

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

(наименование института полностью)

Кафедра «Менеджмент организации»

(наименование кафедры)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Производственный менеджмент

(направленность (профиль))

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: «Разработка антикризисных мероприятий по управлению
организацией (на примере ФГБОУ ТГУ, ИФЭиУ)»

Студент

Е.Д. Перевезенцева

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

М.О. Искосков

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Консультант

С.А. Гудкова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой «Менеджмент организации»
канд. экон. наук Васильева С.Е

(личная подпись)

«5» июня 2017 г.

Тольятти 2017

Аннотация

Бакалаврскую работу выполнил студент: Перевезенцева Е.Д.

Тема работы: «Разработка антикризисных мероприятий по управлению организацией (на примере ФГБОУ ТГУ, ИФЭиУ)

Научный руководитель: д-р.экон.наук, доцент Искосков М.О.
(ученая степень, звание, должность; ФИО)

Цель исследования – разработка антикризисных мероприятий по управлению организацией.

Объект исследования – ФГБОУ ТГУ, ИФЭиУ.

Предмет исследования – процессы дистанционного обучения

Методы исследования – аналитический, системный, метод мозгового штурма, синтез, прогнозирование и т.д.

Краткие выводы по бакалаврской работе: Конкуренция на образовательном рынке в настоящее время усиливается. Для того, чтобы ВУЗ мог занимать лидирующие позиции на рынке образовательных услуг необходимо заниматься его продвижением и выходить за границы города.

Практическая значимость работы заключается в том, что отдельные её положения в виде материала подразделов 3.1, 3.2, 3.3 могут быть использованы ВУЗами для увеличения числа студентов.

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, списка литературы из 37 источников. Общий объем работы, без приложений, 67 страниц машинописного текста, в том числе таблиц-14, рисунков – 13.

Abstract

The title of the given graduation work is The Development of Anti-crisis Measures to Manage the Organization by the Example of the Institute of Finance, Economics and Management of Togliatti State University.

This graduation work is devoted to the issue of promoting distance education in order to solve the territorial problem and increase the number of students.

The aim of the work is to give some information about the development of anti-crisis measures for the management of the enterprise.

The object of the graduation work is Institute of Finance, Economics and Management of Togliatti State University.

The subject of the graduation work is the processes of distance education.

The key issue of the graduation work is promotion of distance education. A detailed description of the institute and the identification of its problems are highlighted in the project's general part. The third part of the project gives details who is the client of the educational institution, as well as about social networks and their role in the promotion of the university. Finally, we present the work on the profit from proposed activities.

Taking into consideration the fact that competition in the educational market is increasing, it can be concluded that university needs to pay special attention to advancement. The theory of generation has confirmed that the modern generation is dependent on the Internet and social networks. Overall, the results suggest that promotion through social networks is the most effective solution.

Содержание

Введение	5
1 Современная система образования	7
1.1 Развитие системы образования: вчера, сегодня, завтра	7
1.2 Перспективы развития дистанционных образовательных технологий	17
1.3 Рынок образовательных услуг г.о. Тольятти	26
2 Анализ деятельности организации	30
2.1 Финансово-экономические показатели ИФЭиУ	30
2.2 Проблемы в развитии института	40
3 Разработка мероприятий по антикризисному управлению организацией	45
3.1 Тенденции в продвижении ДОТ	45
3.2 Предложения по разработке антикризисных мероприятий по управлению организацией	50
3.3 Аprobация разработанных предложений	58
Заключение	64
Список использованной литературы	66

Введение

Образование на сегодняшний день – это одна из наиболее динамичных и перспективно развивающихся отраслей экономики, а рынок образовательных услуг - один из наиболее высоких по темпам развития и роста. Для того, чтобы высшее учебное заведение оставался конкурентоспособным необходимо постоянное совершенствование.

Процессы информатизации общества не могли не сказаться на развитии систем обучения. Применение современных сетевых информационных технологий в учебном процессе во многом способствовало тому, чтобы сделать образование максимально доступным, открытым и востребованным более широкими слоями общества. Одним из эффективных направлений в развитии высшего образования является использование в учебном процессе системы дистанционного обучения.

Актуальность темы исследования обусловлена высокой значимостью продвижения ВУЗа для поддержания числа студентов на достойном уровне. Поскольку Тольяттинский государственный университет является крупным вузом в г.о. Тольятти, но существует жесткая конкуренция в самой области, увеличение количества студентов очной формы – задача сложная. Поэтому для обеспечения ТГУ достаточным количеством абитуриентов необходимо выходить за территорию города. Дистанционное образование может стать решением территориальной проблемы для России. Лидирующие зарубежные ВУЗы уже давно осознали важность использования дистанционного образования. Успешное позиционирование дистанционного образования напрямую влияет на количество абитуриентов.

Целью исследования является разработка антикризисных мероприятий по управлению организацией (на примере Тольяттинского государственного университета).

Для реализации поставленной цели предусмотрено решение следующих задач:

1. Выполнить анализ теоретических аспектов системы образования в России;
2. Проанализировать финансово-экономические показатели образовательного учреждения, в частности, ИФЭиУ и выявить проблемы в развитии дистанционного образования;
3. Разработать антикризисные мероприятия по управлению на примере ИФЭиУ.

Объектом исследования является ФГБОУ ТГУ, ИФЭиУ.

Предметом исследования – процессы дистанционного образования в ИФЭиУ.

Теоретической и методической базой исследования стали материалы по менеджменту, научные статьи, стандарты, документы по финансово-хозяйственной деятельности ИФЭиУ.

В работе применены апробированы методы исследования, анализа и обработки материала, в том числе аналитический, системный методы, метод мозгового штурма, синтез, прогнозирование и т.д.

Практическая значимость работы заключается в том, что отдельные её положения в виде материала подразделов 3.1, 3.2, 3.3 могут быть использованы ВУЗами для увеличения числа студентов.

Бакалаврская работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, списка литературы из 37 источников. Общий объем работы без приложений 67 страниц машинописного текста.

1 Современная система образования

1.1 Развитие системы образования: вчера, сегодня, завтра

В современном понимании то, происходящее в XII-XVIII веках в образовании трудно отнести к высшему образованию, однако для развития отношений с другими странами, мореплаванию и культуре требовалось развитие общества. Но все же образование продолжало находиться под властью церкви, поэтому высшим образованием в те времена объединяло лишь философию Аристотеля и христианское богословие. Но тем не менее это стало первыми шагами, которые были сделаны и Европейскими странами, не было никакой разницы, кроме временного промежутка, Европа переступила через этот этап раньше, чем Россия и там наконец открылись первые университеты. Они были открыты в XII-XV веках, поэтому сложно спорить, что образование в России развивалось с некоторым запозданием по сравнению с Европой. [1]

Высшее образование в XVIII-XIX веках можно охарактеризовать переходом России от схоластического образования к университетскому образованию. В этом есть немалые заслуги Петра I, ведь именно его реформы дали возможность для открытия первых университетов:

- Академический университет в Петербурге (Санкт-Петербургский государственный университет) – 1726 г. [2]

- Московский университет (МГУ) – 1755 г.

Далее университеты продолжали открываться, но до 1917 года было открыто только 11. Но наряду с этим также произошло открытие высших учебных заведений, которые по тем временам считались «неуниверситетским типом» – к ним относились педагогические, сельскохозяйственные и технические институты. Но с их открытием важность университетов была все также огромной и продолжала увеличиваться.

Наиболее престижным считалось военное и военно-техническое образование, это было связано с установлением военно-феодалного режима

Российской империи. Только привилегированные сословия, такие как дворянства и купечество могли получить высшее. Это было связано не только с высокой стоимостью обучения, но и с тем, что у крестьян не было необходимости получать такое обучение и знания, преподаваемые тогда в высшем учебном заведении. Крестьяне воспитывались общинно, традиционно.

В итоге к началу XX века грамотность населения была на очень низком уровне. Для исправления ситуации было решено открыть еще 15 университетов, но развязавшаяся Первая мировая война и недостаток средств в бюджете не позволили воплотить решение в жизнь. [29]

Первая задача, которую намеревались решить власти СССР относительно образования была ликвидация неграмотности у взрослого населения. В 20-е годы XX века преимущественно решалась эта проблема, но и высшее образование не было заброшено. [29]

В первую пятилетку (1928-1932 годы) численность студентов резко возросла, но произошло снижение качества образования. Рост числа студентов был связан с острым недостатком специалистов, имеющих высшее образование. Качество обучения начало улучшаться уже во времена второй пятилетки. Наряду с повышением качества образования увеличилось число ВУЗов, в 1933 году их число составило 832. [12]

В 40-50 годы XX века на почве успешного освоения космоса, развития ядерной энергетики произошло увеличение интереса к высшему образованию, особенно университетского. Но при этом число ВУЗов выросло незначительно.

В 80-е – начало 90-х годов сблизилась технические и гуманитарные специальности, проще всего было это сделать в университетах. А также отметилось увеличение сотрудничества между различными странами. Создавались совместные научные проекты, унифицировались учебные планы, а также происходил обмен студентами и преподавателями. [29]

Распад Советского Союза принес как плюсы, так и минусы.

К минусам относится то, что взаимодействие с университетами бывших Союзных республик усложнилось или вовсе стало невозможно. Помимо этого, немалая часть Российских преподавателей мигрировали в Европу или США.

Плюсом в распаде Союза является то, что в Россию переехали высококвалифицированные специалисты, которые покинули в связи с разными причинами ныне независимые государства ближнего зарубежья. [12]

Для преодоления разрыва в количестве университетов между Россией и Европой в 1992 году многие узкоспециализированные институты переименовали в университеты, так, что их численность за один 1992 год возросла с 48 до 97. [

90-е годы отмечался интерес к гуманитарным специальностям, продолжилось это и в начале 2000-х, поэтому сейчас можно заметить некоторый избыток специалистов экономических и юридических специальностей. В свою очередь наиболее востребованы выпускники, окончившие технические специальности. [29]

По статистике на 2016 год в России 896 университетов: 366 частных и 530 государственных, в том числе 29 национальных исследовательских, 10 федеральных, 2 с особым статусом (МГУ, СПбГУ). ВУЗы насчитывают 4 766 500 студентов и 319 300 преподавателей.

Также важно отметить, что сейчас больше 85% обучающихся в общеобразовательных организациях планируют продолжать обучение.

Из рисунка 1.1 наблюдается положительная динамика роста желающих продолжить обучение. Особенно явно это выражено у обучающихся в гимназиях, лицеях или общеобразовательных организациях с углубленным изучением отдельных предметов – 96,3% планируют продолжать обучения.

Но несмотря на это только 54% россиян в возрасте от 25 до 64 лет имеют высшее образование, констатировала Международная организация экономического сотрудничества и развития (The Organisation for Economic Cooperation and Development, OECD) в своем докладе. (Рисунок 1.2) [24]

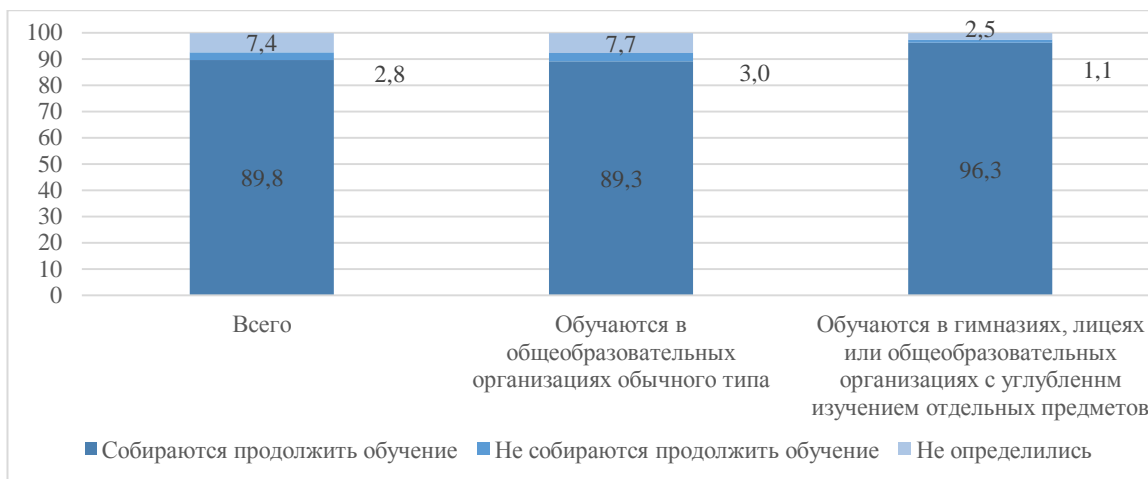


Рисунок 1.1 - Намерения обучающихся общеобразовательных организаций продолжить обучение [17]

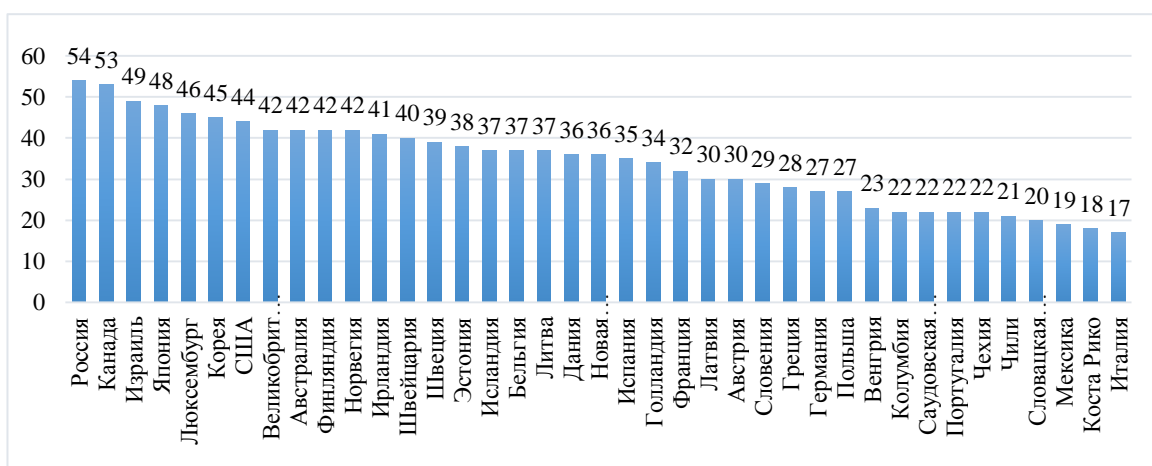


Рисунок 1.2 - Процент людей с высшим образованием

Из рисунка 1.2 видно, что по сравнению со многими странами Россия занимает первое место по количеству людей с высшим образованием. В первую пятерку входят такие страны как Канада, Израиль, Япония, Люксембург, уровень жизни в которых существенно отличается.

Высшей школой экономики было проведено исследование, в ходе которого было выявлено, что при поступлении по программам бакалавриата и магистратуры мужчины отдают свое предпочтение техническим наукам, а женщины гуманитарным. Наибольшее число мужчин отдало предпочтение транспортным средствам, а женщин здравоохранению. Всего в исследовании приняло участие 1 474 325 мужчин и 1 718 801 женщина.

