кадров на базе единства и инновационности научного, образовательного и организационно-управленческого процессов;
- развитие инфраструктуры и укрепление материально-технической базы для осуществления образовательной деятельности и проведения конкурентоспособных фундаментальных и прикладных научных исследований на современном уровне;
- развитие инновационной инфраструктуры Университета, обеспечивающей стимулирование инновационной активности и эффективное взаимодействие с предприятиями и научно-исследовательскими учреждениями, а также создание системы для эффективного трансфера ресурсосберегающих технологий в производство;
- развитие системы вовлечения обучающихся и работников Университета в сферу научных исследований и разработок;

- развитие системы кадрового обеспечения генерации знаний по приоритетным научным направлениям.

- создание условий для финансовой устойчивости Университета, формирование механизмов многоканального финансирования его деятельности в современных условиях на основе коммерциализации результатов не только образовательной, но и научно-исследовательской, инновационной; хозяйственной и международной деятельности вуза;

- совершенствование международного взаимодействия Университета, в том числе широкое представление вуза на международном уровне, установление, поддержка и развитие долгосрочных международных связей, развитие совместных образовательных и научных программ, расширение мобильности профессорско-преподавательского состава и академической мобильности студентов, экспорта образовательных услуг;

- совершенствование системы управления Университетом, основанного на принципах эффективного использования материальных ресурсов, человеческого, социального интеллектуального капитала.

Критериями достижения цели маркетинговой стратегии Университета являются наличие постоянного спроса на выпускников и образовательные программы со стороны российских и зарубежных потребителей - предприятий и организаций аграрного сектора экономики; регулярное внедрение и коммерциализация результатов научно-исследовательской, инновационной и хозяйственной деятельности вуза в производственный процесс.

Маркетинговая стратегия в данном случае способствует определению дальнейшего курса развития Университета, связанного с поэтапной диверсификацией инновационной направленности образования и научных исследований по широкому спектру приоритетных направлений и актуальных задач, стоящих перед российской экономикой, а также с учетом стратегических программ социально-экономического развития Волгоградской области.

1. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ УНИВЕРСИТЕТА

1.1 Результаты опроса студентов о различных аспектах деятельности Университета

Содержание маркетингового управления университетом заключается в том, чтобы приспособить вуз к изменениям внешних условий с учетом имеющихся внутренних возможностей.

Стратегическое планирование целесообразно начать с ситуационного анализа. В связи с этим центр формирования контингента провел исследование, целью которого являлось изучение мнения студентов относительно различных аспектов деятельности ВолГУ. Собранная информация и полученные результаты стали, соответственно, основой при разработке маркетинговой стратегии развития Университета.

Для достижения поставленной цели в исследовании решались следующие задачи:

- Оценка качества образовательных услуг
- Оценка удовлетворенности выбором Университета
- Оценка качества работы структурных подразделений и работы университета в целом (на текущий момент и в динамике)
- Сбор предложений по совершенствованию работы университета
- Изучение заинтересованности в работе по специальности.

Опрос среди студентов ВолГУ (I комплекс) проводился в июле 2021 г. во время летней сессии. Информация собиралась в результате анкетирования (самозаполнение).

1. Структура выборки

Выборка строилась по принципу удобства (анкеты выдавались студентам, доступным для опроса). Не отражая, таким образом, точную социально-демографическую структуру учащихся, выборка, тем не менее, позволила опросить достаточно большое число респондентов в короткие сроки. Такой объем выборки позволил составить довольно точное представление о мнении студентов по исследуемым вопросам (табл. 1):

Таблица 1. Структура выборки

Пол	Юноши -25%, девушки - 75%
Возраст	18-19 лет - 45%, 20 лет - 45%, 21-22 года - 10%
Курс	II курс - 65%, III курс - 35%
Обучение	На платной основе - 75%, на бюджетной основе - 25%
Специальность	Все опрошенные учатся на направлениях экономического профиля
Выпускающие кафедры	Экономической теории, региональной экономики и предпринимательства Кафедра финансов, учета и экономической безопасности Кафедра менеджмента и маркетинга

1.2. Оценка качества образовательных услуг и удовлетворенность выбором Университета

Студентам предложили оценить качество образовательных услуг ВолГУ. Данная оценка приводится на рис. 1.

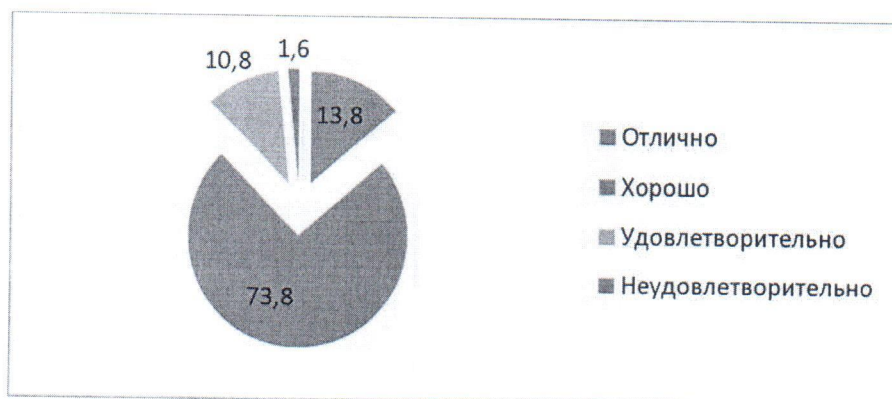


Рисунок 1 - Качество образовательных услуг ВолГУ

Из диаграммы видно, что около 90% студентов высоко оценивает качество образовательных услуг Университета. Практически такая же доля студентов довольна тем, что получает высшее образование в ВолГУ (рис. 2).

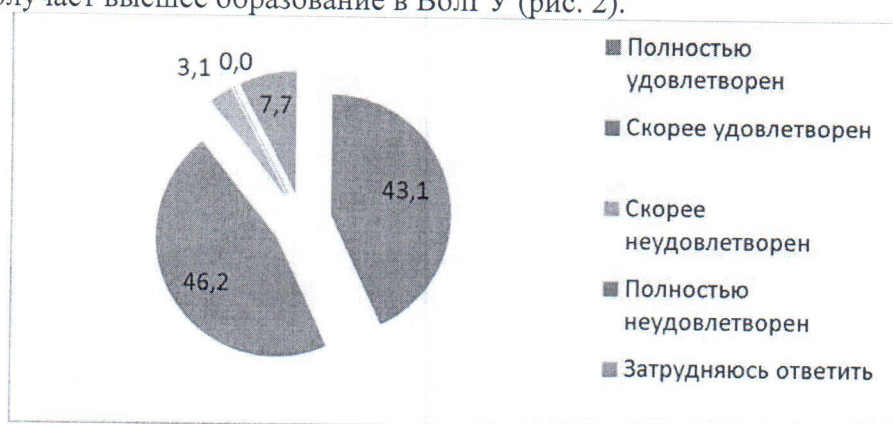


Рисунок 2 - Удовлетворенность получением высшего образования в ВолГУ

Кроме этого, студентам предлагалось оценить удовлетворенность выбором института (рис. 3).

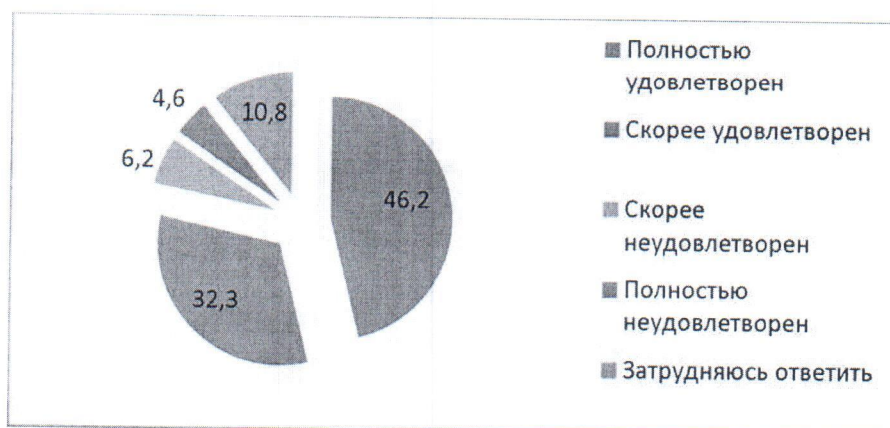


Рисунок 3 - Удовлетворенность выбором института

Также студенты оценивали свою удовлетворенность выбором специальности (рис. 4).

