

**ПРОГРАММА КОМПЛЕКСНОЙ РЕОРГАНИЗАЦИИ И  
ОПТИМИЗАЦИИ до 2020 года  
НОУ ВПО «СОВРЕМЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»  
г. Рязань**

**1. ЦЕЛЬ ПРОЕКТА, ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ**

Стратегической целью Программы реорганизовать **НОУ ВПО «СОВРЕМЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»** (далее **Институт**) путем инновационного развития с целью эффективного решения проблем образования, совершенствования материально-технической базы, методического обеспечения, создания условий для мобильности студентов и преподавателей и реализации принципа непрерывного образования и, таким образом повышения конкурентоспособности НОУ ВПО «СТИ».

Институт один из немногих негосударственных вузов РФ, ведущий подготовку высококвалифицированных кадров реального сектора экономики: промышленного и гражданского строительства, энергетики, химической технологии, сервиса и туризма. Мировая экономика увеличивает спрос на специалистов технических специальностей, инженеров-строителей, химиков, специалистов компьютерных технологий – так называемых STEM – специальностей.

Институт является стратегическим партнером и базовым вузом Рязанской области в сфере кадрового и научно-инновационного обеспечения строительной отрасли, призванной оказать наибольший эффект на экономику России. Одним из ключевых аспектов развития Института является активная диверсификация и укрепление позиций не только в области архитектурно-строительных, но и других технологий, таких как экономика и менеджмент строительства, архитектуры и энергетики. Диверсификация позволит в дальнейшем упрочить позиции Института как ведущего кластера образовательного и исследовательского центра ЦФО. **Стратегическая цель Института предусматривает его вхождение и закрепление в состав ведущих учреждений высшего и среднего профессионального образования к 2020 г.**

**Тактические шаги развития Института** предполагают достижения ряда основных и дополнительных показателей.

**Основные целевые показатели:**

1. Средний показатель цитируемости - 20.
2. Доля иностранных студентов, обучающихся на основных образовательных программах, 10% (считается с учетом студентов из стран СНГ).
3. Средний балл ЕГЭ студентов Института, принятых для обучения по очной форме обучения по программам подготовки бакалавров - 60.
4. Доход от источников по статьям, отличным от «Плата за обучение» - не менее 10 000 000 руб. в год.

**Дополнительные целевые показатели:**

1. Доля студентов и аспирантов, вовлеченных в инновационную деятельность и научные исследования на платной основе - 10%.
2. Доля инженерных основных образовательных программ (далее - ООП), аккредитованных по международным стандартам, в ООП, реализуемых в Институте - 100%.

3. Доля выпускников, трудоустроенных по профильному направлению подготовки – 99,5%.

4. Доля доходов от НИОКР в сумме доходов университета - 10%.

Для достижения соответствующих позиций к 2020 г. требуется радикальное повышение репутации Института в образовании и научных исследованиях, в том числе многократное усиление привлекательности бренда и узнаваемости в телекоммуникационных сетях.

## **2. ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ**

Для ликвидации разрывов между текущими и целевыми значениями показателей и характеристик в рамках направлений развития Института необходимо реализовать следующий план мероприятий:

### **1. Вступление в АССОЦИАЦИЮ «ВОЛЖСКИЙ СЕТЕВОЙ УНИВЕРСИТЕТ»:**

- формирование экспериментальной площадки, для реализации сетевого вуза;
- создание общей картотеки кадровых ресурсов;
- определение направлений для сетевого взаимодействия;
- утверждение программы оптимизации института на основе сетевых ресурсов;
- определение и привлечение дополнительных источников финансирования образовательных учреждений сетевого университета;
- формирование единого научно-образовательного пространства;
- создание общего информационно-библиотечного ресурса;
- анализ международных программ и международной деятельности. Международная аккредитация;
- проведение мониторинга результатов создания сетевого вуза;

**2.** Международное сотрудничество с Берлинским университетом имени Штайнбайса (Steinbeis Hochschule Berlin, SHB). Получение международной аккредитации. Повышение конкурентоспособности и привлекательности вуза за счет возможности получения двух дипломов, признания дипломов за рубежом, повышения качество обучения.

**3.** Обеспечения концентрации ресурсов на прорывных направлениях, отказ от неэффективных направлений деятельности. Оптимизации работы ВУЗа.

**4.** Внедрение программы управления ВУЗОм (ИСУ ВУЗ) и дистанционного образования.

**5.** Для привлечения школьников развитие учрежденных Институтom, ежегодных интеллектуальных конкурсов «Серебрум» и «Теория всего». Организация и проведение обучающих лагерей, УР и «Пламенный».