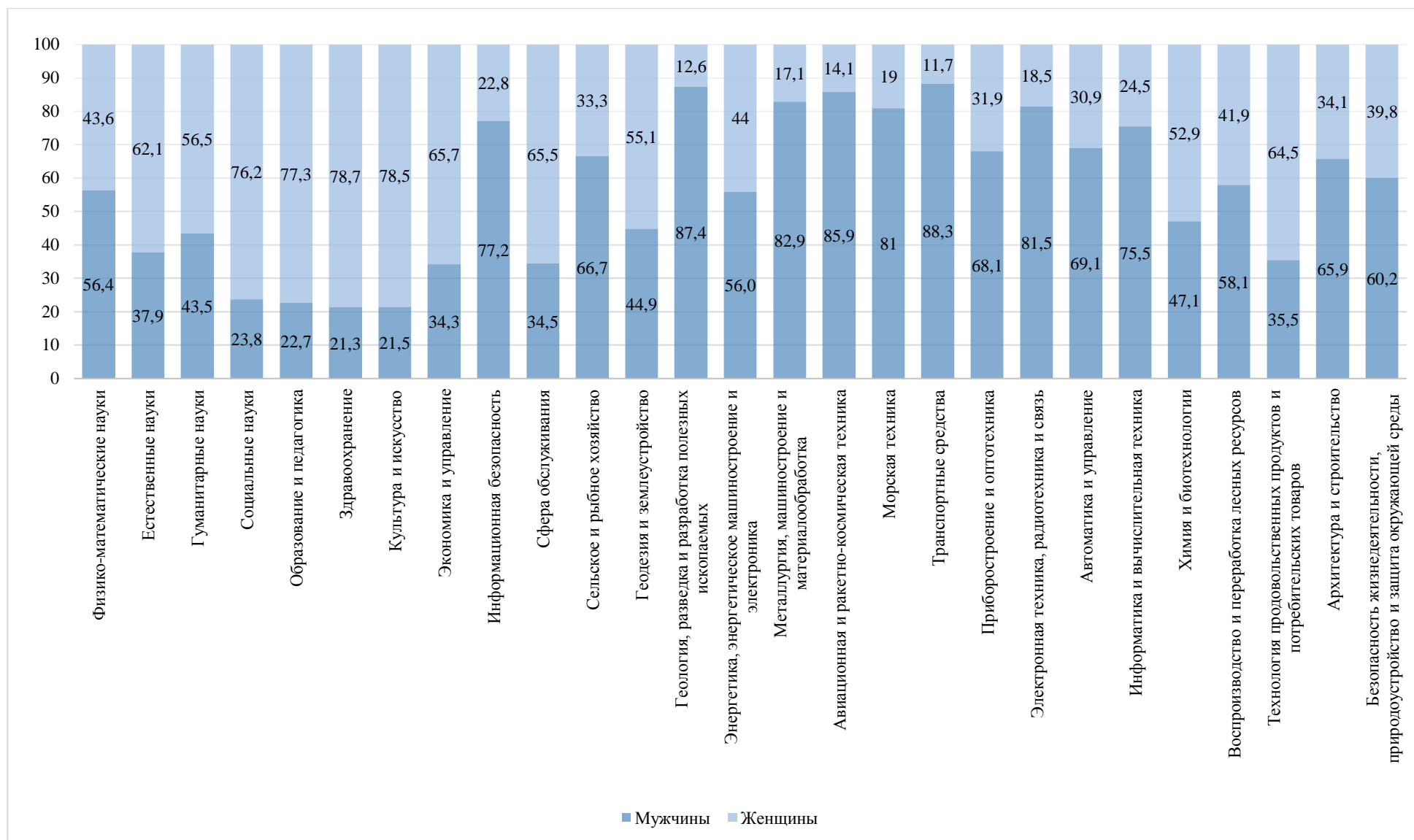


Рисунок 1.3 - Статистика мужчин и женщин, обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры [17]

Таблица 1.1 - Уровень участия в рабочей силе населения, имеющего высшее образование, по специальностям и направлениям подготовки по диплому [26]

Специальности и направления подготовки	Рабочая сила, тыс. чел.	В том числе		Уровень занятости, проценты*	Уровень безработицы, проценты**
		занятые	безработные		
Всего	23754	230045	709	82,2	3,0
Экономика и управление	6325	6107	218	83,8	3,5
Образование и педагогика	3861	3765	96	78,4	2,5
Гуманитарные науки	2868	2749	119	83,9	4,1
Здравоохранение	1492	1477	15	84,2	1,0
Архитектура и строительство	1191	1157	34	82,0	2,8
Энергетика, энергетическое машиностроение и электротехника	907	887	19	84,7	2,1
Сельское и рыбное хозяйство	732	705	27	76,2	3,7
Металлургия, машиностроение и металлообработка	774	754	21	79,6	2,7
Информатика и вычислительная техника	698	681	17	92,6	2,4
Транспортные средства	625	605	20	85,1	3,2
Физико-математические специальности	421	411	10	83,8	2,4
Электронная техника, радиотехника и связь	495	482	13	82,1	2,6
Культура и искусство	459	444	14	82,5	3,1
*Удельный вес занятых в общей численности населения с высшим образованием соответствующей специальности (направления подготовки)					
**Удельный вес безработных в численности населения с высшим образованием, входящего в состав рабочей силы, соответствующей специальности (направления подготовки).					

В таблице 1.1 представлен уровень участия в рабочей силе населения, имеющего высшее образование, по специальностям и направлениям подготовки. Из данной таблицы можно сделать вывод, что наиболее низкий уровень безработицы у таких видов экономической деятельности, как здравоохранение, энергетика, энергетическое машиностроение и электроника, информатика и вычислительная техника, физико-математические специальности.

Самый высокий уровень занятости населения наблюдается в информационной сфере. Данное явление объясняется развитием научно-технического прогресса, что в свою очередь способствует развитию «фонда образования».

Научно-технический прогресс и «фонд образования» качественно изменили такие категории как труд, средства труда и предмет труда. В связи с этим появляются не только новые методы производства, но и растут требования к качеству рабочей силы. [8]

Сегодня Российские вузы предлагают несколько вариантов обучения:

- очная форма – все занятия проходят днем, при личном присутствии студентов в университете.

- очно-заочное обучение – предполагает занятия вечером в будни и днем в выходные.

- заочная форма обучения – студенты посещают курс вводных лекций, после чего занимаются дома по специально разработанной программе, затем приезжают в университет сдавать зачеты и экзамены.

- заочная форма с использованием ДОТ - позволяет объединить возможности традиционного учебного процесса и преимущества информационно-коммуникационных образовательных технологий. [14]

В дальнейшем по мнению экспертов популярными могут стать следующие тенденции и тренды:

Тренд 1. Персонализация обучения.

Уже доказанный факт, что лучше усваивается информация, адаптированная под потребности слушателя. А при индивидуальном подходе плюсом является, что преподаватель общается отдельно с каждым студентом. И также отдельно у каждого студента есть возможность в онлайн-формате задать вопрос спикеру.

Но дело не только в том, что слушатель может получить больше пользы от курсов, полностью адаптированных к его предполагаемым потребностям. Индивидуальный подход работает эффективно, потому что людям нравится, когда к ним обращаются по отдельности, и причина этого кроется в человеческой природе. Более того, по мере развития технологий растут и потребности, которые заставляют людей искать все большего комфорта и удобства. Обучающийся может слушать или смотреть лекцию в любом месте в любое время. Будь то автомобиль и ожидание в пробке, спортзал и занятие на беговой дорожке и т.д.

Вот почему персонализация станет таким популярным трендом, в том числе и в дистанционном обучении, где результат зависит от эффективности и полной оптимизации. [28]

Тренд 2. Автоматизация.

В дальнейшем все процессы в области дистанционного обучения станут более автоматизированы. Будут доступны специальные инструменты для создания курсов и учебных материалов, которые станут экономически эффективным решением для разработчиков курсов. Эти инструменты смогут компилировать викторины и тесты благодаря способности сканировать информацию и извлекать самое главное. Хотя шаг к автоматизации кажется логичным этапом, он противоречит вышеупомянутому индивидуальному подходу, поскольку концепция автоматизации подразумевает коллективную обработку и производство. Скорее всего, это противоречие будет разрешено в долгосрочной перспективе, но на раннем этапе интеграции конфликты неизбежны. [28]

Тренд 3. Обучение с помощью челленджей.

Обучаясь в привычном, неспешном темпе, “для себя” не каждый сможет добиться высоких результатов, поэтому одним из трендов, который успешно развивается, является челлендж. Обучающемуся необходимо бросить себе вызов, целиком погрузиться в учебный процесс, выполнять задания, соревноваться с другими участниками челленджа, поддерживать друг друга и отслеживать прогресс. Проверила этот формат обучения в работе Анна Петрова на своем проекте Wake UP, который за год провел десять челленджей для саморазвития.

В процессе обычного онлайн-обучения учащиеся бы не были так увлечены выполнением заданий и самостоятельному разбору бизнес-планирования. Но, когда они замечают, что кто-то из участников уже выполнил задание и сделал отчет в закрытой группе, это дает дополнительную мотивацию и они ускоряются и уж точно не отстают. [28]

Тренд 4. Обучение через мобильный телефон.

Из-за бума на мобильные устройства люди предпочитают небольшие гаджеты ноутбукам и ценят их за дополнительные возможности, самая важная из которых – мобильность. Вот почему электронное обучение приобретает новую форму, которая со временем обещает даже превзойти своего предшественника. Этого не произойдет в 2016, однако, в этом году мобильное обучение определенно продолжит развиваться: новые приложения для онлайн-обучения с расширенным функционалом заполнят рынок в ближайшем будущем. Они будут способствовать распространению дистанционного образования, поскольку люди смогут учиться где и когда угодно. Уже сейчас, используя мобильные приложения есть возможность легко подтянуть, например, английскую лексику и немного подучить грамматику. В дальнейшем мобильное обучение станет еще более популярным, будут появляться новые приложения для обучения с дополнительными функциями. Обучающемуся будет предложено прохождение онлайн-проверок знаний, прослушивание аудиолекций и просмотр обучающих коротких видео или презентаций. Также

выполняя практическое задание осуществляется работа в группе, происходит интерактивное взаимодействие. [28]

Тренд 5. Геймификация образования.

Ключевые задачи преподавателя заключаются не только в передачи образовательного контента, но и заинтересованности, стимулировании, вовлеченности в процесс получения обширных знаний в определённой области. Геймификация – основной инструмент, который вовлекает людей в процесс обучения: ничто не стимулирует слушателей курсов лучше, чем задания, баллы, значки и таблицы лидеров. Также перед преподавателем стоит ещё одна очень важная задача, построить систему обратной связи, и активность по время учебного процесса. Постоянно увеличивающийся интерес к геймификации объясняется тем, что необходимо найти определённо средство вовлеченности, поощрения и вознаграждения. Применение онлайн инструментов и игр является основой в создании обучающих курсов. На смену оценкам ключевую роль будут играть бонусы. Мотивационная составляющая при обучении повышается при применении созданного инструментария компьютерных игры, формируя соревновательный дух, позволят так же проводить ученика от одного уровня знаний на совершенно другой, и при этом увеличивая знания. В некоторых учебных заведениях преподаватели и учителя используют специальную разработанную систему на основе «бейджиков», и, конечно же, очень актуальной системой является ресурс Xgames. [5, 20]

Тренд 6. Социальные сети.

Это скорее необходимый шаг, чем тренд, которому нужно следовать. Социальные сети всегда воспринимались как средство продвижения, однако они могут стать «усилителем» на пути к персонализации, поскольку позволяют напрямую взаимодействовать с пользователями. [15] Люди стремятся оставлять обратную связь и высказывать свое мнение там, где это выглядит естественно. Поэтому не стоит пренебрегать возможностью живого общения, которое может внести существенный вклад в анализ больших данных. [21] В целом

использование этого канала ускоряет развитие двух тенденций: персонализации и больших данных, поэтому роль социальных сетей очевидна. [5, 19]

Основные тренды обучения позволяют ВУзам спланировать дальнейшие шаги в развитии образования. Однако изменения, необходимые для внедрения всех этих новшеств, могут потребовать существенных денежных и временных затрат, так что лучше двигаться шаг за шагом и осваивать новые тенденции постепенно. Персонализация, социальные сети и геймификация станут «обязательными», в то время как остальные тенденции онлайн образования будут набирать силу в долгосрочной перспективе. Таким образом, эффективным будет сосредоточиться на самых актуальных вещах, но оставаться в курсе всех тенденций. [5]

1.2 Перспективы развития дистанционных образовательных технологий

Ещё десятилетие назад дистанционное образование было нововведением, к которому относились с подозрением. Ныне система дистанционного образования поражает числом учащихся, количеством образовательных учреждений, сложностью инфраструктуры. Едва ли не у каждого университета есть возможность обеспечить обучение студентов, которые по каким-либо причинам не могут присутствовать на лекциях. Система дистанционного образования успешно развивается и в России. [6]

Результаты исследований показали, что такой формат обучения порой является более эффективным, чем привычная нам форма получения образования: материал запоминается быстрее на 15–20%, а время, затраченное на прохождение курса, снижается на 35–40%.

Международной комиссией по вопросам образования, науки и культуры при ООН (ЮНЕСКО) были провозглашены два основных принципа современного образования: "образование для всех" и "образование через всю жизнь". В том, что данный подход к построению системы образования, является правильным никто, конечно, не сомневается. [4,6]

В настоящее время все чаще обсуждается доступность в современных дискуссиях о высшем образовании (ВО) в глобальном масштабе. [35]

Это объясняется в основном растущей популярностью методик открытого и дистанционного обучения (ОДУ) или академического взаимодействия между учащимися, преподавателями и ВУЗами (удаленными центрами) с поддержкой синхронных или асинхронных носителей, технологий и ресурсов. [35]

В противовес этому прорыву, в прошлом высшее образование воспринималось как «необходимое минимальное условие для приема - успешное завершения среднего образования или доказательство достижения соответствующего уровня знаний». [35]

Это ограничение не позволило большому числу людей получить доступ к высшему образованию из-за отсутствия необходимых предпосылок для участия.

Поскольку эти ограничения часто не учитывают целый ряд социально-экономических и культурных факторов, которые могут привести к неспособности кандидатов эффективно учиться в ВУЗе, Унтерхалтер и Карпентье (2010) утверждают, что необходимо выявить факторы, которые могут повлиять на обучение в ВУЗе, тем самым открыть доступ. [35]

Но на данный момент Российские реалии создают ряд проблемных моментов [27]:

Во-первых, проблема больших территорий с неравномерным распределением населения. Несмотря на то, что население разбросано по всей стране, большая часть учебных заведений, предоставляющих высокий уровень образования и высококвалифицированных педагогов сконцентрированы в центральной области (в основном в Москве и Санкт-Петербурге). Из-за высокой стоимости проживания и переезда. Также существует необходимость повышать подготовку персонала, который работает в регионах, для которых переезд в другой город связан с серьезными проблемами, как правило, семейного характера. [6]

Во-вторых, это нехватка времени. Поскольку на данный момент у большого количества востребованных специалистов каждая минута расписана. Однако получение образования всегда является актуальной для современного времени, которое ежедневно прогрессирует. [6]

В-третьих, проблема денег. Количество бюджетных мест на получение высшего образования ограничено, а количество желающих постоянно увеличивается. И далеко не у каждого есть возможность оплачивать обучение.