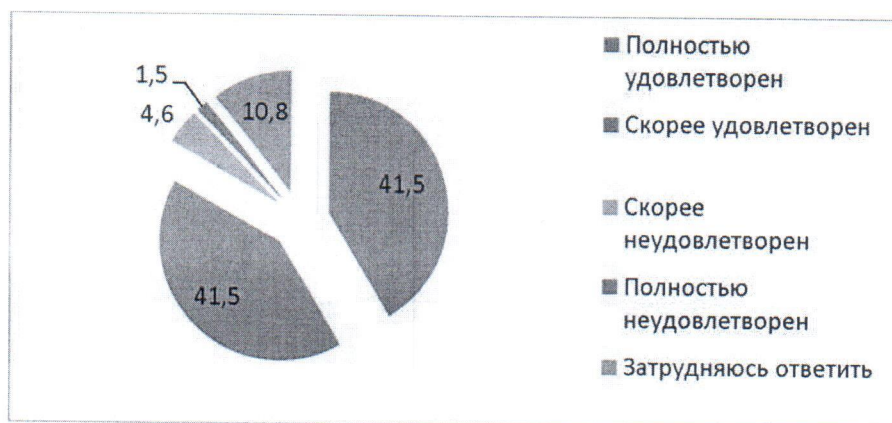


Рисунок 4 - Удовлетворенность выбором специальности

В табл. 2 приводятся оценки удовлетворенности студентов знаниями и навыками (по различным блокам дисциплин). В таблице указаны средние оценки (1 - наименьшая степень, 5 - наибольшая степень).

Таблица 2 - Степень удовлетворенности полученными знаниями и навыками по блокам дисциплин

Дисциплины	Средняя оценка, в баллах
Компьютерные технологии	3,47
Иностранные языки	3,62
Общие дисциплины (философия, математика, история и т.д.)	4,04
Дисциплины специализации (предметы по специальности)	4,33
Физкультура	4,15

Отдельным вопросом оценивалось качество организации практик. Средняя оценка составила 3,18.

В результате можно говорить о том, что большинство студентов удовлетворено качеством образовательных услуг ВолГУ. Студенты довольны тем, что получают образование в ВолГУ (а также выбором института и специальности). Оценка полученных знаний и навыков - выше среднего, наиболее высокую оценку получили дисциплины специализации.

1.3. Оценка работы структурных подразделений и различных аспектов деятельности университета

Студенты оценивали качество работы структурных подразделений ВолГУ (свой деканат, своя кафедра, общеуниверситетский сайт). Результаты приводятся в табл. 3. В таблице указаны средние оценки (1 - наименьшая степень, 5 - наибольшая степень).

Таблица 3. Качество работы структурных подразделений

Подразделение	Средняя оценка, в баллах
---------------	--------------------------

Деканат	3,47
Кафедра	3,62
Сайт ВолГУ	4,04

Далее студенты оценивали «параметры жизни» университета (совокупность параметров, призванных наиболее полно охарактеризовать деятельность ВолГУ). Оценка производилась в динамике (по сравнению с предыдущим годом).

Таблица 4 - Динамика параметров жизни университета (по сравнению с предыдущим годом)

	Улучшилось	Ухудшилось	Осталось без изменений	Затрудняюсь ответить
Предоставляемый уровень образования	40,0	1,5	52,3	6,2
Научная библиотека	33,8	3,1	55,4	7,7
Преподавательский состав	38,5	21,5	29,2	10,8
Престиж университета	43,1	7,7	36,9	12,3
Возможности получения дополнительного образования	36,9	1,5	36,9	24,6
Научная база	26,2	4,6	41,5	27,7
Компьютеризация	23,1	12,3	38,5	26,2
Возможности участия в конференциях	27,7	10,8	46,2	15,4
Состояние социально-культурной инфраструктуры (музеи, профилакторий)	29,2	3,1	50,8	16,9
Состояние спортивных залов и сооружений	13,8	10,8	58,5	16,9
Возможность пользования спортивными залами и сооружениями	10,8	13,8	56,9	18,5
Состояние аудиторий	16,9	15,4	56,9	10,8
Оснащенность материально-техническим оборудованием	33,8	9,2	41,5	15,4
Перспективы трудоустройства выпускников	10,8	7,7	49,2	32,3
Организация учебного процесса	29,2	10,8	44,6	15,4
Организация досуговой деятельности студентов	21,5	10,8	44,6	23,1

Из таблицы видно, что, по мнению большинства студентов, практически все параметры жизни университета остались без изменений. Вместе с тем улучшились такие важные показатели, как «преподавательский состав» и «престиж университета».

1.4. Предложения по совершенствованию работы университета

Студентам предлагалось в свободной форме сформулировать предложения относительно совершенствования работы университета. Путем логической обработки из них удалось выделить несколько обобщенных формулировок, которые представлены в порядке убывания частоты называния.

Предложения по совершенствованию работы Университета:

1. Улучшение состояния аудиторий («в жаркое время там невозможно находиться», «отопление (зимой)» и т. д.)
2. Увеличение количества бюджетных мест, упрощение перехода на «бюджет»
3. Изменение сроков окончания занятий во вторую смену («поздно заканчиваются»)
4. Бесплатный wi-fi в университете во всех корпусах на хорошей скорости
5. Повышение заинтересованности студентов («добавлять побольше творчества, инициативы»)

5. Работа по специальности после окончания Университета

78% студентов после окончания университета планирует работать по специальности, 6% - не планируют, 16% - затрудняются ответить.

Чаще всего студенты обосновывают свое желание работать, либо не работать по специальности, исходя из субъективных оценок (причины работать по специальности: «мне нравится моя профессия», «думаю, что смогу устроиться» и т. д.; причины не работать по специальности: «думаю, что меня не возьмут», «это не мое» и т. д.).

По результатам опроса можно сделать следующие выводы:

1. Большинство студентов удовлетворено качеством образовательных услуг в ВолГУ. Студенты довольны тем, что получает образование в ВолГУ (а также выбором института и специальности). Оценка полученных знаний и навыков - выше среднего, наиболее высокую оценку получили дисциплины специализации.

2. По мнению основной части респондентов, практически все параметры жизни университета остались без изменений. Вместе с тем улучшились такие важные показатели, как «преподавательский состав» и «престиж университета».

3. Наиболее популярными предложениями по совершенствованию работы университета являются:

А) Улучшение состояния и оснащения аудиторий

Б) Увеличение кол-ва бюджетных мест, упрощение перехода на «бюджет».

4. Более половины респондентов после окончания университета планирует работать по специальности. Однозначно не связывает свою профессиональную деятельность с получаемым образованием только 6%. При этом, аргументируя свой ответ, студенты чаще всего пользуются не объективными данными, а своими личными представлениями о сложности (либо легкости) трудоустройства и о предъявляемых работодателями требованиями. Кроме того, большое значение имеет субъективное отношение студентов к получаемой специальности (нравится, либо нет).

1.2 ВолГУ глазами абитуриентов

Приемная комиссия провела опрос среди абитуриентов с целью определения их мнения по некоторым вопросам, касающимся подготовки к поступлению в вуз. Результаты, полученные в ходе этих исследований также целесообразно использовать при разработке маркетинговой стратегии развития Университета.

В ходе опроса, проведенного в 2021 г. изучалось следующее:

1. Социально-демографические характеристики абитуриентов;
2. Оценка качества информации об Университете по различным параметрам;
3. Оценка рекламной кампании волгоградских вузов, в т.ч ВолГУ;
5. Причины выбора ВолГУ и конкретной специальности;
6. Значение организации внеучебной работы при выборе вуза;

Среди опрошенных мужского пола - 34,8%, женского - 65,2%.

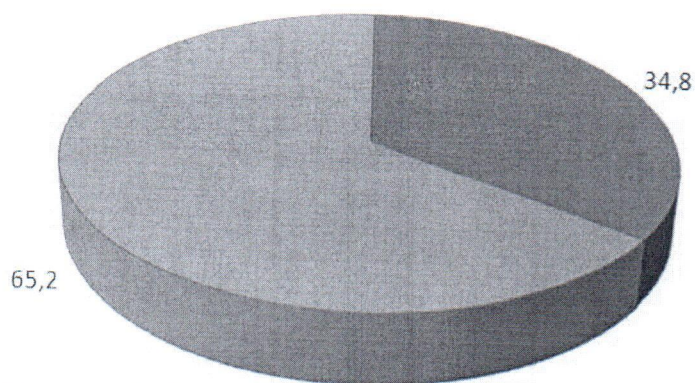


Рисунок 5 - Пол респондентов (в процентах от общего числа).