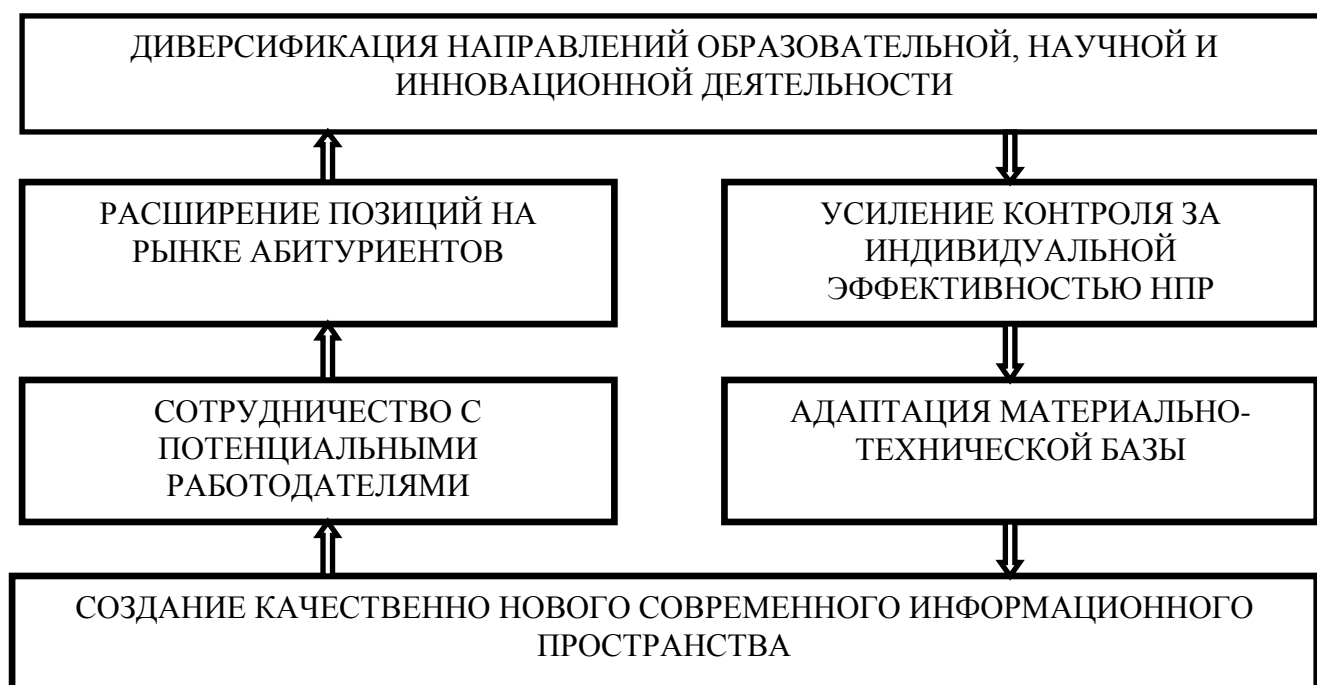
### 3. ЦЕЛЕВАЯ МОДЕЛЬ ИНСТИТУТА

Референтная группа, служащая ориентиром целевой модели Института, включает в себя ведущие университеты мира:

- Массачусетский Технологический Институт (Massachusetts Institute of Technology, MIT);
- Берлинский университет имени Штайнбайса (Steinbeis Hochschule Berlin, SHB).

Целевая модель разработана, исходя из миссии и стратегической цели Института. При разработке целевой модели был использован и адаптирован опыт университетов референтной группы. Проведенный анализ позволил выделить в них наилучшие практики для использования в целевой модели Института.

#### *Основные элементы целевой модели Института*



### 4. МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

Ключевыми составляющими маркетинговой стратегии Института являются интернационализация, активная научно-исследовательская и инновационная деятельность, сбалансированная диверсификация.

**Интернационализация деятельности Института** предполагает сопоставимую с лучшими российскими и мировыми практиками академическую мобильность, расширение доли иностранных студентов, активное участие Института в общественной деятельности, научно-исследовательских и образовательных проектах.

**На текущий момент определены два ключевых рычага, которые позволят повысить уровень интернационализации Института:**

А) Реализация международных партнерских научно-образовательных программ, что предполагает определение сети ключевых партнеров Института в области международного сотрудничества и формирование совместных программ с университетами-партнерами.