Решением вышесказанных проблем является дистанционное обучение. Что это? Ответ уже находится в определении. Это получение образования «на дистанции». Другими словами, когда учитель и ученик разделены пространственно. Конечно, используются новые технологии для получения учебного материала. Именно эти технологии и дают возможность в получении недорогого, широко доступного дистанционного обучения, с возможностью открытого общения на больших расстояниях. Предпосылкой для формирования дистанционного обучения стал прорыв современных достижений в области образовательных технологий, средств массовой информации и коммуникации, быстрое развитие и широкое применение многих технических средств. [6]

На сегодняшний день выделяют три типа дистанционных технологий, которые используются в процессе обучения. Первый тип представляет собой технологию, основанную на бумажном носителе, так называемый «кейс». Это, прежде всего учебные пособия, которые называют учебными тетрадями, которые сопровождаются тьюторами. Они поддерживают телефонную, почтовую и другие коммуникации со студентами или же могут встретиться с ними в консультационных центрах или центрах для обучения. Вторым типом является телевидение и спутниковое телевидение. Данный тип достаточно дорогой и мало используемый на сегодняшний день. Главным недостатком данного обучения является отсутствие обратной связи или другими словами отсутствие интерактивности. Третий тип - это обучение через интернет, другими словами сетевая технология. [7] Как правило все вышеперечисленные

технологии применяются в разнообразных пропорциях в дистанционном процессе обучения.

Первые попытки создания дистанционного обучения были предприняты 350 лет назад Яном Коменским. Именно в то время, когда в образовательную практику были введены иллюстрированные учебники. В последствии была создана база для применения организационного подхода в системе образования, получившую название «Великая дидактика» Поэтому многие ученые признают его основателем дистанционного образования.

В конце XIX века возник прародитель дистанционного обучения — «корреспондентское» обучение. Благодаря тому, что появилась регулярная почтовая связь произошли изменения в образовании. У студента появлялась возможность отправлять преподавателю свою письменную работу, а в свою очередь, преподаватель отправлял комментарий по почте, и студент получал новую партию учебников. [23]

Людам, которые жили далеко от крупных городов и не могли обучаться в обычных учреждениях такой способ обучения был очень удобным. Это была единственная возможность получить высшее образование.

Премьер-министр Великобритании Гарольд Вильсон взял под собственный контроль проект первого высшего дистанционного учреждения в мире с названием Open University. Открытый университет был учрежден королевой, а спикер палаты общин был назначен ректором. Были предприняты всевозможные меры, чтобы принести университету престиж и одновременно массовость. Сначала предположили, что университет, который занимается дистанционным образованием, должен называться «эфирным». На телевидение и радио возложили ответственность «доставлять» преподавателей на дом к ученику. Позже возникла идея пользоваться почтой. В конце 90х годов XX века нашли способ более дешевый и эффективный, чтобы снабжать учебным материалом учащихся – отправлять по электронной почте. [23]

Сейчас во всем мире активно используется технология дистанционного обучения. К примеру, во Французском Национальном Центре Дистанционного

обучения (CentreNationalD'enseignement à Distance) обучается более 350 тысяч студентов. Данный ВУЗ обладает филиалами в 120 странах Развитием учебно-воспитательной деятельности занимается более 5000 учителей.

Другими старейшими центрами дистанционного образования в Европе являются:

Балтийский университет (BU), штаб-квартира которого находится в Стокгольме. Данный ВУЗ объединяет 10 стран Балтийского региона. Количество дистанционных образовательных бизнес-программ составляет 25% от всех дистанционных образовательных программ Америки.

Национальный университет дистанционного образования (UNED). Испанский открытый университет (UNED) это крупнейший открытый европейский университет и один из крупнейших в мире, который включает в себя более чем 300 000 студентов, 1300 учителей и 6 000 преподавателей. [33]

Система дистанционного обучения сочетает в себе ИКТ с индивидуальным подходом к студентам с помощью центрального сайта в Мадриде и сеть из более чем 60 ассоциированных центров, расположенных по всей Испании и на разных континентах (Южная и Северная Америка, Европа и Африка). [33]

В России развитие дистанционного образования относится к 90-м годам. С 1997 по 2002-м в России проходил всероссийский эксперимент в области дистанционного обучения. Участие приняли государственные и негосударственные образовательные учреждения. В июне 2002 года состоялось заседание коллегии Минобразования РФ, которая подвела его итоги. Одним из важнейших итогов эксперимента стало создание нормативно-правового обеспечения. Это дало возможность всем учреждениям образования работать на основе дистанционных образовательных технологий. [23]

В декабре 2002 г. была утверждена "Методика применения дистанционных образовательных технологий (дистанционного обучения) в учреждениях высшего, среднего и дополнительного профессионального образования Российской Федерации". В январе 2003 года Президент

Российской Федерации Владимир Путин подписал Закон "О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации "Об образовании" и Федеральный закон "О высшем и послевузовском профессиональном образовании". Дистанционные технологии, согласно внесенным в законодательство изменениям и дополнениям, стали юридически признанными. [23]

Конечно, в этом виде обучения есть свои плюсы и минусы для студентов:

Преимущества дистанционного обучения:

1) Обучение в собственном темпе, скорость получения информации определяется самими студентами, в зависимости от их индивидуальных факторов и потребностей.

2) Свобода и гибкость - студенты могут выбрать один из многих учебных курсов, а также выбирать время, место и длительность занятия. В связи с этим у учащихся дистанционно чаще чем у очников получается совмещать работу с учёбой. Благодаря этому им проще найти работу после окончания ВУЗа.

3) Доступность - независимость от географического положения и времени суток студенту предоставляется возможность в получении высшего образования

4) Мобильность – успешное использование обратной связи между учителем и студентом, что представляет собой один из главных требований и основ успешного учебного процесса.

5) Технологичность – применение в процессе обучения последних преимуществ информационных и коммуникационных технологий.

6) Социальное равенство - равный доступ к образованию, на отбор студентов не влияет место жительства, состояние здоровья, элитарность и финансовые доходы.

7) Творчество – создание комфортных условий для получения творческого самовыражения студента.

К недостаткам дистанционного обучения относятся:

1) Отсутствие полной связи между студентом и преподавателями. Другими словами, все аспекты личного контакта и образования исключены.

2) Необходимость обладания индивидуально-психологическими условиями. Обучение требует жесткой самодисциплины, и результат обучения зависит от самостоятельности и сознательного получения знаний.

3) Необходим постоянный доступ к источнику информации. Необходимость в хорошем техническом оборудовании, но, к сожалению, не у всех желающих обучаться есть компьютер и возможность выхода в интернет.

4) В большинстве случаев, студенты испытывают недостаток в практической подготовке.

5) Недостаток постоянного контроля над учащимся, который является сильным мотиватором.

6) Образовательные программы и курсы недостаточно хорошо составлены, поскольку высококвалифицированных специалистов на данный момент очень мало.

Эксперты полагают, что в следующие 3–5 лет ситуация на образовательном рынке изменится радикально. В интернете пользователи проявляют особенный интерес к дистанционному обучению, это не упустили из виду и немедленно откликнулись учебные заведения. В престижнейших и известнейших университетах мира, в том числе и Лиги плюща, уже записывают и продают лекции в онлайн пространстве. [13]

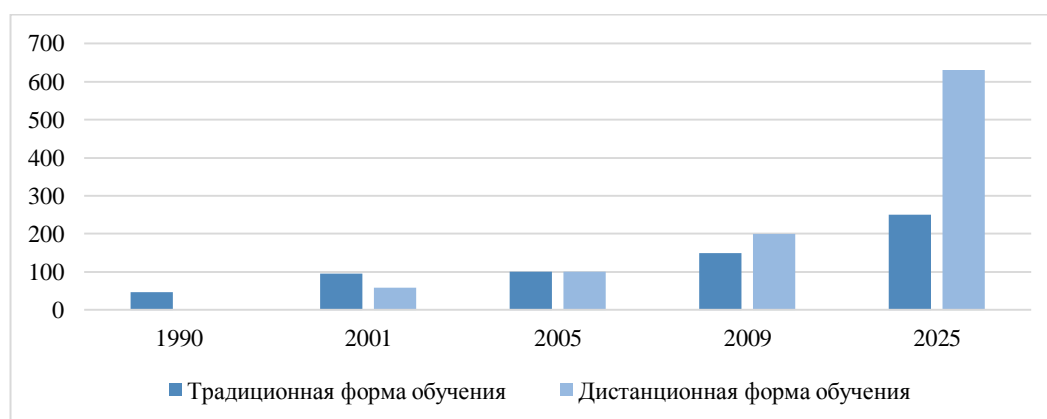


Рисунок 1.4 - Динамика роста слушателей по традиционной и дистанционной форме обучения

В России развитие дистанционного обучения запаздывает. Причинами является традиционная государственная инертность — в целом, и несвоевременная переработка образовательных стандартов — в частности. Но тем не менее и в России популярность дистанционного образования растет.

Высшее дистанционное образование является привлекательной альтернативой очным образовательным формам. Связано это в первую очередь с потенциальными обучающимися, средний возраст которых 18–35 лет. К данной возрастной категории относятся самые активные интернет-пользователи, наиболее лояльные к удаленному формату обучения. Молодое поколение открыто для дистанционной подачи информации. Примером, подтверждающим это, является статистика прироста подписчиков образовательных каналов на YouTube.

Российскому дистанционному образованию в дальнейшем предстоит стать одним из инструментов в решении территориальной проблемы обучения, которая влечет за собой также и проблемы социального характера. Самая большая страна в мире, лидирующие вузы которой располагаются преимущественно в столичном регионе, дает изначально неравные старт для молодых людей, проживающих в отдаленных населенных пунктах. Уехать для получения образования даже в областные центры могут далеко не все выпускники школ, а в Москву, Санкт-Петербург, Новосибирск могут перебраться лишь единицы, проживающих на Урале или, к примеру, в южных регионах. Вероятнее всего будущие выпускники в родные города не вернуться. Эти факторы увеличивают неравномерность шкалы образовательного уровня, которая до сих пор связана с транспортной доступностью образовательных центров: чем ближе находится такой центр — тем выше уровень образования и больше число выпускников вузов (и наоборот, соответственно).

Маркетологами были подсчитаны расходы необходимые для того, чтобы получить высшее образование очно в Москве или крупном региональном центре. Тем самым они показали, что видимая часть «айсберга» (непосредственно, стоимость обучения) скрывает его «подводную часть» — стоимость проживания, питания, медицинского и бытового обслуживания. Для обучающегося в Москве студента расходы составят около 700 тысяч рублей за весь период обучения. Если взять в расчет наличие еще и косвенных трат (например, позднее начало карьеры, потеря привычной комфортной среды и связей, способствующих ускоренному карьерному росту и прочее), то стоимость превысит миллион рублей. При этом стоимость обучения на очной форме, например, на юридическом факультете в ведущих вузах страны примерно 2,5 миллиона рублей за весь период обучения. В итоге получаем, что студенту придется потратить около 3 миллионов рублей.

По данным тех же маркетологов, в год человек, имеющий высшее образование получает доход на 40% выше, чем человек без высшего образования, и за всю жизнь разница в доходах для выпускника вуза может составить около 5–6 миллионов рублей. Но, основываясь на предыдущую калькуляцию, эту выгоду более чем в половину перекрывают расходы на получение очного образования.

В связи с этим, проведя эти несложные вычисления, многие молодые люди отдают предпочтение профессиям, которые требуют высшего образования или же недорогим местным вузам, ограничивая дальнейшие жизненные перспективы до минимума.

Дистанционному образованию в этой ситуации отдается роль молота, который разбивает эту тупиковую стену. Оно позволяет забыть о бытовых расходах, которые необходимы для получения очного образования, дистанционное обучение, как уже описывалось раньше, не мешает карьере, т.к. учиться можно, не прерывая рабочую деятельность и не даже тратя время на дорогу до вуза.

1.3 Рынок образовательных услуг г.о. Тольятти

Современный Тольятти — крупный промышленный и экономический центр, играющий существенную роль в экономике как региона, так и страны.

У жителей Тольятти достаточно высокий уровень образования. В 1989 г. среди занятого населения на 1000 человек приходилось лиц с высшим, незаконченным высшим и специальным средним образованием среди мужчин — 366, среди женщин — 483 (84,9 %). Во многом это объясняется сложившейся в городе системой образования, представленной многочисленными учреждениями различных типов, видов и форм собственности.

В Тольятти действует ряд высших учебных заведений разного типа и направлений.

- Тольяттинский государственный университет — высшее учебное заведение в городе Тольятти. В апреле 2017 года стал одним из региональных опорных университетов. В структуру ТГУ входят 11 институтов и 47 кафедр. В университете обучаются около 12 тысяч студентов, работают более 2000 преподавателей и сотрудников, в том числе 100 докторов и более 450 кандидатов наук. Имеются аспирантура, докторантура, 3 докторских диссертационных совета. Представительства ТГУ располагаются в Самаре, Сызрани и Жигулёвске. Это старейший и крупнейший вуз города.

- Поволжский государственный университет сервиса готовит специалистов коммерции, товароведов, дизайнеров, модельеров, социальных работников, а равно и специалистов по обслуживанию различной бытовой и радиоэлектронной аппаратуры.

- Тольяттинская академия управления осуществляет подготовку предпринимательских и управленческих кадров, специалистов в банковской сфере, ИТ-менеджменте и дизайне, реализует ряд программ по переподготовке управленческих кадров для организаций страны и области.

- Волжский университет имени В. Н. Татищева от прочих вузов отличается наличием специальностей экологического и гуманитарного профилей.

ВУЗы Тольятти предлагают для поступления разнообразные направления подготовки, но несмотря на то, что Тольятти является крупным промышленным центром более 60% студентов Тольяттинских ВУЗов - студенты экономических и управленческих специальностей. Данные специальности по-прежнему остаются более востребованными у абитуриентов, чем технические. Об этом свидетельствуют результаты исследования приемной кампании прошлого года.

Согласно этому исследованию, больше всего абитуриентов в этом году поступило на экономические факультеты.

Тольяттинский государственный университет является градообразующим вузом и научным центром Тольятти. По данным на 2016 год в ТГУ сосредоточено 88 % всех бюджетных мест очной формы обучения в системе высшего образования Тольятти, в том числе 99 % бюджетных мест очной формы обучения по программам подготовки магистров (Таблица 1.2). При этом по техническим и естественнонаучным направлениям подготовки ТГУ является монополистом.

Таблица 1.2 - Контрольные цифры приема на очную форму обучения по Тольятти

Наименование ВУЗа	Бакалавриат+специалитет				Магистратура				Всего			
	2015		2016		2015		2016		2015		2016	
	КЦП на очную форму	% от общего числа	КЦП на очную форму	% от общего числа	КЦП на очную форму	% от общего числа	КЦП на очную форму	% от общего числа	КЦП на очную форму	% от общего числа	КЦП на очную форму	% от общего числа
Тольяттинский государственный университет	814	79	795	82	390	91	497	99	1204	83	1292	88
Поволжский государственный университет	114	11	65	7	37	9	5	1	151	10	70	5

сервиса												
Волжский университет имени В.Н. Татищева	0	0	10	1	-	0	0	0	0	0	10	1
Тольяттинская академия управления	104	10	41	4	-	0	0	0	104	7	41	3

Для увеличения количества студентов необходимо выходить за территорию города. Одним из возможных решений этой проблемы является развитие дистанционных образовательных технологий.

Так поступил и Институт финансов, экономики и управления, ведь студенты, обучающиеся с применением ДОТ в подавляющем большинстве жители других городов.

Опираясь на опыт и традиции подготовки кадров и используя современные обучающие технологии, были разработаны удобные дистанционные программы, которые сделали процесс обучения комфортным и емким. Студенты получают именно те знания, которые важны для успешной работы и карьерного роста. Дистанционное образование – это инвестиции в успешное будущее.