Основной контингент поступающих в ВолГУ до поступления обучались в обыкновенных школах (67,7%). Значительно меньшая часть поступающих обучалась в специализированных лицеях (11,8%), колледжах и техникумах (10,8%) и гимназиях (6,5%) (рис. 7):

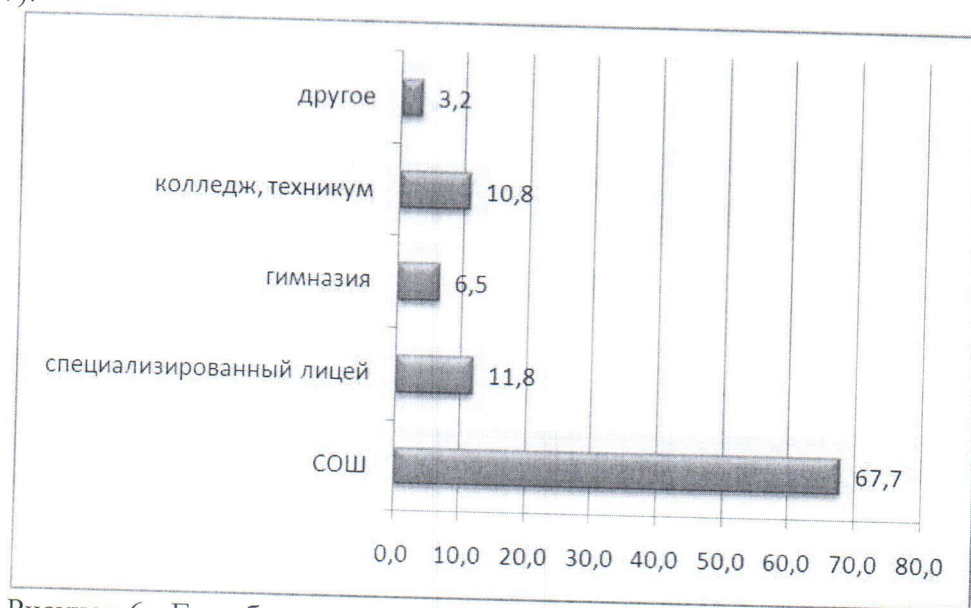


Рисунок 6 - Где обучались до поступления в ВолГУ (% от общего числа).

Все качественные характеристики информации об Университете получили высокие оценки: доступность и полнота информации - 4,71, своевременность появления - 4,62, воспринимаемость и доходчивость - 4,55, привлекательность и красочность - 4,51 (рис. 7):

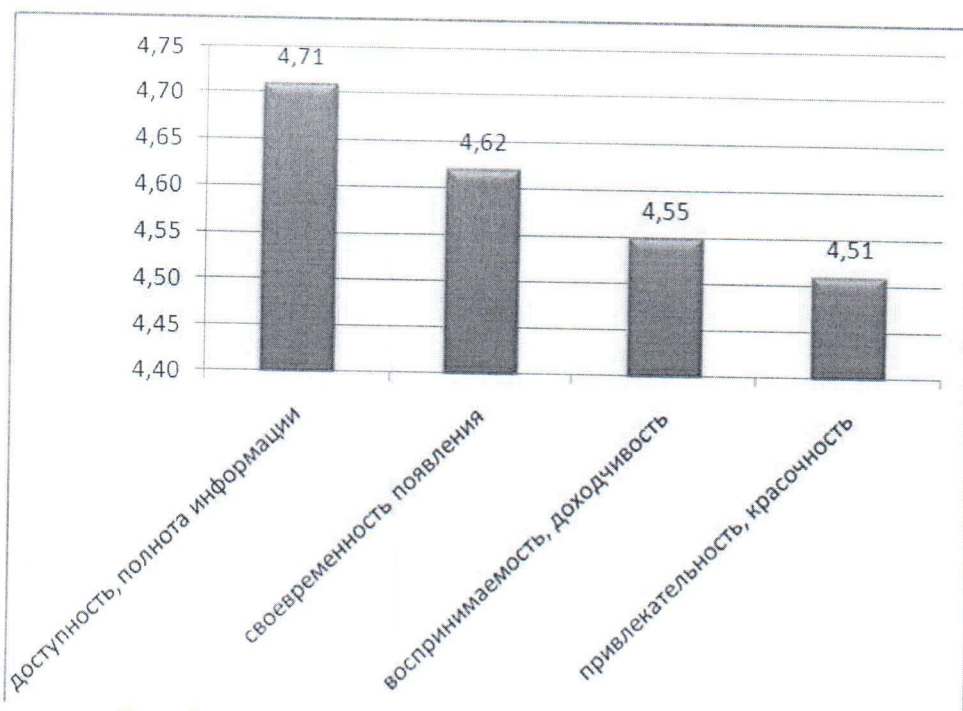


Рисунок 7 - Оценка качественных характеристик полученной информации об Университете (по 5-балльной шкале).

Более активными в плане продвижения своих услуг были Волгоградский государственный технический университет и Волгоградский государственный университет. Но разница в баллах между представленными учреждениями небольшая.

Основной источник информации об Университете - друзья и знакомые, уже обучающиеся в ВолГУ (37,6%). Также источниками информации о ВолГУ выступают родители (25,8%) и Интернет (22,6%). В меньшей степени источниками информации являются школьные преподаватели (8,6%), работники ВолГУ (4,3%) и «день открытых дверей» (1,1%).

В большинстве случаев (43%) реклама ВолГУ встречалась абитуриентам в различных справочниках. Реже в газетах и журналах - 14,0%, ТВ - 6,5%, радио - 3,2%, билборды - 1,1%, другое - 5,4%. Необходимо отметить, что конкретные носители рекламы никто вспомнить не смог. В тоже время 22,6% опрошенных рекламу ВолГУ не встречали.

Чуть более половины опрошенных встречались с преподавателями и сотрудниками ВолГУ до поступления в вуз. Чаще всего (30,1%) преподаватели сами приезжали в школу с рассказом об Университете. На «дне открытых дверей» встречались с преподавателями и сотрудниками ВолГУ 16,1% опрошенных, в рамках проведения олимпиад и спартакиад на базе ВолГУ - 3,2%, в прочих случаях - 2,2%.

В первую очередь выбор именно ВолГУ определила специализация института (30,7%), реже выбор вуза определяется мнением родителей (19,3%), престижем и хорошей репутацией вуза (18,2%), советом друзей и знакомых (15,9%), советом школьных преподавателей (9,1%), простым желанием получить высшее образование (5,7%) и материальными возможностями (1,1%):

Что касается выбора конкретной специальности, то здесь на первый план выходят престижность и высокооплачиваемость специальности (24,7%), ее постоянная востребованность и конкурентоспособность (19,1%), давний интерес к данной специальности (18,0%) и пример родителей и знакомых, работающих по данной специальности (15,7%).

Реклама специальности помогла определиться 12,4% опрошенных. В меньшей степени выбор специальности определялся легкостью обучения и сдачи экзаменов в

дальнейшем (4,5%), приемлемый проходной балл на вступительных испытаниях (4,5%) и способностями к профилирующим предметам по данной специальности (1,1%):

Большинство опрошенных (52,3%) согласны с утверждением, что в ВолГУ большое внимание уделяется внеучебной работе со студентами (спортивные секции и соревнования, и т.д.). Не согласны с данным утверждением только 6,8% респондентов. Однако, необходимо отметить, что мнение 40,9% респондентов по данному вопросу не сформировано:

Практически для половины опрошенных хорошая организация внеучебной работы является одним из необходимых условий выбора ВолГУ в качестве места обучения. Не согласны с данным утверждением 22,7% респондентов. Мнение 29,5% абитуриентов по данному вопросу не сформировалось.

Таким образом, абитуриент ВолГУ в большинстве своем проживает в городах и поселках городского типа области, а также в Волгограде. Основная часть на момент поступления в вуз закончила среднюю школу.

Абитуриенты высоко оценивают различные аспекты подачи информации об Университете и рекламную кампанию вуза в целом и на фоне других волгоградских вузов. Источниками же информации об Университете чаще выступают друзья и знакомые уже обучающиеся в Университете, а также родители и Интернет. До поступления большинство абитуриентов уже встречались с преподавателями и сотрудниками ВолГУ: в основном преподаватели приходили в школы сами, а также на «дне открытых дверей».