Б) Активизация сотрудничества с ведущими иностранными коммерческими учебными заведениями, активное участие научных сотрудников, преподавателей, аспирантов и студентов Института в международных общественных и образовательных программах.

**Активная научно-исследовательская деятельность предполагает:**

- расширение исследовательской деятельности как обязательной части работы преподавателей и программ обучения студентов;
- создание кластерного исследовательского центра;
- активное сотрудничество Института с ведущими российскими и мировыми научно-исследовательскими центрами;
- обеспечение реализации полного инновационного цикла, включая инжиниринговое сопровождение;
- создание выпускниками и студентами малых компаний;
- коммерциализацию результатов научно-исследовательской деятельности Института;
- работу НПП в качестве консультантов и экспертов в крупных компаниях;
- привлечение студентов и аспирантов в качестве исполнителей заказных работ в Институте.

**Диверсифицированная и расширенная образовательная специализация Института:**

- внедрение сопутствующих гуманитарных направлений подготовки;
- внедрение образовательных программ в области управления инновационной деятельностью;
- передовые современные методы образования, построенного в соответствии с международными стандартами; привлечение абитуриентов из зарубежных стран.

## **5. РЫНОК ИССЛЕДОВАНИЙ - ОСНОВНЫЕ ОТРАСЛИ И НАУЧНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ**

Активизация Института на рынке научно-исследовательской деятельности в период до 2020 г. предполагает существенное продвижение в следующих направлениях:

**А) Энергетика и энергосбережение;**

**Б) Индустрия и исследование в области строительства и архитектуры;**

**В) Менеджмент, управление и экономика в строительной-архитектурной и энергетической отраслях.**

Реализация проекта повышения конкурентоспособности Института позволит существенно активизировать сотрудничество с ведущими компаниями РФ. Также предполагается активное участие Института в Президентской программе подготовки кадров.

## **6. РЫНОК АБИТУРИЕНТОВ - ГЕОГРАФИЯ, КАЧЕСТВЕННЫЙ СОСТАВ И СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТАЛАНТОВ.**

Территориально рынок абитуриентов Института достаточно широк и включает в себя субъекты Российской Федерации, страны СНГ, а также страны зарубежья.

**Российский рынок** абитуриентов представлен, в первую очередь, крупными региональными центрами. Наиболее перспективными абитуриентами Института выступают учащиеся, вовлеченные в программы доВУЗовской подготовки Института, в том числе участники профильных конкурсов и олимпиад для школьников и студентов техникумов.

**Зарубежный сегмент** рынка абитуриентов/магистрантов включает в себя, в первую очередь, страны СНГ, Европу, Китай.

## **7. РЫНОК РАБОТОДАТЕЛЕЙ - ТИПЫ КОМПАНИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ, НА КОТОРЫХ БУДЕТ ОРИЕНТИРОВАТЬСЯ ВУЗ**

В соответствии со стратегической целью Института, основными потенциальными работодателями, на потребности которых будет ориентировать свое развитие Институт, являются:

- строительные, проектные, энергетические компании, сфера сервиса и туризма;
- муниципальные и федеральные органы исполнительной власти и находящиеся в их ведении организации по соответствующим направлениям;
- субъекты малого и среднего бизнеса.

Развитие информатизации деятельности Института, соответствующее мировым трендам, будет способствовать его полноправному вхождению в российские и мировые образовательное, научное и бизнес - пространства.

## **8. ИНФОРМАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ВУЗА. ОБЛАСТИ ИНФОРМАТИЗАЦИИ**

**В сфере информатизации целевая модель ВУЗа предусматривает:**

- создание единой информационной инфраструктуры, обеспечивающей широким набором корпоративных сервисов для студентов, аспирантов, НПР и АУП Института, а также общественности, работодателей и будущих абитуриентов; обеспечение доступа через личные кабинеты к учебным материалам, электронной почте, видеоконференциям, мировым ресурсам и библиотекам;
- разработку англоязычных сервисов медиа - контента, включая дистанционные лекции, консультации, лабораторные и экспериментальные работы с удаленными информационными ресурсами;
- переход к использованию дистанционных обучающих платформ, интегрированных в международную образовательную среду, развитие on-line коммуникаций со студентами, совершенствование электронного контента всех учебных курсов;
- организацию точек присутствия Института в современных медиа - ресурсах (интернет, социальные сети, поддержка каналов YouTube) с целью популяризации образования и науки;
- создание архива публикаций, монографий и учебных изданий сотрудников Института (в т.ч. на английском языке) с открытым доступом.