Университету присвоен статус федеральной инновационной площадки, в рамках которой успешно реализуется проект по предоставлению дистанционных образовательных услуг. Для этого создан отдельный бренд «Росдистант», способствующий выходу университета на федеральный уровень для привлечения абитуриентов из разных городов России и за ее пределами.

В связи с получением Тольяттинским государственным университетом статуса опорного ВУЗа необходима модернизация образовательной деятельности. Одним из блоков является развитие системы дополнительного профессионального образования с учетом постоянных изменений и повышения конкуренции на рынке ДО. [30]

Данный блок мероприятий направлен на создание в ТГУ конкурентоспособного на уровне города и региона центра ДО, способного обеспечить для ключевых организаций и предприятий города функции корпоративного университета, в том числе упреждающее формирование программ, направленных на обеспечение выполнения требований законодательства в части профессиональной переподготовки и повышения квалификации. Также будет реализован принцип разработки отдельных программ ДО как модулей дисциплин, инвариантных к использованию в программах высшего образования, прежде всего магистратуры. Программы ДО ТГУ дважды становились победителями Международного конкурса Открытых Онлайн Курсов EdCrunch Award OOC в 2015 и 2016 году. Кроме того, управление ДО ТГУ является лауреатом национального конкурса «Лучшие учебные центры РФ–2013» в номинации «За высокое качество образовательных услуг».

2 Анализ деятельности организации

2.1 Финансово-экономические показатели ИФЭиУ

Тольяттинский государственный университет – системообразующий университет для ряда отраслей промышленности, в которых лидирующая роль принадлежит Самарской области и Поволжью, и градообразующий вуз Тольятти. [18,25]

ТГУ создан в 2001 году на базе Тольяттинского политехнического института (основан в 1951 году как филиал Куйбышевского индустриального института) и Тольяттинского филиала Самарского государственного педагогического университета (основан в 1988 году). В ТГУ (бывшем Тольяттинском политехническом институте) накоплен значительный опыт генерации идей и подготовки кадров для интенсивного развития новых для региона направлений. Начиная с 1951 года ТГУ (ТПИ) обеспечивал все этапы модернизации экономики Тольятти в сфере подготовки кадров и выполнения НИОКР, в том числе для нужд автомобильной промышленности, машиностроения, энергетики и химической промышленности. За прошедшие десятилетия в ТГУ подготовлено около 75 тысяч специалистов. [18, 25]

За это время экономика Тольятти пережила три этапа модернизации, поддержанные модернизацией системы подготовки кадров с высшим образованием:

1) создание мощного энергетического комплекса (крупнейшие в Европе Жигулевская ГЭС и ТЭЦ Волжского автозавода, крупнейшее электротехническое предприятие России по производству трансформаторного оборудования ООО «Тольяттинский Трансформатор» и пр.) – 1951 (начало строительства ГЭС) – 1970-е годы: для кадрового обеспечения строящейся ГЭС в 1951 году создан вечерний филиал Куйбышевского индустриального института. [18]

2) создание химической промышленности (крупнейший в мире производитель аммиака «Тольяттиазот», завод минеральных удобрений «КуйбышевАзот», завод синтетического каучука «Тольяттикаучук», уникальный аммиакопровод и др.) – 1950– 1970-е годы: для кадрового обеспечения химической и электротехнической промышленности в 1956 г. в филиале КИИ открыты дневные механический и химикоэлектротехнический факультеты. [18]

3) создание автомобильной промышленности (ПАО «АВТОВАЗ», ОАО «ДжиЭм-АВТОВАЗ», предприятия – поставщики автокомпонентов) – 1966 г. (принятие решения о начале строительства ВАЗа) – 2000-е годы: в 1966 г. принято решение создать в 1967 г. для кадрового обеспечения строящегося автозавода на базе филиала Куйбышевского политехнического института Тольяттинский политехнический институт – ТПИ. [18]

ТГУ был официально признан опорным вузом ПАО «АВТОВАЗ»: в соответствии со своей Программой инновационного развития (ПИР) ПАО «АВТОВАЗ» был включен в список 47 предприятий стратегического значения с государственным участием, в отношении которых 3 августа 2010 года (Протокол № 4) принято решение Правительственной комиссии по высоким технологиям и инновациям о разработке ПИР, предусматривающей обязательное взаимодействие с вузами и выделение опорных вузов для реализации ПИР конкретного предприятия. [25]

С 2010 года по настоящее время Тольятти переживает четвертый этап модернизации и диверсификации экономики. В соответствии с решениями Правительства РФ ведутся работы по развитию Особой экономической зоны (ОЭЗ) промышленно-производственного типа «Тольятти», Технопарк в сфере высоких технологий «Жигулевская долина», Территории опережающего социально-экономического развития (ТОР) «Тольятти». [25]

Четвертый этап модернизации экономики, который Тольятти переживает сегодня, направлен на ее диверсификацию на основе развития высокотехнологичных производств и инновационной сферы. Для будущих

резидентов ТОР «Тольятти», ОЭЗ «Тольятти», технопарка «Жигулевская долина» при принятии решения о возможности размещения производства в Тольятти основным становится кадровый вопрос, что требует очередной модернизации системы подготовки кадров, прежде всего в технической сфере.

Вместе с тем диверсификация экономики Тольятти невозможна без генерации инноваций и новых бизнесов (стартапов), в том числе в IT-сфере и на стыках традиционных для города отраслей и информационных технологий. [31] На сегодня это прежде всего аддитивные технологии, меняющие парадигму производства изделий машиностроения и медицины, а также других отраслей – от легкой промышленности до кулинарии. Развитие аддитивных технологий за счет кастомизации производства (возможность учета индивидуальных требований потребителей) должно иметь серьезный мультипликативный эффект в части создания новых рабочих мест в области сервиса.

В ТГУ на протяжении более чем трех десятилетий ведутся собственные разработки в IT-сфере. В том числе это автоматизация различных процессов и технологий, включая автоматизацию станков, измерений и контроля качества изделий машиностроения; мониторинг состояния материалов в изделиях, включая объекты повышенной опасности; контроль и поддержание устойчивости состояния глобальных энергосистем; моделирование различных процессов, в том числе горения, деформации, литья; навигационные системы. В IT-сфере в ТГУ ведется подготовка бакалавров и магистров: как будущих разработчиков программных продуктов и аппаратнопрограммных комплексов, так и специалистов в машиностроении с углубленными знаниями и хорошими компетенциями в IT-сфере. В ТГУ накоплен большой опыт по внедрению информационных технологий в учебный процесс и в систему управления вузом.

Таким образом, ТГУ с момента своего основания работал и продолжает работать в интересах ключевых работодателей Тольятти и Самарской области и, по сути, является опорным вузом, развитие которого необходимо в интересах региона и ряда ключевых отраслей промышленности. [25]

Как было отмечено ранее ТГУ получил статус опорного ВУЗа в 2017 году. В целях определения уровня ТГУ относительно действующих опорных университетов было проведено сравнение показателей деятельности ТГУ и вузов – победителей первого конкурса опорных университетов. Для сравнительного анализа из всех вузов – победителей первого конкурса опорных университетов отобраны классические и технические университеты. Из списка для сравнения исключили отраслевые университеты (аэрокосмический, нефтегазовый и др.), имеющие специфичную направленность деятельности. Таким образом, сравнительный анализ проводился с восьмью опорными университетами. Сравнительный анализ проводился по 14 показателям (таблица 2.1). [18, 25]

Исходя из данных таблицы, все вузы можно отранжировать следующим образом. Если половина показателей вуза (7) ниже соответствующих показателей ТГУ, а остальные 7 выше, они признаются с одинаковым потенциалом в исходных позициях. Если количество показателей с более низкими значениями, чем у ТГУ, меньше половины, они выстраиваются выше по рейтингу, и наоборот.

Результат ранжирования следующий:

- 1) Самарский государственный технический университет, Волгоградский государственный технический университет
- 2) Донской государственный технический университет
- 3) Вятский государственный университет, Омский государственный технический, университет, Тольяттинский государственный университет
- 4) Костромской государственный технологический университет, Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева
- 5) Воронежский государственный технический университет.

Таким образом, из выбранных опорных вузов – победителей первого конкурса 3 вуза имеют более высокие стартовые позиции по сравнению с ТГУ, 2 вуза имеют равные стартовые позиции и 3 вуза – более низкие. То есть ТГУ

по уровню стартовых позиций соответствует среднему уровню опорных университетов – победителей первого конкурса. [18,25]

Таблица 2.1 - Сравнительный анализ опорных ВУЗов

ВУЗ	Образовательная деятельность, пороговое значение 60 (мониторинг эффективности за 2015 год)	Научно-исследовательская деятельность, пороговое значение 70,1 (мониторинг эффективности за 2015 год)	Международная деятельность, пороговое значение 1 (мониторинг эффективности за 2015 год)	Финансово-экономическая деятельность, пороговое значение 1566,11 (мониторинг эффективности за 2015 год)	Заработная плата ППС, пороговое значение 133 (мониторинг эффективности за 2015 год)	Трудоустройство, пороговое значение 80 (мониторинг эффективности за 2015 год)	Дополнительный показатель, пороговое значение 2,87 (мониторинг эффективности за 2015 год)	Общая численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры по очной форме обучения, чел. (мониторинг эффективности за 2015 год – дополнительный показатель)	Доходы вуза из всех источников, тыс. руб	Количество УГСН, по которым реализуются образовательные программы, ед.	Удельный вес численности обучающихся (приведенного контингента) по программам магистратуры, подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре в общей численности приведенного контингента обучающихся по основным образовательным программам высшего образования, %	Число публикаций организации, индексируемых в информационно-аналитической системе научного цитирования РИНЦ, в расчете на 100 НПП, ед.	Число публикаций организации, индексируемых в информационно-аналитической системе научного цитирования Web of Science, в расчете на 100 НПП, ед.	Число публикаций организации, индексируемых в информационно-аналитической системе научного цитирования Scopus, в расчете на 100 НПП, ед.
Тольяттинский государственный университет	59,97	188,43	3,93	1733,77	154,99	80	3,5	5 357	991 801,90	24	13,82	179,18	5,07	12,24
Волгоградский государственный технический университет	57,96	548,27	7,62	2227,74	162,87	70	4,11	4 711	1 290 643,10	27	16,37	355,23	15,02	29,86
Воронежский государственный технический университет	61,1	224,41	2,59	1499,13	153,6	75	5,61	4 562	896 482,70	17	11,19	184,11	5,18	8,86
Вятский государственный университет	61,89	53,62	1,63	1557,07	205,19	85	3,41	10 850	1 648 701,70	39	11,23	182,18	1,70	5,38
Донской государственный технический университет	61,75	47,37	10,24	1845,25	146,76	80	3,66	11 844	2 034 669,30	33	7,24	256,84	3,72	11,15
Костромской государственный технологический университет	59,63	203,33	7,52	1433,76	145,76	85	5,56	2 222	444 179,20	27	11,43	170,76	2,58	22,60

Продолжение таблицы 2.1

Омский государственный технический университет	57,61	306,76	21,72	2197,78	210,53	75	3,03	8 078	1 653 173,20	22	14,33	134,14	4,92	7,58
Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева	62,06	46,99	5,8	1165,16	150,94	75	5,46	6 058	823 882,60	27	21,48	131,24	3,11	3,82
Самарский государственный технический университет	62,88	417,61	1,98	1847,35	179,67	90	4,33	7 790	1 881 808,00	28	8,16	176,61	8,64	14,23

В ТГУ сегодня около 13,5 тысячи студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры, около 90 профессоров и докторов наук, более 300 доцентов и кандидатов наук, которые обучаются и преподают в 10 институтах, обеспечивающих подготовку по широкому спектру технических, естественно-научных, гуманитарных и экономических направлений.

Одним из институтов ТГУ является институт финансов, экономики и управления. Институт финансов, экономики и управления ТГУ (ИФЭиУ) готовит квалифицированных специалистов.

Это связано с тем, что учебный процесс в институте направлен на получение студентами не только теоретических знаний, но и практических навыков в сфере будущей деятельности.

По качеству подготовки в области экономики и управления ИФЭиУ в 2015 г. вошел в TOP 50 ВУЗов России.

Сегодня в институте работает более 50 докторов и кандидатов наук, развита научная работа со студентами, ряд сотрудников имеют министерские и ведомственные награды.

ИФЭиУ является лидером по развитию дистанционных образовательных технологий. По всем направлениям подготовки, реализуемых на кафедрах института, студенты могут обучаться дистанционно. И не смотря на существующие проблемы дистанционное обучение продолжает стремительно развиваться.

На данный момент контингент института составляет более 3000 студентов, что на 1500 больше, чем в 2013 году. Важно отметить, что лишь 750 студентов являются студентами очной формы обучения, 250 обучаются заочно и 2000 с применением дистанционных образовательных технологий.

Рассмотрим статистику изменения контингента института финансов, экономики и управления для различных форм обучения, а также видов программ подготовки за 2013-2016 года, а также планируемый контингент на 2017-2018 года (Таблица 2.2).

Таблица 2.2 - Контингент студентов ИФЭиУ, чел. (31 декабря отчетного года)

Форма обучения	Вид программы подготовки		Значения по годам					
			Факт 2013	Факт 2014	Факт 2015	Факт 2016	План 2017	План 2018
Очная форма обучения, в т.ч. с частичным использованием дистанционных образовательных технологий	Бакалавр, Специалист	Бюджет	180	164	124	96	80	84
		Платное обучение	591	623	719	850	931	913
	Магистр	Бюджет	20	0	0	0	0	0
		Платное обучение	82	76	0	0	0	0
Очно-заочная форма обучения, в т.ч. с использованием дистанционных образовательных технологий	Бакалавр, Специалист	Бюджет	0	0	0	0	0	0
		Платное обучение	0	0	0	0	0	0
	Магистр	Бюджет	0	0	0	0	0	0
		Платное обучение	0	0	43	143	243	353
Заочная форма обучения, в т.ч. с частичным использованием дистанционных образовательных технологий	Бакалавр, Специалист	Бюджет	11	0	0	0	0	0
		Платное обучение	573	344	305	259	233	140
	Магистр	Бюджет	0	0	0	0	0	0
		Платное обучение	0	34	30	30	0	0
Заочная форма обучения, с применением исключительно дистанционных образовательных технологий	Бакалавр, Специалист	Бюджет	14	1	1	0	0	0
		Платное обучение	386	545	811	676	571	459
	Магистр	Бюджет	0	0	0	0	0	0
		Платное обучение	0	75	192	223	147	106
Заочная форма обучения, , с применением исключительно дистанционных образовательных технологий в рамках проекта ПР-2015	Бакалавр, Специалист	Бюджет	0	0	0	0	0	0
		Платное обучение	0	0	0	297	462	607
	Магистр	Бюджет	0	0	0	0	0	0
		Платное обучение	0	0	0	349	663	968
Контингент студентов на конец периода-всего по программам высшего профессионального образования, чел.			1857	1867	2227	2923	3330	3630

Таблица 2.3 - Рентабельность кафедр и института, 2014-2015, 2016-2017 учебные года