Выбор ВолГУ определяется в первую очередь наличием нужных специальностей, а также мнение родителей, друзей и знакомых, а также престижем и хорошей репутацией Университета. Выбор же специальности определяется ее престижем, позицией на рынке труда и личными интересами абитуриентов. Необходимо отметить, что отношение большинства поступающих к бакалавриату остается достаточно осторожным частично в связи с недостаточной информированностью, частично в связи с тем, что абитуриенты не видят перспектив трудоустройства с подобным дипломом.

Также абитуриенты высоко оценили деятельность университета по различным направлениям, таким как учебная, педагогическая, научная, воспитательная работа, общественная деятельность. В целом абитуриенты высоко оценивают ВолГУ и проявляют заинтересованность не только в обучении, но и во вне учебной жизни в вузе.

1.3 ВолГУ на международном рынке образовательных услуг

В настоящее время международная деятельность Университета реализуется по следующим направлениям:

1. Развитие совместных образовательных и научных программ.

1. Развитие мобильности профессорско - преподавательского состава (участие в международных выставках, конференциях, стажировках сотрудников университета и привлечение зарубежных преподавателей к проведению лекций и семинаров в ВолГУ).

2. Развитие студенческой мобильности (образовательные стажировки и практика студентов в зарубежных странах, включенное обучение).

3. Экспорт образовательных услуг (привлечение иностранных студентов).

В тоже время существуют «стратегические барьеры» и неиспользованные ресурсы на пути дальнейшего развития международной деятельности: ограниченная конкурентоспособность научных исследований на мировом уровне; отсутствие образовательных программ высокого уровня, которые будут востребованы на международном рынке образовательных услуг, средний уровень международной цитируемости, отсутствие совместных научно-исследовательских проектов; средний уровень знания иностранных языков преподавателями, аспирантами и студентами.

Сегодня ведущие мировые державы, в том числе и Россия, рассматривают международное научно-образовательное сотрудничество как важную составную часть своей внешней политики. Каждая из них делает активные шаги на пути интеграции в мировое научно-образовательное пространство, решая сложные организационные вопросы

реформирования своих систем образования и конвертируемости национальных дипломов о высшем образовании.

1.4 Анализ конкурентоспособности Университета

В настоящее время на рынке образовательных услуг между вузами возникает достаточно жесткая конкуренция. В этой ситуации Университету необходимо систематически оценивать свои конкурентные преимущества. Оценка конкурентных преимуществ Университета включала 3 этапа.

Первый этап - Разработка матрицы SWOT-анализа:

SWOT-анализ конкурентоспособности Университета

Внутренняя среда Strengths (Сильные стороны)

1. Высокая острепенность профессорско-преподавательского состава
2. Универсальная специализация Университета
3. Наличие профильных кафедр и структурных подразделений
4. Большое количество ведущих научных школ
5. Коммерциализация результатов НИОКР через малые инновационные предприятия
6. Большое число направлений подготовки, в том числе по магистратуре
7. Наличие аспирантуры и докторантуры
8. Наличие докторских диссертационных советов
9. Наличие студенческих конструкторских бюро
10. Значительные площади учебно-лабораторных помещений в расчете на одного студента

Внутренняя среда Weaknesses (Слабые стороны)

1. Невысокая публикационная активность ППС
2. Правовые ограничения (невозможность сдать в аренду земельные участки и др.)
3. Средний уровень подготовки контингента (средний балл ЕГЭ)
4. Низкая эффективность научных лабораторий

Внешняя среда Opportunities (Возможности)

1. Отсутствие конкуренции по ряду специальностей для региона
2. Внешнеэкономические изменения (договоры о сотрудничестве со странами СНГ)
3. Привлечение иностранных студентов из развивающихся стран
4. Развития сеть партнеров, в том числе зарубежных
7. Поддержка местных органов государственной власти

Внешняя среда Threats (Угрозы)

1. Сокращение бюджетного финансирования
 2. Снижение покупательной способности населения
 3. Сокращение числа абитуриентов
 4. Высокая конкуренция на рынке неосновных товаров и услуг вуза (консалтинговые услуги, инжиниринговые услуги и др.)
 5. Ограниченность участия в грантах и конкурсах федерального уровня
- Часть угроз и слабых сторон могут быть исключены в перспективе, например, за счет внедрения новых образовательных технологий.

Второй этап - Оценка конкурентоспособности Университета на базе классической маркетинговой концепции «4Р».

Данная методика основана на сравнительном анализе организации и предприятий-конкурентов по факторам: продукт, цена, продвижение на рынке и каналы сбыта. Всем факторам конкурентоспособности присваивается балльная оценка от 1 до 5 баллов. В

ввести в образовательные программы, чтобы полнее удовлетворять потребности этого целевого потребителя; как наладить эффективную связь с этими потребителями; во что обходятся вузу предлагаемые им на рынке продукты и услуги, сколько они стоят, как их оценивают другие вузы, какие скидки и льготы вуз может предложить; где и через кого реализует вуз свои программы, стоит ли ему создавать и развивать филиальную сеть, систему дистанционного обучения, стоит ли покупать франшизы на программы других вузов.

2. МАРКЕТИНГОВАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ ВУЗА

2.1 Совершенствование взаимодействия Университета с целевыми аудиториями

При разработке механизма взаимодействия Университета с ключевыми заинтересованными сторонами, необходимо проанализировать их состав, возможные способы взаимоотношения, системы интересов и взаимных ожиданий, сформировать модель вуза как системы всех его стейкхолдеров - лиц, заинтересованных в процессе взаимодействия с вузом в рамках достижения взаимовыгодных целей.

Основной целевой аудиторией Университета являются реальные и потенциальные потребители образовательных услуг в лице студентов, абитуриентов и их родителей, хозяйствующих субъектов, направляющих своих сотрудников на обучение и принимающих уже подготовленных специалистов как работодатели.

Помимо потребителей для Университета важны и другие целевые аудитории, влияющие на цели и сам процесс образования. К ним относятся органы государственного управления различных уровней, преподаватели, СМИ, другие образовательные учреждения. Все эти целевые аудитории имеют собственные потребности и ожидания относительно образовательных услуг вуза.

Сложность маркетинга образовательных программ состоит в необходимости одновременного учета этих порой противоречивых потребностей и ожиданий целевых аудиторий. Это еще один аргумент в пользу стратегического подхода к деятельности вуза.

Рассмотрим некоторые направления более подробно.

1. Совершенствование взаимодействия Университета со студентами и слушателями.

В рамках данного направления предполагается сформировать комплекс подходов, направленных на совершенствование образовательной модели Университета, развитие методологии разработки новых образовательных программ и методик их преподавания на основе лучшего международного и отечественного опыта.

Системное развитие образовательных процессов должно быть направлено на повышение качественных и количественных характеристик подготовки выпускников Университета; увеличение их знаний о научных исследованиях, ведущихся в России и за рубежом не только по предметам специализации, но и по смежным дисциплинам; развитие навыков профессионального общения на иностранных языках.

Достижение поставленных целей станет возможным посредством проведения следующих мероприятий.

1. Создание сети современных дистанционных образовательных курсов, модулей и программ Университета в дополнение к традиционным формам предоставления образовательных услуг. На наш взгляд, в настоящее время недопустимо игнорировать преимущества дистанционного обучения для слушателей: гибкость и общедоступность образовательных программ, удобный график обучения, экономия затрат, возможность совмещения учебного процесса с работой и личной жизнью.

Внедрение и развитие сетевого обучения, в котором информационные и коммуникационные технологии используются для установления связей между учащимися, между учащимися и преподавателями и т.д.

Это позволяет студентам углублять свои знания и расширять возможности, которые они считают важными и которые могут самостоятельно контролировать.

В контексте ст. 15 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» уже рассматриваются такие понятия, как «сетевое образование», «образовательная сеть». Преимущества сетевой формы реализации образовательных услуг заключаются в обеспечении возможности освоения обучающимся образовательной программы с использованием ресурсов нескольких организаций, осуществляющих образовательную деятельность, в том числе иностранных, а также при необходимости с использованием ресурсов иных организаций.

На наш взгляд, концепция сетевого (взаимного) обучения для ВолГУ будет особенно эффективна, если такие связи установить с классическими университетами Ирака, Таджикистана, Казахстана, Белоруссии, Турции и Китая.

