



ГБПОУИО «ИАТ»

ГБПОУИО «ИАТ»

ПОЛОЖЕНИЕ

**Положение об оценке удовлетворенности потребителей условиями и деятельностью
ГБПОУИО «ИАТ»**

СМК.2-ПО-4.2.3-110.3-2019

4.2.3. Управление документацией

Принято на заседании
Управляющего совета
Протокол № 12 от 30.12.2019 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБПОУИО «ИАТ»



А.Н. Якубовский

«30» декабря 2019 г.

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

ПОЛОЖЕНИЕ

**об оценке удовлетворенности потребителей условиями и деятельностью
ГБПОУИО «ИАТ»**

СМК.2-ПО-4.2.3-110.3-2019

Версия 03

Иркутск



ГБПОУИО «ИАТ»

Положение об оценке удовлетворенности потребителей
условиями и деятельностью ГБПОУИО «ИАТ»

СМК.2-ПО-4.2.3-110.3-2019

Введено взамен Положения об оценке удовлетворенности потребителей условиями и деятельностью ГБПОУИО «ИАТ», введенного в действие приказом по техникуму № 407 от 09.09.2019 г.

Дата введения в действие «30 » декабря 2019 г.,

приказ по техникуму № 615 от 30.12.2019 г.

Настоящий документ является внутренним документом ГБПОУИО «ИАТ».



1. Общие положения

1.1. Настоящее положение разработано для проведения оценки удовлетворенности потребителей качеством образовательных услуг, предоставляемых Государственным бюджетным профессиональным образовательным учреждением «Иркутский авиационный техникум».

1.2. Положение разработано на основании следующих документов:

– Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 13 марта 2019 г. № 114 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества условий осуществления образовательной деятельности организациями, осуществляющими образовательную деятельность по основным общеобразовательным программам, образовательным программам среднего профессионального образования, основным программам профессионального обучения, дополнительным общеобразовательным программам»;

– Методики проведения независимой оценки качества образовательной деятельности профессиональных образовательных организаций Иркутской области, разработанной ГАУ ДПО ИО «РЦМРПО» (2016 г.);

– Устава Государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Иркутской области «Иркутский авиационный техникум» (далее – ГБПОУИО «ИАТ», техникум).

2. Термины, определения и сокращения

2.1. Качество образования – интегральная характеристика системы образования, отражающая степень соответствия реальных достигаемых образовательных результатов, условий образовательного процесса нормативным требованиям, социальным и личностным ожиданиям.

2.2. Оценка качества образования – процесс, в результате которого определяется степень соответствия измеряемых образовательных результатов, условий их обеспечения зафиксированной в нормативных документах системе требований к качеству образования.

2.3. Мониторинг удовлетворенности потребителей – постоянное отслеживание состояния удовлетворенности потребителей по выполнению их требований в сфере образовательных услуг, соизмерение полученных результатов с требованиями и ожиданиями, выявление изменений с целью принятия управленческих решений, т. е. непрерывная оценка удовлетворенности потребителей для управления качеством выполняемых процессов. 2.4. Обратная



связь от потребителей и других заинтересованных сторон – деятельность по получению от потребителей информации о качестве предоставляемых образовательных услуг.

3. Процедура оценки степени удовлетворённости потребителей качеством образования

3.1. Оценка степени удовлетворенности потребителей осуществляется с целью:

- а) обеспечения полноты объективных данных для анализа качества и принятия обоснованных управленческих решений по улучшению процессов;
- б) повышения качества образовательных услуг;
- в) повышения степени взаимодействия между техникумом и потребителями услуг;
- г) повышения рейтинга, имиджа техникума у потенциальных потребителей, работодателей и партнёров;
- д) демонстрации постоянного улучшения и соответствия техникума требованиям потребителей, надёжности и стабильности.

3.2. Показатели, характеризующие общие критерии оценки качества условий образовательной деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность, утверждены приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 13 марта 2019 г. № 114 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества условий осуществления образовательной деятельности организациями, осуществляющими образовательную деятельность по основным общеобразовательным программам, образовательным программам среднего профессионального образования, основным программам профессионального обучения, дополнительным общеобразовательным программам».

В их числе:

- Показатели, характеризующие общий критерий оценки качества образовательной деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность, касающийся доброжелательности, вежливости, компетентности работников;
- Показатели, характеризующие общие критерии оценки качества образовательной деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность, касающиеся удовлетворенности качеством образовательной деятельности организаций (это удовлетворенность и материально-техническим обеспечением, и качеством предоставляемых услуг).



3.3. Процедура оценки удовлетворённости потребителей качеством образования включает:

а) процедуру внутреннего мониторинга - мониторинга удовлетворённости обучающихся качеством преподавания и обеспеченностью учебного процесса материально-техническими и учебно-методическими ресурсами, мониторинга удовлетворённости родителей (законных представителей) несовершеннолетних обучающихся; мониторинга удовлетворённости сотрудников техникума;

б) процедуру внешнего мониторинга - мониторинга удовлетворённости работодателей - потребителей обученных специалистов, оценки потребителем компетенций выпускника.

Требования к мониторингу удовлетворённости потребителей включают: достоверность, простоту, оперативность, экономичность.

Обратная связь с потребителем осуществляется посредством анкетирования, анализа и обработки рекламаций; пожеланий и иной информации, получаемой в установленном порядке, а также использования информационных каналов для обратной связи (интернет, пресса и т.д.).