Учебный год	Кафедры ИФЭиУ	Доход от контингента				Расход на исходящую нагрузку			Доход от входящей нагрузки	ФОТ, руб	Рентабельность, %	Сальдо
		Контингент кафедр, чел	Общий доход от студентов (сверхдоход не вычитается), руб	На кафедру, руб	На институт, руб	Общий объем годовых планов для кафедр	Из них исходящая нагрузка кафедры	Расход кафедры, руб				
2014-2015 учебный год	Кафедра «БУиА»	264	10 832 802,50	5 693 720,99	0,00	41 624	27 530	1 277 667,30	1 904 214,42	4 997 795,75	26,46	1 322 472,36
	Кафедра «МО»	879	41 254 710,00	21 683 475,58	0,00	369 740	252 450	11 716 204,50	1 361 272,55	8 987 426,33	26,05	2 341 117,30
	Кафедра «УИиМ»	72	3 422 460,00	1 798 844,98	0,00	35 402	30 092	1 396 569,72	3 872 989,41	4 403 966,57	-2,92	- 128 701,90
	Кафедра «ФиК»	342	15 402 776,50	8 095 699,33	0,00	77 652	42 538	1 974 188,58	2 296 924,65	6 524 258,98	29,03	1 894 176,42
	ИФЭиУ	349	19 279 270,00	10 133 184,31	4 689 984,99	233 154	233 154	10 820 677,14	0,00	2 748 444,40	45,63	1 254 047,76
	ИТОГО:	1906	90 192 019,00	47 404 925,19	4 689 984,99	757 572	585 764	27 185 307,24	9 435 401,03	27 661 892,03	24,16	6 683 111,93
2016-2017 учебный год	Кафедра «БУиА»	593	19 661 025,00	6 881 358,75	0,00	24 810	10 277	2 653 158,06	2 957 412,70	4 943 292,98	10,18	503 220,41
	Кафедра «МО»	1142	47 393 285,00	16 587 649,75	0,00	51 645	23 259	6 655 441,32	2 173 312,44	7 039 217,43	49,53	3 486 203,44
	Кафедра «УИиМ»	149	7 906 560,00	2 767 296,00	0,00	7 895	5 137	1 621 279,77	4 060 324,48	4 263 324,79	12,84	547 315,92
	Кафедра «ФиК»	518	21 745 665,00	7 610 982,75	0,00	20 953	8 288	2 581 580,16	4 738 012,22	6 534 847,37	23,97	1 566 667,44
	ИФЭиУ	435	20 586 140,00	7 205 149,00	3 096 526,62	20 527	20 527	6 521 689,15	0,00	2 584 147,10	46,28	1 195 839,37
	ИТОГО:	2837	117 292 675,00	41 052 436,25	3 096 526,62	125 830	67 487	20 033 148,46	13 929 061,84	25 364 829,67	28,78	7 299 246,58

В таблице 2.3 наблюдается тенденция роста контингента, а как следствие и рост других показателей. Важно отметить, что до 2016 года все студенты, обучающиеся дистанционно являлись жителями Самарской области.

На рисунке 2.1 показан контингент ИФЭиУ за 2014-2015 и 2016-2017 учебные года.

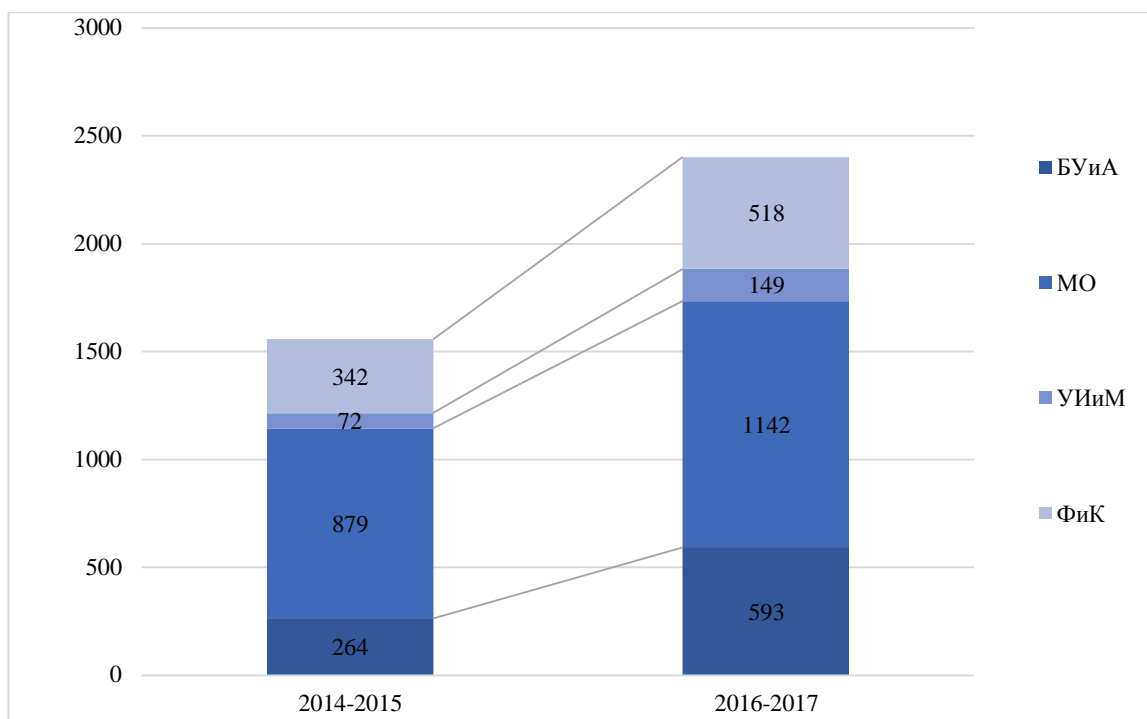


Рисунок 2.1 - Контингент ИФЭиУ

2.2 Проблемы в развитии института

Как было сказано ранее, чтобы увеличить контингент института необходимо выходить за территорию города. Одним из решений данной проблемы может стать использование обучения с применением дистанционных образовательных технологий. Ведь использование дистанционного обучения приносит учебному заведению большое количество обучающихся из разных

городов, у университетов есть возможность увеличить контингент, привлекая дистанционных слушателей из других стран и городов. Дистанционное образование сейчас – это наиболее перспективное и быстро развивающееся направление рынка образовательных услуг.

Президентом РФ Владимиром Путиным было подчеркнуто, что дистанционное образование является перспективным направлением. «Дистанционное образование, безусловно, крайне важно для такой страны, как наша», - высказался президент на встрече с участниками первой смены «Молодые ученые и преподаватели в области IT-технологий» на молодежном форуме «Территория смыслов на Клязьме» в июле 2015 года. Также по его слова данная система обучения будет обеспечена поддержкой государственного уровня.

Эксперты прогнозируют резкое увеличение спроса на обучение с применением ДОТ. Но на сегодняшний день, по результатам исследования, проведенного Всемирным экономическим форумом, Россия занимает лишь 71-ое место (из числа 75 развитых стран) по применению новых технологий в обучении.

На сегодняшний день на дистанционное обучение приходится лишь 17% рынка образовательных услуг. Насколько бы привлекательным ни являлось дистанционное образование, как для ВУЗов, так и для студентов, число обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий растет не так быстро, как хотелось бы, очное обучение пока выигрывает.

Ситуация в других странах мира обстоит иначе. Проанализировав экономико-информационные аспекты образовательного рынка, можно сделать вывод, что развитие этого рынка направленно именно в сторону дистанционного образования. Кстати, самые популярные направления подготовки, которые реализуются удаленно, — менеджмент, экономика и маркетинг. Лидерами по дистанционному обучению являются следующие ВУЗы:

- Национальный центр дистанционного образования CNED (Centre National D'enseignement à Distance). Основан Министерством национального образования Франции в 1939 году. Большинство программ обучения вуза — дистанционные, и учиться на них можно из любой точки земного шара. На сегодняшний день в университете ежегодно обучается свыше 350 тысяч студентов со всего мира.

- Национальный университет дистанционного образования (UNED). Испанский открытый университет (UNED) это крупнейший открытый европейский университет и один из крупнейших в мире. Университет был основан в 1972 году под влиянием концепции возникшего ранее в Великобритании Открытого университета — предоставить возможность качественного и непрерывного высшего образования всем посредством системы дистанционного образования. Сейчас он включает в себя более чем 300 тысяч студентов.

- Лондонская школа экономики и политических наук (London School of Business & Finance, Великобритания) - является одним из самых престижных вузов мира в области экономики и политических наук и вторым по числу обучающихся университетом в Великобритании. Университет был основан в 1836 году. На сегодняшний день число студентов из разных стран мира, которые выбрали для обучения Международные программы, составляет 170 тысяч. В том числе свыше 800 Российских студентов.

В России не так много вариантов получения дистанционного образования, как за рубежом. Анализ российского ранка дистанционного образования позволил выявить лидеров:

- Университет Синергия. Основан в 1988 году и на сегодняшний день насчитывает 14 факультетов, где обучается более 50 тысяч студентов из разных стран и работает более 500 преподавателей.

- Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова - первый российский вуз, который получил «4 звезды» в международном рейтинге QS Stars University Ratings и «5 звезд» в категории «дистанционное/онлайн

обучение». В РЭУ по программам высшего образования обучается свыше 50 000 студентов.

- Московский технологический институт (МТИ) - один из крупнейших московских вузов, имеющий за плечами многолетний опыт применения современных технологий в обучении и выпустивший уже не одну сотню высококлассных профессионалов, которые работают на благо российской экономики во разных регионах страны. МТИ заслуженно располагается на одном из ведущих мест в холдинге «Современное образование», который объединил престижнейшие учебные заведения для совместной деятельности относительно дальнейшего развития образовательной системы нового поколения в России. В МТИ на данный момент обучается 21 500 студентов.

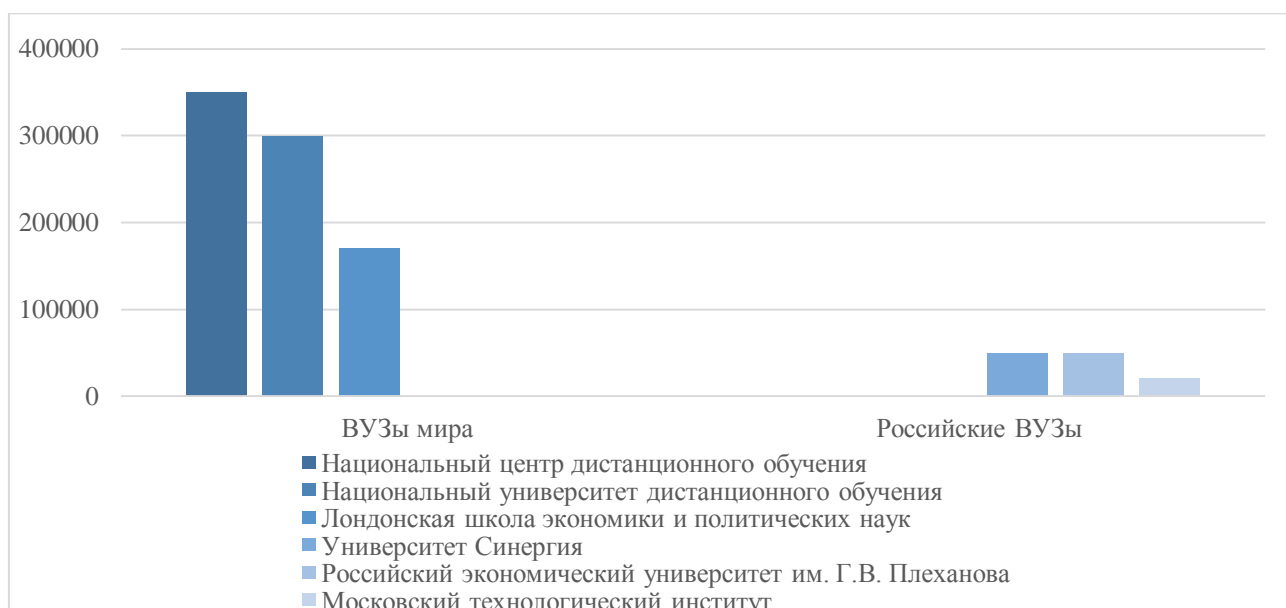


Рисунок 2.2 - Число студентов в ВУЗах, реализующих дистанционное обучение

На рисунке 2.2 представлено сравнение числа студентов в ВУЗах мира и в Российских ВУЗах. Российские ВУЗы явно проигрывают зарубежным, но тем не менее в лидирующих в России учебных заведениях обучается до 50 тысяч студентов, что значительно превышает число студентов ТГУ.

ТГУ не является ВУЗом областного значения, поэтому число студентов очной формы образования напрямую зависит от количества выпускников школ.

Анализ рынка абитуриентов позволил сделать следующие выводы: ежегодно в Тольятти около 3000 выпускников школ, около 50% поступает в ВУЗы других городов, 33,5% отдает свое предпочтение ТГУ и 16,5% другим ВУЗам Тольятти. (Рисунок 2.3).

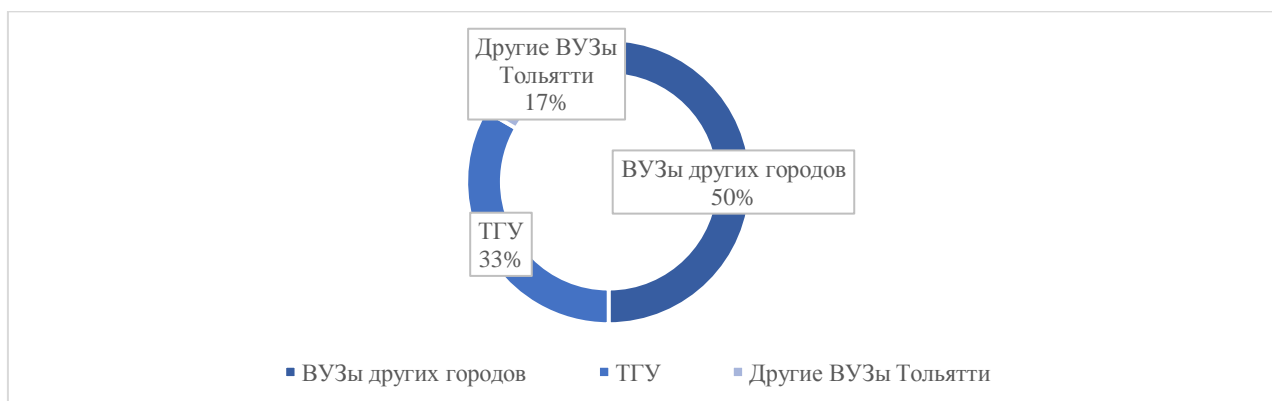


Рисунок 2.3 - Анализ рынка абитуриентов.

Дистанционно в институте финансов, экономики и управления обучается всего 2000 студентов, что значительно меньше, чем у лидирующих ВУЗов России. Связано это с тем, что на данном этапе развития ДОТ ИФЭиУ столкнулся с некоторыми проблемами. Основной проблемой является отсутствие представления о том, как себя позиционировать и рекламировать в других городах, а также отсутствие единого подхода к набору студентов.

3 Разработка мероприятий по антикризисному управлению организацией

3.1 Тенденции в продвижении ДОТ

Мировые тенденции, сложившиеся в сфере образования, характеризуются все большей открытостью и общедоступностью, демократизацией и интенсификацией процесса образования и предполагают экспорт и импорт образовательных услуг адекватных современному информационному обществу. Конкуренция на рынке образования ведется не только между российскими ВУЗами, но и с зарубежными организациями. [9]

С учетом всего вышесказанного можно признать, что дистанционное образование получило широкое распространение во всем мире и является двигателем модернизации российского образования.

Молодое поколение лояльно к подаче информации дистанционно — об этом убедительно говорит хотя бы статистика прироста подписчиков образовательных каналов на YouTube. [10]

Поколение 21 века или «поколение Z» – поколение с наушниками в ушах и гаджетом в каждой руке. [34] Именно они в настоящее время являются потенциальными абитуриентами ВУЗов.