2. Разработка системы, предоставляющей обучающимся в Университете широкие возможности для освоения дополнительных учебных модулей, не входящих в учебный план образовательной программы. Осуществление видеозаписи публичных лекций ведущих профессоров и преподавателей по актуальным проблемам науки, создание обучающих и развивающих мультимедийных программ.

3. Обновление перечня и содержания образовательных программ в соответствии с задачами инновационного развития экономики; обеспечение вариативности образовательных программ, условий для привлечения иностранных студентов в университет; формирование прозрачной, объективной системы оценки индивидуальных образовательных достижений обучающихся.

4. Расширение и совершенствование системы единого доступа к образовательным и научным ресурсам, в том числе зарубежным.

5. Построение системы интеллектуальных соревнований школьников и студентов, а также аккумуляция различных форм работы с юными талантами в Университете.

Необходимо отметить, что совершенствование взаимодействия Университета со студентами и слушателями потребует разработки системы мониторинга качества образовательного процесса и востребованности отдельных образовательных программ и дисциплин.

2. Совершенствование взаимодействия Университета с абитуриентами и их родителями.

В рамках разрабатываемой стратегии развития любому вузу необходимо набрать абитуриентов, соответствующих требованиям по знаниям и обладающих желанием получить профессиональное образование.

Маркетинговые мероприятия, ориентированные на абитуриентов и их родителей, можно представить следующим образом (табл.)

Цель мероприятий	Виды мероприятий	Ожидаемый результат
Информирование абитуриентов о ВолГУ, направлениях подготовки, условиях поступления и т.д.	Дни открытых дверей, реклама ВолГУ в СМИ и интернет, целевая работа со школами (заключение договоров о сотрудничестве), установление стендов ВолГУ в школах Волгограда, Волжского и области	Повышение известности вуза. Создание базы потенциальных абитуриентов.

Мотивация: повышение лояльности и желания целевой группы поступить в ВолГУ.	Встреча с кафедрами, экскурсии на производства, в НИИ, интеллектуальные соревнования для абитуриентов по специальностям ВолГУ и т.п., приглашение на спортивные, культурные и интеллектуальные мероприятия, формирование и поддержание в актуальном состоянии базы выпускников «Гордость Университета»	Четкое позиционирование ВолГУ на региональном рынке. Устранение возражение и сомнений со стороны целевой аудитории
---	--	--

Многие из перечисленных мероприятий уже регулярно проводятся сотрудниками ВолГУ для учащихся школ (Дни открытых дверей, олимпиады, спортивные состязания и др.), но некоторые только предстоит реализовать (создание базы выпускников Университета, установка в школах фирменных стендов ВолГУ).

3. Совершенствование взаимодействия Университета с компаниями и организациями.

Решение вопроса о подготовке нужных рынку труда специалистов возможно лишь при тесном взаимодействии учебного заведения и предприятий, для чего необходимо создание системы, при которой работодатель сможет влиять на состав образовательной программы и заказывать специалистов, ориентированных на конкретное предприятие, а вуз иметь площадки, на которых в процессе обучения сможет «опробовать» качество и степень подготовки своих студентов.

Такое взаимодействие позволит выявить перспективные направления деятельности вуза и создать на предприятиях интеллектуальный капитал, способный разработать, а затем и реализовать стратегическое направление развития предприятия.

Таким образом, обе стороны заинтересованы в установлении тесных контактов. Они дают возможность вузу отслеживать меняющиеся требования предприятий различных отраслей к специалистам и оперативно корректировать образовательные программы, что в свою очередь способствует повышению конкурентоспособности учебного заведения. При этом у предприятий появляется возможность, влияя на процесс обучения, получить специалиста, подготовленного по «специальному заказу», и даже принять непосредственное участие в подготовке, направляя своих топ-менеджеров для преподавания в вузе.

Кроме того, вузы заинтересованы в сотрудничестве с предприятием не только как с поставщиком информации, необходимой для подготовки полноценного специалиста, но и как с дополнительным источником внебюджетных доходов вуза. Предприятия могут выступать заказчиками научных исследований, фундаментальных и прикладных разработок. Предпринимателям, которые желают добиться и удержать лидирующие позиции на рынке, такие услуги нужны постоянно, для чего необходимы длительные и устойчивые связи с вузом.

Способов сотрудничества высших учебных заведений и бизнес-сообщества накопилось немало: от традиционных студенческих практик до создания интегрированных объединений в виде альянсов, консорциумов, технопарков и т.д. Однако несмотря на то, что практика такого взаимодействия за последние годы заметно расширилась, она не смогла снять основной проблемы - гарантированное трудоустройство молодого специалиста после окончания Университета.

Задача по укреплению связей Университета с организациями и компаниями может быть выполнена посредством проведения следующих мероприятий:

- тесного сотрудничества с Торгово-промышленной палатой Волгоградской области, региональными кадровыми агентствами и т.д.;
- создание и развитие хозяйственных обществ по направлению инновационного технологического и социального предпринимательства.
- интеграционное взаимодействие с субъектами инновационной экономики.

4. Совершенствование взаимодействия Университета с федеральными и региональными органами власти.

В рамках данного направления необходимо усилить взаимодействие Университета с Администрацией и Думой Волгоградской области, местными органами государственной власти по вопросам оптимизации структуры и объема подготовки кадров в соответствии с запросами отраслей и территориальных рынков труда; повышения квалификации руководящих кадров и специалистов региональных предприятий; выполнения научно-исследовательских и экспертно-аналитических работ учеными Университета, оказания научно-образовательных консультационных услуг.

5. Повышение научно-образовательного потенциала коллектива Университета

В рамках данного направления необходимо уделить особое внимание формированию современной психолого-педагогической компетентности профессорско-преподавательского состава Университета, освоению им современных образовательных технологий. Это позволит преподавателям более эффективно реализовывать программы углубленного и профильного обучения.

Необходимо расширить участие профессорско-преподавательского состава в стажировках в лучших вузах России, а также на базе зарубежных университетов и научных центров.

Задача по укреплению интеллектуального потенциала будет выполнена посредством проведения следующих мероприятий:

- повышение активности научно-педагогических работников Университета по всему спектру академических дисциплин и междисциплинарных исследований, участие в научно-исследовательской работе, грантах и т.п.;
- привлечение научно-педагогических работников к деятельности по приоритетным направлениям;
- активизация механизмов демократического взаимодействия научно-педагогического и студенческого коллективов;
- активизация инновационной деятельности научно-педагогического и студенческого сообществ.

Общими критериями взаимодействия Университета с целевыми аудиториями могут стать:

- максимальное трудоустройство выпускников вуза;
- количество долгосрочных договоров о сотрудничестве;
- наличие дополнительных источников финансирования и альтернативных путей компенсации затрат на содержание Университета;
- координация деятельности бизнес-структур, научно - исследовательских организаций и лабораторий.

2.2 Разработка стратегии продвижения ВолГУ на российском рынке образовательных услуг

Позиционирование должно быть направленно на демонстрацию выгодных отличий ВолГУ от конкурентов. Как вариант: можно сделать упор на то, что в Университет легче поступить, а обучение стоит дешевле, при этом качество образования не уступает конкурентам (например, рекламная акция «Сравни!», где по нескольким показателям сравниваются вузы Волгограда, а вывод делается в пользу ВолГУ).

2. В ВолГУ учится достаточное количество студентов из области. Есть общежитие. Таким образом, можно уйти от активной конкуренции в Волгограде и направить основные усилия на область. Бюджет продвижения, вероятно, будет главным ограничением. Необходимо точно знать, какие будут выделены средства.

Лучше сосредоточиться на интернет-продвижении (оно дешевле, аудитория более молодая, возможен точечный отбор). Необходимо широко использовать PR- приглашать журналистов на различные мероприятия, организуемые Университетом. В городах Волгоградской области возможно использование традиционной рекламы (телевидение, радио, билборды), там она будет стоить гораздо дешевле, чем в Волгограде.

3. Медиа-план (предварительный)

Основную рекламную активность планируется реализовывать в начале и в конце учебного года (сентябрь-октябрь и апрель-май). Представляется, что именно в эти периоды абитуриенты чаще всего принимают решение о выборе ВУЗа. Также следует учитывать, что решение о выборе ВУЗа обычно принимается совместно абитуриентом и членами его семьи.

Таким образом, целевая аудитория, это подростки (17–18 лет) и взрослые (35–55 лет). В рекламной кампании планируется использовать все доступные ресурсы (телевидение, радио, наружная реклама, Интернет).

4. Дополнительные мероприятия.