4. Порядок проведения мониторинга

4.1 Этапы мониторинга удовлетворённости потребителей

Мониторинг удовлетворённости потребителей состоит из этапов:

а) планирование работ по оценке удовлетворенности потребителей;
б) определение и структурирование потребителей;
в) определение показателей, методов, периодичности оценки удовлетворённости потребителей;

г) разработка и валидация анкет оценки удовлетворённости соответствующих категорий потребителей;

д) сбор и анализ информации об удовлетворённости потребителей;

е) оценка степени удовлетворённости потребителей различными аспектами работы техникума по результатам анкетирования (для каждого исследования вырабатываются критерии оценки, составляются анкета и программа ее обработки);

ж) оценка степени удовлетворённости потребителей по косвенным показателям, характеризующим степень удовлетворённости;

з) обработка и анализ результатов оценки;

и) формирование планов корректирующих и предупреждающих мероприятий для улучшения качества предоставляемой образовательной услуги.

4.2 Планирование, определение периодичности работ по оценке удовлетворенности

Оценка и анализ удовлетворённости внутренних потребителей проводится не реже 1 раза в год. По необходимости может проводиться внеплановое



анкетирование. Оценка и анализ удовлетворённости внешних потребителей проводится не реже 1 раза в три года.

Работы по мониторингу удовлетворённости потребителей включаются в годовой план работы техникума.

4.3 Определение и структурирование потребителей

В качестве внутренних потребителей результатов образовательного процесса и заинтересованных сторон выступают абитуриенты, студенты, их родители или законные представители, преподаватели, кураторы, административно-управленческий персонал техникума.

К внешним потребителям относятся: учредитель, работодатели.

4.4 Определение системы оцениваемых показателей/критериев

4.4.1 Индикаторами оценки удовлетворённости потребителей являются:

- а) требования и ожидания потребителей;
- б) качество и уровень знаний, навыков, умений студентов;
- в) качество учебно-методических ресурсов;
- г) качество материально-технических ресурсов;
- д) качество работы преподавательского и вспомогательного состава;
- е) качество инновационной и научной деятельности;
- ж) конкурентоспособность, востребованность выпускников на рынке труда.

4.4.2 Косвенные показатели включают информацию, полученную в установленном порядке от контролирующих органов и потребителей о качестве продукции или услуг, включая результаты анкетирования, рекламации, пожелания и иные документы.

4.5 Определение методов оценивания

К методам изучения удовлетворённости потребителей относятся:

- а) анкетирование;
- б) тестирование;
- в) экспертные оценки;
- г) анализ документов и внешней поступающей информации (СМИ, интернет);
- д) наблюдение и пр.

4.6 Проведение экспертизы анкет

Составленные анкеты подлежат рассмотрению и утверждению на заседании Управляющего совета. Материалы для анкетирования должны соответствовать целям и задачам мониторинга удовлетворённости потребителей, обладать корректными и недвусмысленными формулировками, не выходить за пределы компетентности опрашиваемых.

4.7 Получение информации от потребителей (анкетирование)

4.7.1 В техникуме предусмотрено анкетирование следующих групп:

- обучающихся техникума;



- преподавателей;
 - родителей (законных представителей) обучающихся;
 - выпускников;
 - работодателей
- и др.

4.7.2 Анкетирование может проводиться как на бумажных носителях, так и в электронной форме.

4.7.3 В анкетах могут быть использованы следующие формы ответов:

- а) альтернативный выбор одного (или более) ответа из нескольких;
- б) оценивание предложенных критериев по предложенной шкале;
- в) написание краткого ответа.

4.7.4 Анкетирование в электронной форме проводится в компьютерных кабинетах под руководством ответственного за организацию анкетирования специалиста.

4.7.5 Участие в анкетировании добровольно и может быть предусмотрено анонимно.

4.7.6 До начала анкетирования ответственный за организацию анкетирования специалист должен:

а) кратко объяснить участникам цель и задачи исследования, подчеркнуть важность анкетирования для совершенствования подготовки выпускников;

б) обратить особое внимание участников на анонимность анкетирования и на то обстоятельство, что после заполнения анкет, содержащаяся в них информация будет обработана и использована только в обобщённом виде;

в) указать, что каждый участник анкетирования должен заполнить анкету самостоятельно, ни с кем не советуясь по содержанию ответов, также необходимо указать на то, что от искренности и точности ответов участников на вопросы анкеты зависит правильность выводов по итогам опроса и эффективность разработанных на их основе рекомендаций;

г) отнестись с вниманием к каждому случаю отказа отвечать на вопросы анкеты, в тактичной форме вновь объяснить цель исследования, указать на общественную полезность исследования, подчеркнуть его анонимность.

4.8. Анализ удовлетворенности потребителей со стороны руководства

Результаты анкетирования обрабатываются, анализируются и доводятся до сведения руководства и других заинтересованных сторон для определения корректирующих и предупреждающих действий.

5. Ответственность и полномочия участников процесса

5.1. Формой отчета руководителя мониторинговой группы является аналитическая справка, которая заслушивается на заседании аппаратного совещания или Управляющего совета.



ГБПОУИО «ИАТ»

ГБПОУИО «ИАТ»

Положение об оценке удовлетворенности потребителей
условиями и деятельностью ГБПОУИО «ИАТ»

СМК.2-ПО-4.2.3-110.3-2019

5.2. На основании аналитической справки определяются проблемы, вырабатываются пути их решения.