Обратимся к теории поколений, созданной Уильямом Штраусом (англ. William Strauss) и Нилом Хоувом (англ. Neil Howe). [36]

«Бэби-бумер», «Поколение X», «Тысячелетнее поколение» или «Поколение Y», «Поколение Z» - эти и другие подобные термины описывают группы людей разного возраста. Они широко известны и хорошо используются в последние годы. Эти термины возникают из теории, которая пытается объяснить, как разные поколения развивают различные системы ценностей, и как это влияет на то, как молодые и пожилые люди взаимодействуют с окружающим миром вокруг них и друг с другом. [36]

В таблице 3.1 представлено краткое описание вышеперечисленных поколений: годы рождения, характеристики личностных качеств и события, которые повлияли на их становление.

Таблица 3.1 - Краткое описание поколений

Поколение	Годы рождения	Повлиявшие события	Характеристики
Бэби-бумеры	1943-1963	Советская оттепель, покорение космоса, СССР — мировая супердержава, холодная война, первые пластические операции и создание противозачаточных таблеток, единые стандарты обучения в школах и гарантированность медицинского обслуживания	Оптимизм, заинтересованность в личностном росте и вознаграждении, в то же время коллективизм и командный дух, культ молодости
Поколение X	1963-1984	Продолжение холодной войны, перестройка, наркотики, война в Афганистане	Готовность к изменениям, возможность выбора, глобальная информированность, техническая грамотность, индивидуализм, стремление учиться в течение всей жизни, неформальность взглядов, поиск эмоций, прагматизм, надежда на себя, равноправие полов
Поколение Y, или поколение Миллениума	1984-2000	Распад СССР, теракты и военные конфликты, атипичная пневмония, развитие цифровых технологий, мобильные телефоны и Интернет	Гражданский долг и мораль, ответственность, но при этом психологи отмечают их наивность и умение подчиняться, немедленное вознаграждение
Поколение Z	2000-2016	Развитие интернета, смартфоны, продукты массового потребления	Безответственность, массовое соответствие моде.

Потенциальными абитуриентами ВУЗов в ближайшие года являются последние представители поколения Y и старшие представители поколения Z (1999-2001 год рождения). Рассмотрим их отношение к интернету и особенно социальным сетям подробнее.

В исследовании, проведенном психологами, было обнаружено, что молодежь использует Интернет как способ получить доступ к информации и взаимодействовать с другими людьми. Мобильные технологии, социальные сети и использование Интернета становятся все более важными для современных подростков в последнее десятилетие. Молодежь использует Интернет в качестве инструмента для приобретения социальных навыков,

которые затем применяются к жизненным ситуациям и узнают о вещах, которые их интересуют. Подростки проводят большую часть своего времени в сети в частном общении с людьми, с которыми они общаются за пределами Интернета на регулярной основе. Использование социальных сетей стало неотъемлемой частью повседневной жизни большинства представителей поколения, имеющих доступ к мобильной технологии. [32]

Данная группа зависима от рекламы, отдают свое предпочтение хорошо продвигаемым товарам. Продукцию им надо навязывать, только тогда они могут решиться на приобретение. Тоже самое относится и к обучению. Ведь ВУЗы являются своеобразным товаром для абитуриентов.

Для выстраивания эффективной стратегии привлечения абитуриентов на дистанционную форум обучения рассмотрим результаты анкетирования студентов первого курса очной формы обучения. (Рисунки 3.1, 3.2)

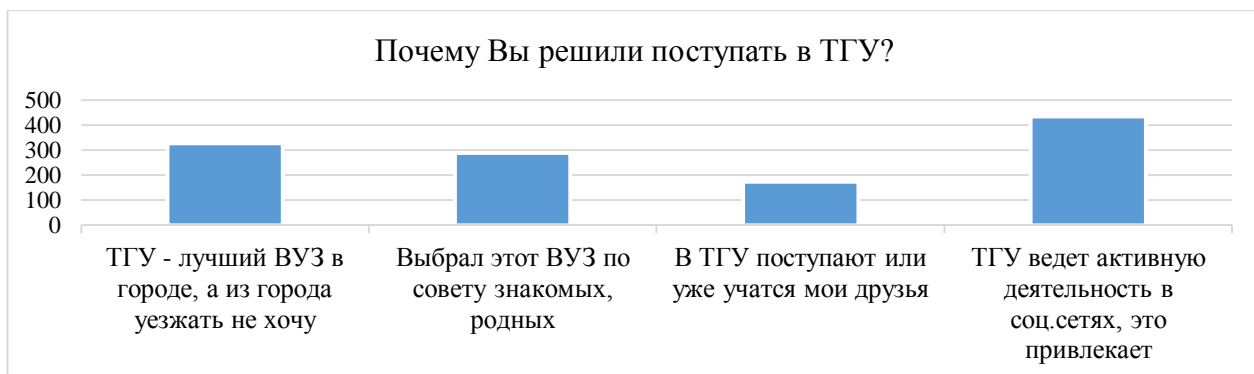


Рисунок 3.1 - Причины поступления студентов-очников в ТГУ

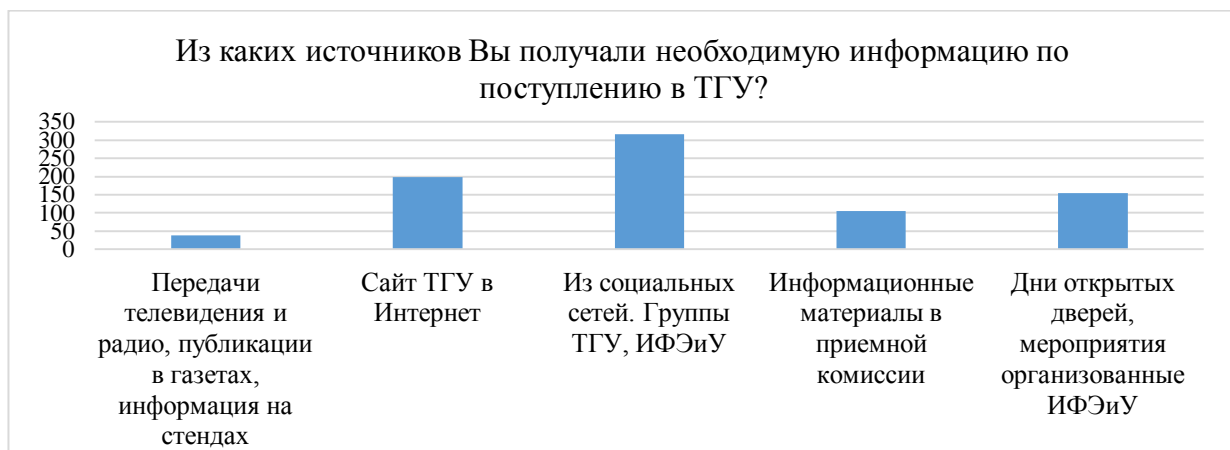


Рисунок 3.2 - Источники необходимой для поступления информации

Из данных рисунков видно, что реклама и продвижение ВУЗа в социальных сетях стала решающим фактором при выборе учебного заведения. Информация, передаваемая по телевидению и радио, напечатанная в газетах или размещенная на стендах, осталась в прошлом и подходит поколению X, а нынешнее поколение предпочитает получать информацию через интернет: в социальных сетях и на сайте ВУЗа.

Проведение анализа деятельности ВУЗов-конкурентов по дистанционному образованию целесообразно начать с анализа официального сайта. Ведь абитуриент начинает знакомиться с желанным ВУЗом именно с сайта.

Таблица 3.2 - Результаты экспертной оценки информации, размещенной на сайтах ВУЗов - лидеров дистанционного образования, а также на сайте

Росдистант

ВУЗ	Полнота	Наглядность	Доступность	Итого
Синергия	7	10	10	27
РЭУ им. Плеханова	10	6	8	24
МТИ	6	4	4	14
Росдистант	5	7	6	18

Экспертная оценка информации, размещенной на сайтах ВУЗов, реализующих дистанционное обучение, показала, что сайт МТИ проигрывает по сумме показателей, в то время как на сайте РЭУ им. Плеханова предоставлена полная и достаточно доступная информация, как в целом об университете, так и отдельно о факультете дистанционного обучения. А университет Синергия предоставляет доступную и наглядную информацию, которая кратко описывает преимущества обучения в данном ВУЗе, а также его достижения.

Также анализ данных ВУЗов позволил выявить некоторые из способов продвижения. Университет Синергия активно использует контекстную рекламу, что позволяет преподносить рекламу ВУЗа всем, кто когда-либо

осуществлял запрос по определенным параметрам. Контекстная реклама – это текстовые объявления, которые показываются пользователям по запросам, если эти запросы рекламодатель добавил в настройки рекламной кампании. Объявления показываются пользователю именно в тот момент, когда он сам проявил интерес к товару или услуге и, возможно, готов к покупке.

РЭУ им. Г.В. Плеханова стал первым и пока единственным российским вузом, имеющим результат рейтингования QS Stars в категории дистанционное/онлайн обучение, а также первым и пока единственным университетом в России, получивший в этой категории уровень «5 звезд» в рейтинге QS Stars University Ratings. Так как данный ВУЗ считается одним из самых престижных ВУЗов страны, он не нуждается в рекламе как таковой, его имидж и сарафанное радио бесплатно делает свое дело. Поэтому для продвижения университет стремится к повышению качества образования. Ведь Абитуриенты сегодня интересуются не только ценой, но и качеством образования в целом.

Московский технологический институт подошел к продвижению не стандартно. В поиске информации о будущем месте обучения, абитуриент может заметить рекламу следующего контекста: «Планшет + интернет – БЕСПЛАТНО при поступлении!». Что ставит под сомнение качество образования в данном ВУЗе. А вот другой способ продвижения именно дистанционного обучения, уже был описан, как один из трендов образования. ВУЗом было разработано приложение для обучения, а также придуман слоган: МТИ Mobile – приложение, чтобы обучение было по-настоящему мобильным. Данный способ может оказаться полезным инструментом для обучения. В дальнейшем аналоги приложения могут быть использованы и другими ВУЗами.

Что касается инструментов для обучения. В 2007 году Джейн Харт впервые составила 100 лучших инструментов для обучения на основе голосов обучающихся профессионалов по всему миру и делала это каждый год с тех пор. В этом году, в ознаменование 10-летнего юбилея, она выпустила ТОП-200 Инструментов для обучения 2016 года, основываясь на голосах 1238

специалистов по обучению во всем мире. В таблице 3.3 представлена выдержка из данного списка. [37]

Таблица 3.3 - 30 пунктов из ТОП-200 инструментов для обучения

1.	YouTube	11.	Wikipedia	21.	TED Talks/ED
2.	Google Search	12.	Yammer	22.	PowToon
3.	Twitter	13.	WhatsApp	23.	Feedly
4.	PowerPoint	14.	Prezi	24.	Camtasia
5.	Google Docs/Drive	15.	Kahot	25.	Articulate
6.	Facebook	16.	Word	26.	SnagIt
7.	Skype	17.	Evermote	27.	Moodle
8.	LinkedIn	18.	Slideshare	28.	Audacity
9.	WordPress	19.	OneNote	29.	Pinterest
10.	Dropbox	20.	Slack	30.	Coursera

Из данной таблицы видно, что известнейшие социальные сети занимают верхние строчки данного списка. Один из самых ярких примеров является Твиттер. Эта социальная сеть находится на 3 месте в данном списке, а в списке топ-100 инструментов для обучения находится на первом месте уже 7 лет с 2009 года. Данная тенденция свидетельствует о том, что социальные сети являются незаменимым элементом, как в дистанционном обучении, так и в его продвижении.

3.2 Предложения по разработке антикризисных мероприятий по управлению организацией

Одним из наших предложений в развитии дистанционного образования является продвижение через социальные сети. Использование данного маркетингового инструмента формирует положительный имидж университета, за счет которого увеличивается скорость распространения информации об

образовательном учреждении и заинтересованность абитуриентов. Социальные сети — это бесплатный канал распространения информации. [22] Исходя из этого, деятельность по продвижению в социальных сетях требует относительно небольших денежных затрат, при этом охватывает обширные аудитории, исключая неэффективные финансовые вложения. [3,16]

На этапе выбора подходящей платформы следует проанализировать все существующие социальные сети, которые способны удовлетворять маркетинговые цели. Деятельность по привлечению внимания абитуриентов к высшим учебным заведениям направлена на выпускников школ, т. е. на молодых людей и девушек в возрасте 17–18 лет. В соответствии с тенденциями и трендами информационного пространства, большинство людей в данном возрасте имеют несколько аккаунтов в различных социальных сетях, что упрощает задачу поиска нужной платформы. Специфика деятельности высших учебных заведений, их целевая аудитория и организационная структура способствуют выбору технологий маркетинга в социальных сетях как приоритетных в вопросах продвижения среди абитуриентов. [11]

Для формирования успешного онлайн-сообщества, способного решать поставленные маркетинговые цели, необходимо найти людей — участников данной социальной сети, которые хотят обсуждать вашу компанию, ее продукты или услуги, ее действия и избранный курс. В случае с ВУЗами, зачастую эту роль способны выполнять уже имеющиеся на базе института организации, например, объединения студентов. Члены подобных организаций четко представляют политику учебного заведения, находятся в курсе всех событий и имеют канал непосредственного общения с руководством высшего учебного заведения и преподавательским составом. [11]

Сформулируем основные правила продвижения современного вуза через социальные сети: 1) выбор социальной сети должен соответствовать запросам и потребностям целевой аудитории; 2) страница в социальных сетях играет важную роль, поэтому публикации должны быть корректными, емкими, информативными; 3) информация на странице должна быть актуальной и

постоянно обновляться, поэтому можно назначить ответственного человека за актуализацию информации; 4) все элементы профиля: фон, фотографии, бренд, сообщения, публикации, должны придерживаться общей концепции дизайна.

В таблице 3.4 представлены самые популярные Российские социальные сети, которыми пользуются потенциальные абитуриенты.

Таблица 3.4 - Рейтинг социальных сетей и их инструменты для продвижения

Социальная сеть	Ежемесячное число пользователей в России	Инструменты для продвижения
Вконтакте	87 млн.чел.	Создание группы (размещение фото, видео, информационных постов), поиск по определенным параметрам и ведение переписки, рекламные записи
Фэйсбук	14,4 млн.чел.	Создание группы (размещение фото, видео, информационных постов), рекламные записи
Инстаграм	18,5 млн.чел.	Размещение фото, видео
Твиттер	12 млн.чел.	Размещение коротких постов, фото, видео

Для успешного продвижения дистанционного образования социальные сети должны работать в комплексе, дополняя друг друга. На рисунке 3.3 представлен общий алгоритм работы в данных социальных сетях.