А) Участие в выставках, специализированных форумах, направленных на комплексное представление всех сторон профессионального образования, модернизацию технической базы учебных заведений, расширение возможностей граждан страны в получении современных знаний, трудоустройстве, планировании карьеры.

Б) Издание тематических Календарей (студенты/студентки университета, выпускники вуза, и т.д.).

В) Изменение сайта (облегчение навигации). Оснащение университетских зданий веб-камерами, снимающими прилегающие улицы, трансляция на сайте для привлечения посетителей.

Таким образом, реализация предложенных мероприятий положительно отразится на позиционировании Университета и будет способствовать повышению его привлекательности на региональном рынке образовательных услуг.

2.3 Коммерциализация результатов научно-исследовательской, инновационной и хозяйственной деятельности вуза

Научно-техническая сфера Университета обладает значительными капитальными фондами и интеллектуальными ресурсами для решения задач, стоящих перед экономикой в данный период, однако в настоящее время отсутствует четкий механизм коммерциализации результатов научно-исследовательской, инновационной и хозяйственной деятельности вуза.

Коммерциализацию можно рассматривать, как процесс трансформации результатов НИОКР, сохраняющих свою рыночную актуальность и востребованность, в продукты и услуги на рынке с целью получения дохода от их продажи, лицензирования либо самостоятельного использования. При этом процесс коммерциализации предполагает поиск, оценку (экспертизу) и отбор новаций для финансирования, привлечение средств, юридическое закрепление прав на будущую интеллектуальную собственность (новацию), внедрение новации в производство, а также дальнейшую модификацию и сопровождение интеллектуального продукта. Поскольку коммерциализация неразрывно связана с инновационной деятельностью, очевидной становится необходимость обеспечения их тесной взаимосвязи.

Университет сегодня обладает такими возможностями, поскольку на его базе созданы инновационные фирмы, а также такие качественно новые экономические образования, как инжиниринговый центр, бизнес-инкубаторы, студенческие конструкторские бюро, консалтинговая фирма и т.п.

Однако процесс коммерциализации должен быть непрерывным, как и сам инновационный поиск и должен начинаться еще до окончания научных разработок.

В связи с этим необходимо, опираясь на опыт и достижения действующих в Университете научных школ, продолжить развитие приоритетных научных направлений ВолГУ.

ESG Digit

Прикладные исследования в области цифрового устойчивого развития

Комплексная реализация нового научного направления развития систем цифрового устойчивого развития, их стандартизации и оценки соответствия, включающего прикладные исследования, подготовку кадров высшей квалификации, инновационную систему переподготовки кадров, базирующиеся на коммерциализации полученных научных результатов и их масштабирования посредством разработки национальных и международных стандартов в указанной области и создания системы оценки предприятий реального сектора экономики на их соответствие. Реализация проекта обеспечит достижение лидерства Российской Федерации по вопросам устойчивого развития и обеспечение ее экономической безопасности в области стандартизации и оценки соответствия цифровых систем менеджмента, инструментов искусственного интеллекта и информационно-коммуникационных технологий посредством формирования стратегического и системно интегрированного пула компетенций и инструментов развития предметной области.

Generation Technologies Мультипликативная система генерации технологического предпринимательства

Формирование региональной междисциплинарной многопрофильной системы акселерации технологического предпринимательства, ориентированной на генерацию и коммерциализацию результатов интеллектуальной деятельности в области цифровых технологий 3D и робототехнических систем.

Предполагается создание единой региональной платформы акселерации технологического предпринимательства с целью активизации потенциала МСП региона; технологический аутсорсинг; новые материалы и комплектующие для ведущих предприятий региона.

Culture Digit

Интегратор инновационных технологий патриотического воспитания и сохранения культурно-исторического наследия Сохранение исторической памяти и духовно-нравственных ценностей народов Юга России в условиях цифровой трансформации общества в целях воспитания гармонично развитой и социально ответственной личности, гражданина. В результате реализации стратегического проекта предполагается создание уникальных цифровых продуктов и сервисов, направленных на продвижение региона в мировом культурном пространстве; проектирование обучающих туристических маршрутов с использованием VR-технологий и smart-инструментов (Data Mining, Big Data, геймификация, блокчейн и др.). Междисциплинарные исследования в области Digital Humanities.

NANO Technology

Фундаментальные исследования в области нанотехнологий

Изучение строения, физико-химических свойств и применения композитных углеродосодержащих наноструктур (трубчатых и планарных), разработки методов их получения, в том числе создания композитных углеводородных продуктов, допированных углеродными нанотрубками и ферромагнитными наночастицами, с улучшенными эксплуатационными характеристиками, создания нового покрытия на основе металлоуглеродных наноматериалов.

В результате реализации стратегического проекта предполагается изучение влияния на свойства композитных наноматериалов электромагнитного излучения, что позволит перейти к более безопасным (в том числе, с точки зрения информационной

безопасности) технологиям, так и повысить качество жизни, создавая наноэкраны для защиты населения от вредного излучения. Именно все вышеперечисленное и объединяет в себе направление Н1 Стратегии НТР РФ: переход к цифровым, интеллектуальным производственным технологиям, роботизированным системам, новым материалам и способам конструирования, создание систем обработки больших объемов данных, машинного обучения и искусственного интеллекта.

Ключевыми мероприятиями являются:

1. Формирование и реализация комплексных междисциплинарных научно-исследовательских и научно-технологических программ в формате научных проектов университета, отвечающих на вызовы, стоящие перед Волгоградской областью, Южным федеральным округом и Российской Федерацией в целом.
2. Развитие университета как инновационного и технологического центра IT-компетенций и реализация мероприятий, направленных на формирование технопарка распределенного типа в сфере высоких технологий (IT-кластера) на основе уникальных информационно-технологических образовательных направлений подготовки и научных исследований, реализуемых в университете.
3. Продвижение инжинирингового центра «Телекоммуникационные системы и новые материалы» (ИЦ «ТелеНово») как интегратора цифровых компетенций, коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности и трансфера технологий на основе расширения сетевого взаимодействия с научными, образовательными и технологическими центрами посредством межотраслевых коллабораций с высокотехнологичными центрами НТИ и промышленными партнерами в целях реализации задач национальных проектов «Цифровая экономика», «Производительность труда и поддержка занятости». Обеспечение модернизации, цифровизации и развития отраслей экономики Юга России, воспроизводство высококвалифицированных кадров, создание новых рабочих мест на принципах тройной спирали: образование – наука – бизнес.
4. Развитие издательской деятельности посредством дальнейшего продвижения научных периодических изданий ВолГУ путем обеспечения роста их признания (в ядре РИНЦ; Перечне рецензируемых научных изданий, рекомендованных ВАК Минобрнауки России; RSCI; SCOPUS и Web of Science), привлечения авторов – ведущих ученых в своих отраслях и расширения аудитории журналов.
5. Формирование системы проектной деятельности студентов и молодых ученых на основе форм межпредметной интеграции и цифровой платформы мультиагентного проектного офиса, «Точки кипения», «ДНК», хакатонов с целью акселерации предпринимательских инициатив и коммерциализации научных разработок.
6. Совершенствование механизмов привлечения лучших выпускников в науку и инновационные виды деятельности посредством внедрения инструментов планирования карьеры, стимулирования молодых ученых, развития института аспирантуры и докторантуры, развития существующих и открытие новых диссертационных советов, использования внутривузовской системы поддержки проектной, грантовой деятельности и трудоустройства студентов, аспирантов и докторантов.
7. Дальнейшее развитие системы консорциумов, созданных на базе университета (консорциумы «Наука, технологии, инновации» «Комплексные экологические системы», «PP-технологии», «Центр компетенций Юга России по подготовке зарубежных специалистов и социально-культурной адаптации граждан в поликультурном регионе») в рамках модели управления коллаборациями в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 44001 «Системы менеджмента коллабораций в деловых отношениях. Требования и структура».

Именно на этих направлениях, по каждому из которых университет занимает лидирующие позиции, необходимо сосредоточить ресурсы научно-инновационной инфраструктуры университетского комплекса.

2.4 Основные направления повышения конкурентоспособности ВолГУ на международном рынке образовательных услуг

Экономические процессы глобализации и интернационализации делают Целью реализации политики в области международной деятельности ВолГУ является повышение международной конкурентоспособности, достижение передового уровня образовательной, научной и иной деятельности, продвижение университета в глобальном пространстве.