## **9. КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗА, ВКЛЮЧАЯ ВЫСШЕЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ ЗВЕНО И НПР**

Для эффективного выхода и закрепления на рынке Институту потребуются радикальные изменения:

### **А) Механизмов мотивации:**

Изменение **механизмов мотивации** предполагает использование индивидуализации целей и ключевых показателей эффективности, привязку системы мотивации персонала к достижению поставленных целей, переход к эффективным контрактам.

### **Б) Кадровой политики:**

Изменение **кадровой политики** предполагает внедрение механизмов горизонтального и вертикального перемещения (ротации) сотрудников для формирования межфункциональных компетенций, формирование кадровых резервов разного уровня. Также предполагается реализация ряда новых подходов с целью укрепления кадрового потенциала НПП, в том числе квалификационных требований по количеству публикаций и по уровню владения английским языком; введение стартовой целевой поддержки научных исследований и системы поддержки со стороны Института специальных кадровых позиций (на 1 - 2 года) для выпускников аспирантур.

#### **В) Политики рекрутинга:**

Изменение **политики рекрутинга** предполагает использование конкурентных рыночных механизмов для привлечения в Институт:

- собственных талантливых выпускников;
- выпускников ведущих профильных вузов;
- привлечение к работе и сотрудничеству специалистов-практиков из профильных российских и зарубежных бизнес - структур.

### **10. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ВУЗА И ИХ ОБОСНОВАНИЕ**

Целевая модель Института предполагает дальнейшее активное развитие и усиление образовательной и научно-технической инфраструктуры Института. Современная материально-техническая база Института составит основу будущего комплекса. Ее предполагается дополнить и расширить лабораториями и научно-исследовательским кластером, а также доступом к научно-исследовательским мощностям ведущих университетов и научно-исследовательских центров, сотрудничающих с Институтом.

Однако достижение и удержание позиций научно-образовательного центра предполагает непрерывную модернизацию и адаптацию лабораторной базы к требованиям научно-технического прогресса.

**Научно-техническая база Института также будет дополнена инфраструктурой предприятий.**

### **11. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА**

**Экономическая модель развития** Института построена, исходя из целевых установок, разработанных на основе показателей референтной группы университетов.

**Стратегическая цель достигается** путем создания интегрированной системы:

***ОБРАЗОВАНИЕ – ПРЕДПРИЯТИЕ - НАУКА - ИННОВАЦИИ С ОБРАТНЫМИ СВЯЗЯМИ***

а также гибкой диверсификацией деятельности Института в соответствии с потребностями рынка образовательных услуг и рынка труда.

**Предположения**, использованные при создании экономической модели развития Института:

- доход от диверсификации и расширения деятельности Института (включая издательскую и консалтинговую деятельность, реализацию проектов в области строительства, архитектуры и энергетики) может составлять до 20% общих входящих денежных потоков.

## **12. УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ**

Успех реализации проекта по повышению конкурентоспособности Института связан с выбором правильного подхода к управлению изменениями. Определение и реализация мероприятий по управлению изменениями и коммуникациями, а также оценка хода трансформации позволит поддерживать программу изменений Института на всех этапах ее реализации.

### **Риски:**

- инертность академической среды к изменениям, что, как правило, является традиционным атрибутом ВУЗов на территории постсоветского пространства;
- высокий средний возраст сотрудников и преподавателей ВУЗа.

## **13. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ**

Одним из неотъемлемых условий успешной реализации проекта является обеспечение обратной связи. Для наиболее эффективного выполнения данной задачи планируется обеспечить как наиболее полный охват возможных источников обратной связи, так и инструментов получения обратной связи.

Среди источников обратной связи предполагаются прежде всего обучающиеся, НПР, административно-управленческий персонал, Министерство образования и науки РФ и партнеры Института (как другие ВУЗы, так и бизнес-сообщество).

Ключевыми инструментами обеспечения обратной связи предполагаются электронные источники (веб-сайт Института, электронная почта, страницы Института в социальных сетях), проведение специальных встреч и неформальное общение с ключевыми заинтересованными сторонами, мониторинг СМИ и социальных сетей, проведение опросов о ходе реализации проекта как внутри Института, так и за его пределами.

Мероприятия по обеспечению обратной связи планируется начать в 2014 г. и продолжать в течение всего периода реализации проекта.

## **14. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ**

Институт не может преследовать долгосрочные цели без долгосрочных источников финансирования. Именно поэтому важным фактором, сопровождающим процесс развития является активное использование альтернативных источников финансирования.