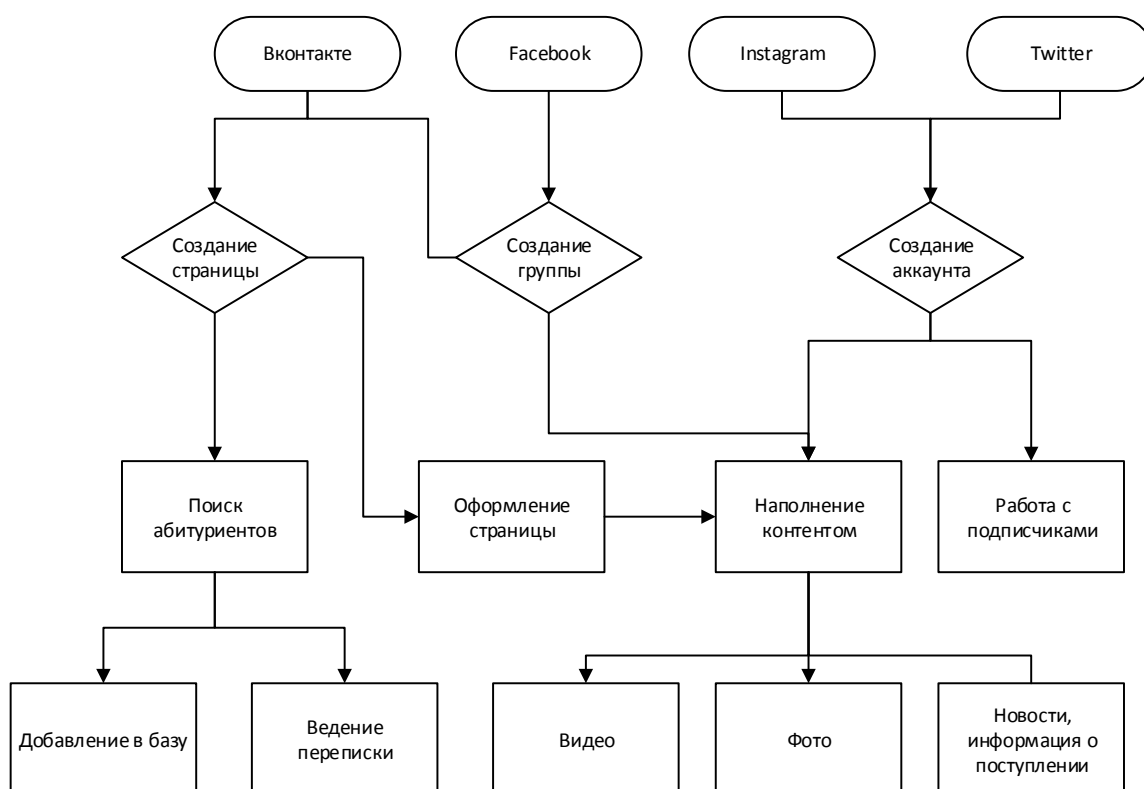


Рисунок 3.3 - Общий алгоритм работы в социальных сетях

Деятельность в социальных сетях условно можно разделить на 2 группы: работа с контентом и работа с абитуриентами. Информация, опубликованная в одной социальной сети, импортируется в другие для охвата большей аудитории. Официальные новости используются для имиджа и продвижения вуза, а неформальные – для того чтобы заинтересовать абитуриентов. В инстаграме и твиттере для поддержания связи используют лайки и комментарии. Поиск абитуриентов по заданным параметрам вконтакте и дальнейшая работа с ними дает наибольший результат, поэтому подробнее остановимся на этой ветви. (Рисунок 3.4)

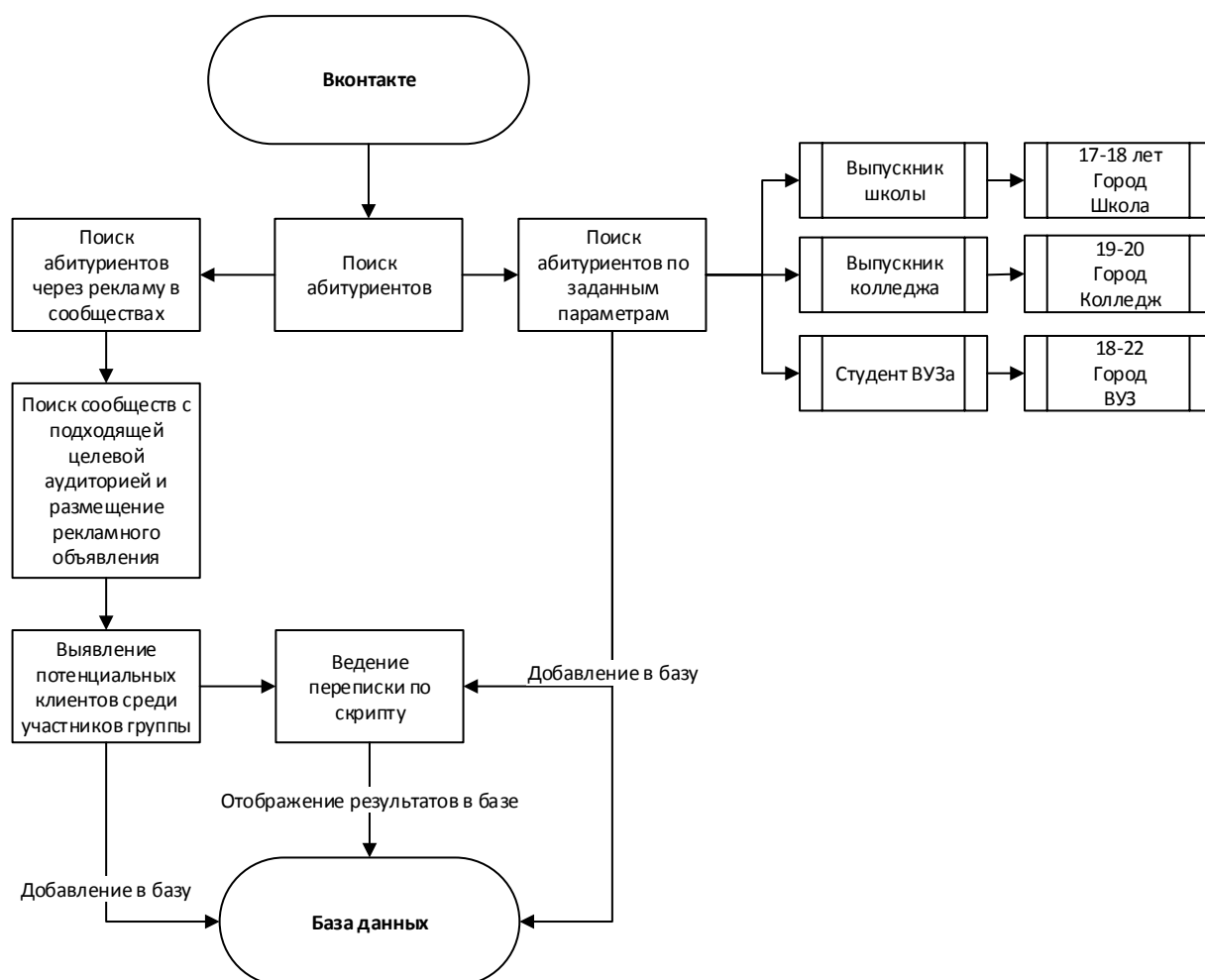


Рисунок 3.4 - Общий алгоритм работы с абитуриентами вконтакте

Вконтакте дает возможность осуществлять поиск по различным параметрам, что является большим преимуществом перед другими

социальными сетями. Для сравнения в Facebook пользователя можно найти только, зная его имя и фамилию, поэтому переписки с абитуриентами там не ведутся. Специалисту необходимо лишь отвечать на вопросы заинтересованных пользователей. Пользователей вконтакте целесообразно разделить на группы по уровню образования. Соответственно для поиска той или иной группы необходимо задать возраст, город и место учебы. Таким образом работа с потенциальными абитуриентами будет происходить постепенно.

Второй этап поиска абитуриентов будет происходить через рекламу в сообществах. Для этого необходимо найти сообщества с подходящей целевой аудиторией и разместить там рекламу ВУЗа, обязательно оставив контактную страницу вконтакте для связи. Заинтересовавшиеся пользователи как правило ставят лайки и пишут комментарии к записи. Специалисту необходимо это отслеживать и проводить работу с данными пользователями, а также отвечать на вопросы. [16]

Все найденные абитуриенты должны добавляться в базу данных с указанием как можно большей информации. Результаты всех переписок также должны фиксироваться в базе данных, чтобы работать индивидуально с каждым потенциальным абитуриентом, опираясь на его возможности, потребности, а также анализ предыдущих переписок.

Также ведение базы позволяет фильтровать абитуриентов по необходимым в данный момент параметрам. Например, убрать из базы школьников, которые не выбрали обществознание или физику для сдачи ЕГЭ, ведь именно эти предметы нужны для поступления в ИФЭиУ или оставить только потенциальных абитуриентов магистратуры и т.д.

Для ведения базы могут быть использованы программы Microsoft Excel, Microsoft Access, Microsoft Dynamics CRM. Каждая из которых позволяет обрабатывать данные.

Для успешного ведения переписки был разработан специальный скрипт (от англ. Сценарий, алгоритм). Скрипт продажи (в нашем случае продажи образовательной услуги) – это заранее написанный сценарий диалога, с

помощью которого специалист убеждает клиента в правильности того или иного выбора и этот сценарий, с большей вероятностью, приведет клиента к согласию, а специалиста – к успеху.

Скрипт является эффективным оружием менеджера по продажам в борьбе за новых клиентов. Это определенный алгоритм действий, способствующий налаживанию контакта с собеседником, по которому происходит опрос, анализ, принимается решение о том или ином продолжении диалога.

Зачем нужны скрипты продаж:

1. Чтобы достичь поставленной цели — продать товар или услугу.
2. Чтобы быть готовым ответить на любые вопросы клиента
3. Чтобы продажи не зависели от настроения, навыков конкретного менеджера
4. Чтобы ускорить процесс обучения новых менеджеров
5. Чтобы контролировать работу менеджеров

По началу при работе со скриптом могут возникнуть проблемы. Когда специалист начинает работать и получает на руки уже подготовленный скрипт, он становится заложником механического подхода. Поверхностное понимание специфики организации, продаваемой услуги, не позволяет ему добавлять авторские детали, что иногда приводит к неправильному восприятию со стороны клиента. Он чувствует работу по шаблону и относится к беседе, как к потоковому процессу, не рассчитывая на индивидуальный подход. С каждым днем у сотрудника растет уровень экспертности, добавляются оригинальные правки к скрипту, появляются возможности для маневра и уверенность в успехе. В процессе работы каждый менеджер корректирует скрипт под себя, добавляя авторские детали и словосочетания. На этой стадии крайне сложно распознать методику подхода специалиста и догадаться о применении скрипта.

Для разработки работающего скрипта может быть использован несложный, но эффективный алгоритм из четырех шагов, представленный на рисунке 3.5.

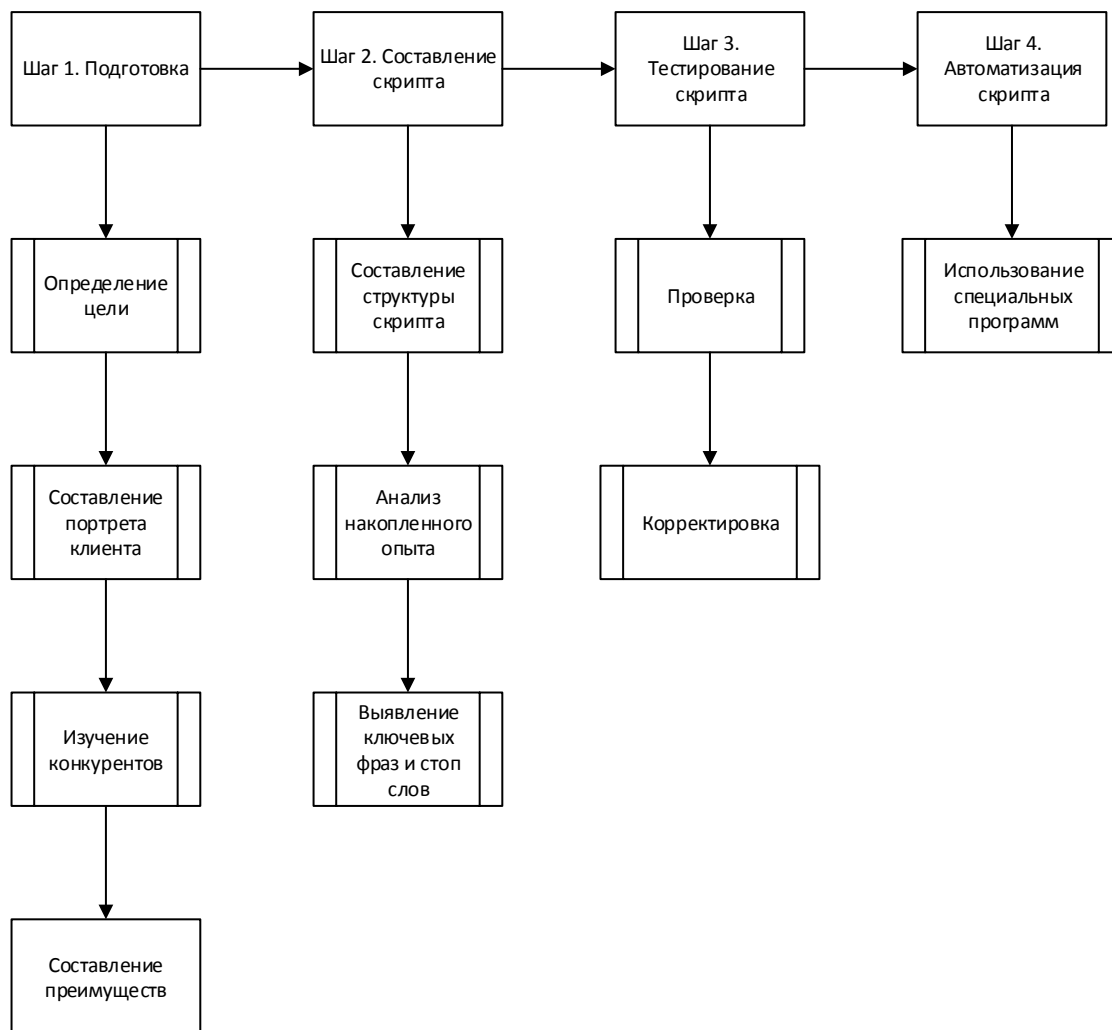


Рисунок 3.5 - Алгоритм разработки скрипта

На рисунке процесс условно разделен на 4 шага, каждый из которых включает в себя определенные действия.

Шаг 1. Подготовка.

Для начала необходимо четко определить цель, которая должна быть достигнута после реализации скрипта. Не менее важно составить точный портрет клиента, иными словами, выявить целевую аудиторию. Следующим этапом должен стать анализ конкурентов, что позволит составить собственные конкурентные преимущества, а также четко дать характеристики своему предложению.

Шаг 2. Составление скрипта.

Первым этапом является составление структуры. За основу может быть взята классическая схема продаж: представление — выяснение потребности — презентация — работа с возражениями — завершение сделки. Далее необходимо проанализировать текущий опыт и выявить фразы, которые помогли двигаться к цели. Особое внимание стоит уделить стоп-словам — тем, которые лучше не употреблять. И на основе удачных фраз сконструировать скрипт.

Шаг 3. Тестирование скрипта.

Скрипт написан, теперь необходимо его протестировать. Для начала это можно сделать на сотрудниках, а далее протестировать на нескольких клиентах, после чего проанализировать результат и внести корректировки. «Шлифовка» скрипта — это большой и трудоемкий процесс. Он может занять до 1,5 месяцев.

Чтобы ничего не упустить, необходимо отслеживать работу специалистов. Ведь только практикуя можно выявить ошибки. Важно обращать внимание на ряд моментов:

1. Используют ли специалисты скрипт
2. Двигается ли разговор к поставленной цели по скрипту
3. Все ли варианты ответов/возражений абитуриента учтены в скрипте
4. Удалось ли удержать внимание клиента
5. Какие фразы или слова привели к срыву переписки

После этого нужно исправлять и улучшать скрипт. Идеального скрипта не бывает. Любая новая фраза может улучшать или ухудшать конверсию.