Мероприятия международной политики ВолГУ в области образовательной и научной деятельности:

1. Интернационализация образовательных программ, развитие международного сотрудничества в образовательной, научной и социокультурной сферах, международных творческих взаимодействий.
2. Продвижение вуза за рубежом: проведение выставок, разработка иностранных версий сайта.
3. Расширение возможностей академической мобильности обучающихся и преподавателей, расширение спектра программ по обмену с зарубежными партнерами, международных научных коллабораций.
4. Реализация мероприятий экспорта российских образовательных услуг, продвижения русского языка в зарубежном научно-образовательном пространстве на основе университетского проекта «ВолГУ РЯдом», развитие центров международного образования.
5. Создание образовательных программ и онлайн курсов на иностранных языках совместно с авторитетными зарубежными партнерами. Продвижение бренда, научных и профессиональных достижений, культуроёмких просветительских проектов ВолГУ в международном академическом сообществе на основе мультимедийных платформ и интерактивных мероприятий.
6. Продвижение программы социокультурной адаптации иностранных студентов и преподавателей с целью повышения международной академической мобильности на основе программы кураторства иностранных студентов «Everybody needs a BUDDY» и цифровых сервисов.
7. Развитие центра общественной дипломатии во взаимодействии с органами исполнительной власти региона, проекта мультикультурного диалога - форума общественной дипломатии «Волгоградский диалог», центра европейских исследований.
8. Увеличение числа летних и зимних школ (включая онлайн-школы), ориентированных на иностранных обучающихся.
9. Повышение эффективности и расширение международного научно-технического сотрудничества с ведущими исследовательскими центрами.
10. Увеличение количества англоязычных версий научных журналов ВолГУ и включение их в индексируемые базы данных.
11. Привлечение ведущих иностранных ученых для преподавания, работы в составах диссертационных советов и экспертной деятельности.

Основными причинами активного включения ВолГУ в процесс международной академической мобильности являются:

- необходимость повышения и укрепление своего престижа в стране и за рубежом;
- необходимость дифференциации себя от большого количества других региональных вузов,
- поиск новых внешних источников финансирования Университета за счет привлечения иностранных студентов и аспирантов/магистрантов, а также участия в международных проектах,
- стремление за счет возможностей академической мобильности сделать региональный вуз более привлекательным в условиях национальной и международной вузовской конкуренции и т.д.

Задача по развитию международных и внешнеэкономических связей будет выполнена посредством проведения следующих мероприятий:

- разработка программы развития сотрудничества с ведущими зарубежными университетами, международными образовательными и научными ассоциациями и фондами;
- разработка и внедрение совместных с зарубежными партнерами образовательных и научных программ, в том числе на иностранных языках;
- разработка многоуровневой системы дополнительной языковой подготовки преподавателей, студентов и аспирантов Университета, улучшения материально-технической базы лингвистического центра;
- расширение спектра участия Университета в международных образовательных ярмарках, других мероприятиях, направленных на установление контактов в сфере образования и привлечение иностранных граждан к обучению в университете;
- существенное увеличение количества зарубежных стажировок преподавателей, научных работников и аспирантов;
- поддержание английской версии web-сайта Университета в актуальном состоянии;
- размещение информации об Университете в международных социальных сетях, таких как Вконтакте, Facebook, LiveJournal, Instagram и др.;
- расширение баз и увеличение количества студентов, направляемых на учебно-производственные практики и стажировки в зарубежные вузы, научно-производственные предприятия, центры и т.п.

Одним из факторов, который способен значительно увеличить результативность отдельных мероприятий по данному направлению - это наличие программ на английском языке, а также преподавателей, свободно владеющих этим языком и способных реализовать данные программы.

В настоящее время основным направлением международных стратегий многих российских университетов является их ориентация на рынок образовательных услуг Азиатско-тихоокеанского региона, особенно китайский. Однако не только российские, но и многие зарубежные вузы, в том числе и американские сегодня нацелены на Китай. Именно в китайской вузовской системе они видят ресурс для собственного развития. При этом попытки налаживания межвузовских связей нередко сопровождается рядом трудностей социокультурного характера, а также взаимным непониманием партнеров. Так, университеты США в попытках расширить свое присутствие в Китае уже столкнулись с рядом проблем. В этой связи накопленный отечественный и зарубежный опыт межкультурных коммуникаций в университетской среде, а также конкретные советы участников данного процесса могут быть полезны и востребованы. Некоторые российские вузы, например, реализуют весьма перспективные программы двойных дипломов по формуле 2+2, которая предполагает, что студенты обучаются по 2 года в каждой стране и по окончании обучения получают диплом бакалавра в двух университетах.

Как уже отмечалось ранее, для выполнения стратегических задач в области международного сотрудничества в Университете имеются благоприятные предпосылки:

- накопленный опыт международного сотрудничества, в том числе на уровне институтов;
- наличие развитой сети международных партнеров;
- участие ученых Университета в авторитетных международных форумах, конференциях, симпозиумах, семинарах в России и за рубежом;
- реализация в университете ряда международных образовательных и научных проектов и программ;
- наличие системы обучения иностранных студентов;

- координация и организационное обеспечение международной деятельности со стороны Управления международных связей.

В ходе достижения стратегической цели университетом будут решены следующие приоритетные задачи международной деятельности: определение совместно с международным экспертным сообществом приоритетов в научно-образовательной деятельности; совершенствование кадровой политики Университета с целью учета результатов международной деятельности в науке и образовании; совершенствование языковой подготовки преподавателей и студентов.

3. МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИЕЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ВОЛГУ

Ректор университета осуществляет общее руководство реализацией стратегии, а также определяет формы и методы управления.

Для координации действий подразделений, принимающих непосредственное участие в реализации отдельных направлений маркетинговой стратегии (образование, наука, производство), могут быть созданы рабочие группы. Их функциями станут:

- организационное обеспечение функционирования системы управления;
- составление календарных планов-графиков работ по мероприятиям стратегии;
- мониторинг и оперативный контроль выполнения мероприятий;
- подготовка отчетности для руководителя Программы и Координационного совета.

Управление реализацией маркетинговой стратегии ВолГУ будет основываться на общепризнанных стандартах в области профессионального управления проектами в России. Все используемые подходы, структуры, модели, методы и средства будут соответствовать указанным стандартам.

Основополагающими принципами данной системы управления являются:

- обеспечение методического и информационного единства подходов к проведению всех организационных мероприятий по реализации стратегии;
- четкое разграничение полномочий и ответственности между различными структурами по управлению ходом реализации стратегии;
- обязательность экспертизы на всех этапах подготовки управленческих решений.

В ходе проведения промежуточных проверок подготавливаются предложения о внесении изменений и дополнений в маркетинговую стратегию, которые обсуждаются и утверждаются Ученым советом Университета.

Результативность стратегии определяется степенью достижения с ее помощью намеченной цели. Иными словами, это прогнозируемая величина приближения к целям, намеченным на определенный период времени. Здесь действуют и должны быть учитываемы такие факторы, как ограниченность ресурсов, вероятное сопротивление рынка и другие факторы.

При этом предполагается совершенствование административных процедур и регламентов управления процессом на базе новейших информационных технологий, а также развитие инфраструктуры контроля качества и оценки эффективности деятельности.

Необходимо отметить, что целевой ориентир маркетинга в образовании не всегда может быть выражен экономически, особенно с учетом того, что он направлен на разработку и реализацию стратегии приращения ценностей человека - ценностей для личности, для работодателей, для социальных групп и общества в целом.

Данная модель предполагает создание единого информационного пространства образовательной, научной и хозяйственной деятельности Университета для обеспечения эффективного взаимодействия всех заинтересованных сторон. Также необходимо развитие инфраструктуры распределенного центра обработки данных в целях дальнейшей информатизации образовательной, научной и управленческой деятельности, в частности, в области управления образовательным процессом и научными исследованиями.

Целесообразно создание единой системы выявления, учета, правовой охраны и использования результатов интеллектуальной деятельности и оказание организационной поддержки формированию системы внедренческих организаций в рамках научно-образовательного комплекса Университета.

Опираясь на результаты проведенных исследований, разработаны основные положения маркетинговой стратегии развития ВолГУ, которые заключаются в совершенствовании взаимодействия Университета с целевыми аудиториями: студентами и

слушателями, абитуриентами и их родителями, бизнес сообществом, федеральными и региональными органами власти, преподавателями.

Определены основные механизмы реализации приоритетных направлений развития ВолГУ посредством совершенствования научно-исследовательских, инновационных и хозяйственных процессов, кадрового потенциала и внешних коммуникаций.