### **Задачи предусматривают:**

- Анализ лучших практик привлечения финансирования в ведущих университетах;
- Разработку стратегии привлечения финансирования. Развитие функции по привлечению финансирования;
- Определение целевой аудитории - потенциальных пожертвователей/спонсоров. Разработка пакета спонсорских предложений;
- Организацию взаимодействия с выпускниками Института и различными благотворительными фондами;
- Создание специального раздела на веб - сайте, ориентированного на привлечение пожертвований;
- Обеспечение прозрачности информации о проводимых/планируемых направлениях деятельности, способных заинтересовать потенциальных пожертвователей/спонсоров, а также информирование целевых аудиторий о достижениях в деятельности Института;

- Проведение активных кампаний по привлечению финансирования в целом и под конкретные проекты.
- Сформировать систему долгосрочной поддержки перспективных направлений развития Института;
- Обеспечить финансовую устойчивость и независимость Института в долгосрочной перспективе.

**Доходы планируется направлять на следующие задачи:**

- Поддержка ученых, преподавателей, студентов и аспирантов;
- Финансирование научно-исследовательской и научно-практической деятельности студентов и преподавателей Института.

**Основные проблемы, с которыми может столкнуться в данном направлении Институт, выражаются в следующем:**

- Предположительно малый первоначальный объем капитала, который не может сразу гарантировать получение существенного дохода;
- Несовершенство законодательной базы и эффективной налоговой стимуляции доноров государством;
- Возможное желание потенциальных доноров видеть быстрый результат и прямую отдачу для благополучателя.

**Для успешного преодоления упомянутых выше проблем либо для минимизации их негативного эффекта планируется следующий ряд действий, основанный на примерах из практики иностранных университетов:**

- Развитие профессиональных компетенций у сотрудников для проведения успешных кампаний по привлечению средств;
- Внедрение эффективных технологий;
- Информирование потенциальных доноров (представители бизнес-сообщества, фонды содействия науке, частные инвесторы) с целью стимулировать их более активное участие.

## 15. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ И РЕПУТАЦИЕЙ

Позиция Института на национальном и международном рынках образовательных, научно-исследовательских и коммерческих услуг во многом зависит от его успешной репутации в профильных кругах и сформированного сильного бренда.

Институт успешно завоевывает признание на рынке строительных кадров Рязани и области. На очереди общественное признание на Российском рынке.

Одним из важных этапов успешного позиционирования Института в числе лидеров образования, науки и исследований является развитие собственного бренда и деловой репутации. На становление сильного узнаваемого бренда Института будут влиять как практика создания качественного продукта образовательных и научно-исследовательских услуг, разветвленность сети контактов Университета в бизнес и научной среде, так и системность подхода к бренд - менеджменту.

**Основными факторами, влияющими на становление и восприятие рынком сильного бренда Института являются:**

- качество коммуникаций в заинтересованной среде (абитуриенты, студенты, научные и бизнес - партнеры, государственные органы и др.)
- международное сотрудничество, мультикультурный подход к деятельности;
- широта представленности в различных сферах деятельности;
- качественное информационное позиционирование;
- социально-ориентированная деятельность.

**В качестве основных направлений в сфере управления репутацией и брендом следует выделить:**

- постоянный мониторинг рынка технологий и исследовательских услуг, выявление и использование текущих трендов;
- развитие международных образовательных и научно-исследовательских контактов;



- развитие клиентской базы;
- расширение связей с бизнес - партнерами по вопросу трудоустройства выпускников;
- всестороннее освещение актуальных направлений деятельности, качественное и современное представительство Института в СМИ, интернете (статьи, видеоролики, новостной портал, активность в социальных сетях);
- проведение открытых для посещения широкой общественности мероприятий;
- реализация социально-ориентированных проектов.

Важно отметить кросс-направленность данной деятельности, ее тесную взаимосвязь со всеми приоритетными сферами активности Института. Для эффективной реализации данного направления необходимо интегрированное взаимодействие всех подразделений Института, позволяющее достичь максимального эффекта. Активный и эффективный бренд-менеджмент позволит ускорить достижения Института в образовательной и научно-технической сферах, ускорит реализацию ВУЗом проекта.

## **16. ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Четкое выполнение всех тактических и стратегических задач проекта приведет к созданию на территории Рязанской области крупного российского образовательного и научно-исследовательского кластера, что, несомненно, будет способствовать повышению престижа Российской науки и образования, а так же повышению конкурентной способности специалистов на мировой арене.

Ректор

Ширяев А.Г.