Данная стратегия, на наш взгляд, позволит Университету быть устойчивой саморазвивающейся системой, эффективно взаимодействующей с обществом, государством и бизнесом.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ВОЛГОГРАДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА (ОБРАЗОВАНИЕ / НАУКА)

Направления деятельности	Мероприятия	Ожидаемые результаты, сроки реализации
ОБРАЗОВАНИЕ	Совершенствование взаимодействия Университета с целевыми аудиториями: - создание сети современных дистанционных образовательных курсов, модулей и программ Университета в дополнение к традиционным формам предоставления образовательных услуг; - внедрение и развитие сетевого обучения по ведущим направлениям (профилям) подготовки бакалавров (магистров); - разработка и освоение дополнительных учебных модулей, не входящих в учебный план образовательной программы; - осуществление видеозаписи публичных лекций ведущих профессоров и преподавателей по актуальным проблемам науки, создание обучающих и развивающих мультимедийных программ; - обновление перечня и содержания образовательных программ в соответствии с задачами инновационного развития экономики; обеспечение вариативности образовательных программ, условий для привлечения иностранных студентов в университет; - формирование прозрачной, объективной системы оценки индивидуальных образовательных достижений обучающихся; - расширение и совершенствование системы единого доступа к образовательным и научным ресурсам, в том числе зарубежным; - создание и размещение на сайте базы выпускников Университета, установка в школах фирменных стендов ВолГУ; - усиление взаимодействия Университета с местными органами государственной власти, региональными кадровыми агентствами, Торгово-промышленной палатой Волгоградской области и т.д.;	Увеличение количества договоров о сотрудничестве (оказания услуг), а также дополнительных источников финансирования деятельности ВолГУ. Максимальное трудоустройство выпускников вуза. Повышение привлекательности ВолГУ на региональном рынке образовательных услуг. Интеграция с международными университетами посредством, получение дополнительных

	- установление, поддержка и развитие долгосрочных международных связей, реализация совместных образовательных и научных программ, расширение мобильности ННПР и студентов, экспорт образовательных услуг; - повышение активности научно-педагогических работников Университета по всему спектру академических дисциплин и междисциплинарных исследований, участие в научно-исследовательской работе, грантах, рост их публикационной активности (РИНЦ, Scopus, WebOfScience); модернизация эффективного контракта. Позиционирование Университета на рынке образовательных услуг: - совершенствование фирменного стиля университета - совершенствование медиа-планирования с использованием всех доступных ресурсов: телевидение, радио, наружная реклама, сувенирная продукция с фирменной атрибутикой вуза, Интернет реклама (размещение баннеров в соц. сетях и т.д.); - регулярное проведение мероприятий в области PR, направленных на комплексное представление всех сторон деятельности Университета (выставки, День открытых дверей, День карьеры и др.) - оснащение университетских зданий веб-камерами, снимающими прилегающие улицы, трансляция на сайте для привлечения посетителей.	возможностей для ускоренного развития и конкурентных преимуществ. Сроки реализации: 2021-2024 гг.
НАУКА	Развитие приоритетных научных направлений и инновационной инфраструктуры ВолГУ: - Участие в деятельности Межрегионального научно-образовательного центра Юга России Волгоградской области, Краснодарского края и Ростовской области, получившего государственную поддержку научно-образовательных центров мирового уровня на основе интеграции образовательных организаций высшего образования и научных организаций и их кооперации с организациями, действующими в реальном секторе экономики в 2021 году, по таким направлениям, как: 3D-моделирование; аддитивные технологии; новые материалы и ESG-развитие. - Развитие центров превосходства «Суперкомпьютерное моделирование физических сред и природных явлений», «Сверхбыстрые фотохимические процессы» посредством реализации интеграционных мероприятий, усиления кадрового состава и модернизации научного оборудования. - Формирование на базе ЦКП «Наукоемкие технологии» отраслевого экспертного центра	Ожидаемые результаты: Получение грантов РНФ. Рост объема привлеченных финансовых средств за счет грантов. Привлечение финансовых средств за счет выполнения госконтрактов.

	в сфере лазерных биомедицинских технологий для содействия в реализации проектов по рынку HealthNet НТИ. - Формирование отраслевого центра коллективного пользования «Наноматериалы и нанотехнологии» с целью содействия компаниям в реализации проектов по приоритетной группе технологий «Новые производственные технологии» НТИ. - Создание отраслевого экспертно-консультационного центра «Проблемы зелёного строительства и ландшафтного освоения урботерриторий аридных регионов» для содействия в реализации значимых для региона проектов проектирования урбанизированных ландшафтов. - Формирование центров прикладных компетенций НТИ (по технологиям искусственного интеллекта, виртуальной реальности, цифровых гуманитарных технологий, информационной безопасности и телекоммуникациям, исторического наследия, эколингвистики и урбанистики) на базе фундаментальных научных направлений и сложившихся научных школ, центров коллективного пользования и системы их инфраструктурного обеспечения. - Создание лаборатории мирового уровня «Исследования структуры, свойств и особенностей взаимодействия с электромагнитным излучением композитных материалов, в том числе наноматериалов» в рамках реализации приоритетов научно-технологического развития Российской Федерации Президентской программы исследовательских проектов в рамках системного взаимодействия с индустриальными партнерами. - Развитие университета как инновационного и технологического центра IT-компетенций и мероприятий, направленных на формирование технопарка распределенного типа в сфере высоких технологий (IT кластера) на основе уникальных информационно-технологических образовательных направлений подготовки и научных исследований, реализуемых в университете. - Продвижение инженерингового центра «Телекоммуникационные системы и новые материалы» (ИЦ «ТелеНово») как интегратора цифровых компетенций и технологий на основе расширения сетевого взаимодействия с научными, образовательными и технологическими центрами посредством межотраслевых коллабораций с высокотехнологичными центрами НТИ и индустриальными партнерами в целях реализации задач национальных проектов «Цифровая экономика», «Производительность труда и поддержка занятости». Обеспечение модернизации, цифровизации и развития отраслей экономики Юга России, воспроизводство высококвалифицированных кадров, создание новых рабочих мест на принципах тройной спирали: образование – наука – бизнес.	Развитие инновационной структуры вуза. Повышение имиджа вуза. Сроки реализации: 2021-2024 гг.
--	---	---

	- Участие в реализации Комплексного плана модернизации и расширения магистральной инфраструктуры посредством интенсификации научно-технологического потенциала университета в рамках деятельности Консорциума высших учебных заведений Прикаспийского региона в транспортно-логистической сфере. - Создание системы инновационного менеджмента с использованием принципов венчурного финансирования и фандрайзинга с целью формирования диверсифицированной системы многоканального финансирования и поддержки инновационных проектов. - Формирование системы проектной деятельности студентов и молодых ученых на основе форм межпредметной интеграции и цифровой платформы мультиагентного проектного офиса «Стартап как диплом», «Точки кипения», «ДНК», хакатонов с целью акселерации предпринимательских инициатив и коммерциализации научных разработок. - Совершенствование механизмов привлечения лучших выпускников в науку и инновационные виды деятельности посредством внедрения инструментов планирования карьеры, стимулирования молодых ученых, развития института докторантуры, использования внутривузовской системы поддержки проектной, грантовой деятельности и трудоустройства студентов. - Интеграция цифровых сервисов научной деятельности Волгу с сервисом единой цифровой платформы научного и научно-технического взаимодействия, создаваемой по нацпроекту «Наука». Ожидаемые эффекты от реализации политики: - Увеличение количества и поступлений внебюджетных средств от выполнения НИР на возмездной основе. - Получение финансирования каждым научным направлением из фондов поддержки фундаментальных научных исследований. - Закрепление молодых кадров в сфере научных исследований. - Получение результатов научных исследований с уровнем готовности технологий не ниже TRL 5 для конструкторско-технологических решений и TRL 6 для программного обеспечения. - Увеличение публикационной активности и цитируемости научных публикаций в международных базах данных Scopus и Web of Science.
	Коммерциализация результатов научно-исследовательской и инновационной

	деятельности ВолГУ: - организация и проведение заказных НИОКР, в том числе в области нанотехнологий и технологий 3D печати на современном оборудовании; - технологический аудит проектов, их экспертиза и дальнейшая доработка; - инженерно-консультационные услуги, подготовка технико-экономического обоснования проектов; - гарантийное и послегарантийное обслуживание инженеринговых систем; - заключение договоров о научно-техническом сотрудничестве с предприятиями реального сектора экономики.	
--	---	--