Шаг 4. Автоматизация.

Для увеличения эффективности скрипта можно использовать специальные сервисы и программы. Одним из них является сервис HyperScript. Он дает возможность создавать и редактировать скрипт в удобном визуальном редакторе, быстро вносить изменения, чтобы каждый специалист всегда видел актуальную версию, определять, на каком шаге скрипта обрывается большинство диалогов и множество других полезных функций.

Для продвижения дистанционного образования ИФЭиУ через социальные сети также был разработан первоначальный скрипт, включающий в себя несколько ветвей, которые соответствуют разделенным по потребностям группам. Для каждой линии предусмотрены отдельные аргументы и речевые обороты, подходящие той или иной возрастной группе.

3.3 Апробация разработанных предложений

Проведем расчет планируемой экономической эффективности от предложенных мероприятий.

В таблицах 3.5 и 3.6 представлены затраты, необходимые для успешного продвижения дистанционного образования через социальные сети.

Таблица 3.5 - Единовременные затраты на внедрение мероприятия

№ п/п	Наименование	Стоимость, руб	Количество, шт	Затраты, руб
1.	Ноутбук ASUS R540SA-XX052T	18860	10	188600
2.	Компьютерная мышь Rapoo 1130 Light	189	10	1890
3.	Роутер TP-Link NL-WR841N	1119	1	1119
4.	SIM-карта МТС	150	10	1500
5.	Мобильный телефон FLY Ezzy Trendy	2190	1	2190
6.	Стационарный телефон Gigaset C580H	2590	1	2590
7.	Принтер	6895	1	6895
8.	Обучение сотрудников	10000	1	10000
9.	ИТОГО			214784

Таблица 3.6 - Постоянные затраты на внедрение мероприятия

№ п/п	Наименование	Стоимость, руб	Количество, шт	Затраты, руб
1.	Ежемесячная оплата интернета Ростелеком (подключение бесплатно)	275	1	275
2.	Ежемесячная заработная плата сотрудников	15000	10	150000
3.	ИТОГО			150275

В итоге единовременные затраты составят 214784 рублей, а ежемесячные 150275 рублей.

Для расчета экономической эффективности необходимо провести фотографию рабочего времени. (Таблица 3.7)

Таблица 3.7 - Фотография рабочего времени

№ п/п	Наименование затрат рабочего времени	Текущее время, ч:мин	Величина затрат рабочего времени, мин	Индекс* категории затрат рабочего времени
1.	Начало наблюдения	8:30	-	-
2.	Приход на рабочее место	8:37	7,0	Пр
3.	Подготовка рабочего места Включение компьютера	8:43	6,0	ПЗ
4.	Открытие необходимых программ, вход в учетные записи	8:47	4,0	ПЗ
5.	Поиск пользователей по заданным параметрам Выбор собеседника	8:49	2,0	В
6.	Начало первого диалога	8:51	2,0	В
7.	Прерывание первого диалога (собеседник стал оффлайн)	9:07	16,0	О
8.	Начало второго диалога	9:10	3,0	В
9.	Прерывание второго диалога (собеседник стал оффлайн)	9:23	13,0	О
10.	Уход с рабочего места по личным надобностям	9:30	7,0	Отл
11.	Разговор с коллегой	9:35	5,0	Пр
12.	Возобновление первого диалога	9:36	1,0	В
13.	Прерывание первого диалога	9:47	11,0	О
14.	Начало третьего диалога	9:50	3,0	В
15.	Успешное окончание третьего диалога	10:37	47,0	О
16.	Отправка данных третьего собеседника руководителю базы	10:43	6,0	В
17.	Разговор по рабочему телефону	10:50	7,0	О
18.	Возобновление второго диалога	10:51	1,0	В
19.	Неудачное окончание второго диалога	11:08	17,0	О
20.	Отправка данных второго собеседника руководителю базы	11:13	5,0	В
21.	Начало четвертого диалога Ожидание ответа	11:17	4,0	В
22.	Начало пятого диалога Ожидание ответа	11:20	3,0	В
23.	Личный разговор по телефону	11:28	8,0	Пр
24.	Начало шестого диалога	11:31	3,0	В
25.	Прерывание шестого диалога (собеседник стал оффлайн)	11:52	21,0	О
26.	Выполнение поручения руководителя базы. Поздравление с днем рождения закрепленного абитуриента и дальнейший диалог по скрипту	12:03	11,0	О
27.	Отправка данных закрепленного собеседника руководителю базы	12:05	2,0	В
28.	Возобновление первого диалога, начатого вчера	12:06	1,0	В
29.	Успешное окончание диалога	12:24	18,0	О
30.	Отправка данных собеседника руководителю базы	12:26	2,0	В
31.	Преждевременный уход на перерыв	12:30	4,0	Пр
32.	Обеденный перерыв	13:30	60,0	-
33.	Возобновление четвертого диалога	13:31	1,0	В
34.	Прерывание четвертого диалога	14:02	31,0	О
35.	Разговор по рабочему телефону	14:07	5,0	О
36.	Возобновление шестого диалога	14:08	1,0	В
37.	Неопределенное окончание шестого диалога (собеседник	14:31	23,0	О

	обещал подумать)			
38.	Отправка данных шестого собеседника руководителю базы	14:33	2,0	В
39.	Повторная отправка сообщений не ответившим в предыдущие дни собеседникам	14:45	12,0	В
40.	Возобновление диалога, начатого два дня назад	14:47	2,0	В
41.	Неудачное окончание диалога	14:51	4,0	О
42.	Отправка данных собеседника руководителю базы	14:53	2,0	В
43.	Возобновление второго диалога, начатого вчера	14:56	3,0	В

Продолжение таблицы 3.7

44.	Прерывание диалога	15:10	14,0	О
45.	Уход с рабочего места по личным надобностям	15:16	6,0	Отл
46.	Возобновление четвертого диалога	15:19	3,0	В
47.	Успешное окончание диалога	15:44	25,0	О
48.	Отправка данных четвертого собеседника руководителю базы	15:47	3,0	В
49.	Возобновление второго диалога, начатого вчера	15:49	2,0	В
50.	Неопределенное окончание диалога (собеседник обещал подумать)	16:14	25,0	О
51.	Отправка данных собеседника руководителю базы	16:17	3,0	В
52.	Обсуждение с коллегой сложной ситуации	16:20	3,0	В
53.	Начало седьмого диалога Ожидание ответа	16:23	3,0	В
54.	Разговор по рабочему телефону	16:26	3,0	О
55.	Возобновление седьмого диалога	16:28	2,0	В
56.	Прерывание диалога	16:45	17,0	О
57.	Ежедневное собрание, отчет о проделанной работе	17:15	30,0	О
58.	Разговор с коллегой	17:22	7,0	Пр
59.	Закрытие всех программ Выключение компьютера Уборка рабочего места	17:30	8,0	ПЗ
60.	Уход с рабочего места в связи с окончанием рабочего дня	17:30	-	-
Сумма затрат рабочего времени			480,0	

*Расшифровка индексов затрат рабочего времени (устанавливается условно)

О-основное время

В-вспомогательное время

Пр – потери рабочего времени по вине рабочего

ПЗ – подготовительно-заключительное время

Отл – самовольные отлучки

Таблица 3.8 - Сводка одноименных затрат рабочего времени

№ п/п	Условные обозначения (индексы)	Повторяемость данной категории затрат	Общая продолжительность, мин	Удельный вес в общем времени наблюдения, %
1.	О	19	338,0	70,41
2.	В	28	80,0	16,67
3.	Пр	5	31,0	6,46
4.	ПЗ	3	18,0	3,75
5.	Отл	2	13,0	2,71
Итого:			480,0	100

Для наглядности на рисунке 3.6 отображены результаты переписок за один рабочий день. За день было начато 7 диалогов с новыми собеседниками,

возобновлены 3 диалога, начатые ранее, а также 1 диалог с закрепленным собеседником (переписка была завершена ранее). В результате успешно окончились 4 диалога, неудачно – 2, неопределенно – 2, остальные диалоги не были закончены и должны быть возобновлены в следующий рабочий день.



Рисунок 3.6 - результаты переписок за один рабочий день

В таблице 3.9 отображено количество диалогов одного сотрудника за неделю. А также результаты и процентное соотношение положительных и отрицательных окончаний диалога.

Таблица 3.9 - результат работы одного сотрудника за неделю

День недели	Всего диалогов	Завершено			Не завершено
		Удачно	Неудачно	Неопределенно	
Понедельник	15	3	4	3	5
Вторник	12	1	4	3	4
Среда	11	4	2	2	3
Четверг	13	2	5	3	3
Пятница	9	5	1	1	2
Итого	60	15 (25%)	16 (27 %)	12 (20%)	17 (28%)

По результатам таблицы видно, что лишь 25% всех диалогов заканчивается успешно, неудачно или неопределенно 47% и незавершенными остаются 28%.

Ежегодно в ИФЭиУ поступает около 200 человек. Успешное продвижение позволит увеличить это число на 25%. То есть после внедрения предлагаемых мероприятий число студентов составит 250 человек.

Стоимость обучения в ИФЭиУ дистанционно по любому направлению составит 35000 рублей.

Для вычисления экономической эффективности необходимо умножить стоимость обучения на прирост студентов. Тем самым она составит 1 750 000 рублей.

Развитие дистанционного образования помимо экономического несет и социальный эффект. Так как дистанционное образование является одним из решений территориальной проблемы России, процент получения высшего образования жителями маленьких, провинциальных городов будет расти. Увеличение числа людей с высшим образованием ведет к социализации личностей.

Социализация – окультуривание личности, то есть процесс становления личности, ее обучения, воспитания и усвоения социальных норм, ценностей, установок, образцов поведения, присущих данному обществу.

Заключение

На основании изученного и вышеизложенного материала в данной бакалаврской работе можно сделать следующие выводы. Для привлечения студентов в ВУЗ не областного значения необходимо выходить за территорию города. Для этого особое внимание стоит уделить развитию и продвижению дистанционного образования.

В настоящее время в лидирующих ВУЗах мира дистанционно обучается до 350 тысяч студентов. В России ВУЗы-лидеры по дистанционному образованию могут похвастаться лишь 50-ю тысячами студентов, что в разы меньше, чем в других странах. Но тем не менее это число значительно превышает число обучающихся в ИФЭиУ.

Проанализировав финансово-экономические показатели ИФЭиУ, а также проведя анализ деятельности ВУЗов-конкурентов было выявлено, что основной проблемой в продвижении дистанционного образования института финансов, экономики и управления является отсутствие представления о том, как себя рекламировать и позиционировать в других городах.

Решение этой проблемы целесообразно начать с составления характеристики потенциальных абитуриентов. Выявление потребностей потенциальных абитуриентов было проведено, опираясь на теорию поколений. Потенциальные абитуриенты – младшие представители поколения Y и старшие представители поколения Z. В настоящее время эту возрастную категорию называют – интернет-поколение. Они зависимы от интернета, различных гаджетов и социальных сетей.

Опираясь на данные заключения напрашивается решение – внедрение в институт специального подразделения, которое будет заниматься продвижением дистанционного образования через социальные сети. Ведь именно там сосредоточено наибольшее количество представителей возрастной категории, интересующей ВУЗы.

Затраты на внедрение данного подразделения следует рассматривать, как вложения, которые институту необходимо совершить на данном этапе развития для успешного привлечения большого числа абитуриентов, что в свою очередь повлияет на эффективность и вывод из кризиса как института, так и университета в целом.

Для продвижения через социальные сети были разработаны специальные алгоритмы, ведь оно должно осуществляться комплексно. Каждая из социальных сетей обладает собственными характеристиками и дает разнообразные возможности для продвижения. Условно деятельность в социальных сетях можно разделить на два вида: работа с контентом и работа с пользователями социальных сетей.

В бакалаврской работе подробнее рассмотрена работа с пользователями социальной сети Вконтакте. Данная социальная сеть позволяет осуществлять поиск пользователей по определенным параметрам, после чего можно написать сообщение любому пользователю, кроме ограничивших доступ.

Чтобы продвижение прошло успешно предлагается использовать специальный заранее написанный сценарий диалога, с помощью которого специалист убеждает клиента в правильности того или иного выбора и этот сценарий, с большей вероятностью, приведет клиента к согласию, а специалиста – к успеху. Такой сценарий называют скрипт.

Для ИФЭиУ также был разработан скрипт, ведение диалогов по которому обеспечивает институту дополнительный приток студентов, которые принесут дополнительную прибыль университету и в дальнейшем позволят университету твердо занять лидирующие позиции на образовательном рынке.

Список использованной литературы

1. Аврус А.И. История российских университетов: Очерки / А.И. Аврус. – М.: Моск. обществ. науч. фонд. 2014. – 86 с.
2. Андреев А.Ю. О начале университетского образования в Санкт-Петербурге / А.Ю. Андреев. - СПб: Отечественная история, 2013. 62–73 с.
3. Антоненко С.В. Социальные сети как инструмент профориентации // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. 2013 № 4
4. Батаев А. В. Анализ мирового рынка дистанционного образования // Молодой ученый., 2015. — №20. — С. 205-208.
5. Бачинский А.Г., Перевезенцева Е.Д., Мунт О.В., Корсакова В.К. Главные тренды в образовании // Экономика и социум. 2017. №2 (33)
6. Бачинский А.Г., Перевезенцева Е.Д., Мунт О.В., Хайитов Х.О. Проблема получения высшего образования. Дистанционное образование, его недостатки и преимущества // Экономика и социум. 2017. №5 (36)
7. Варакса А.М. Адаптация образовательных инноваций для преподавания экономической теории в технических ВУЗах // Сборник конференций НИЦ Социосфера. 2015. №22. С.219-223
8. Варакса А.М., Левицкий Ю.В. Саморазвитие образования и науки как результат экономической глобализации / А.М. Варакса, Ю.В. Левицкий //Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. №11-12. С. 105-108.
9. Василенок В. Л., Кургузова Е.Я. Конкуренция на рынке образовательных услуг // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: экономика и экологический менеджмент. 2013. № 3
10. Гладких Я.Н., Семенова В.Г. Современные маркетинговые инструменты развития инфраструктуры ВУЗа // Экономика и социум. 2016. № 2(33)

11. Голодова А.А. Социальные сети как инструмент профориентационной работы ВУЗа на рынке образовательных услуг// Проблемы экономики и менеджмента. 2014. №7
12. Задонская И.А. История развития университетского образования / И.А. Задонская. – СПб.: Философский век. Альманах. Вып. 29. История университетского образования в России и международные традиции просвещения, 2015. 142 с.
13. Захаров И.В. Миссия университета в европейской культуре. / И.В. Захаров, Е.С. Ляхович. – М.: Фонд «Новое Тысячелетие», 2014. 206 с.
14. Иваненко М.А., Иваненко А.И. Определение и анализ параметров развития научных коммуникаций как фактора конкурентоспособности ВУЗа / Материалы I Открытого российского статистического конгресса, Новосибирск 2015, том 3, с. 73- 81.
15. Иваненко М.А., Ковтун О.И., Руди Л.Ю. Создание форм мотивации повышения качества взаимодействия преподавателей и студентов в образовательном процессе/ М.А. Иваненко, О.И. Ковтун, Л.Ю. Руди.// Материалы X Всероссийской конференции преподавателей и научных работников технических ВУЗов «Инновационное развитие и реализация стратегии формирования экономики знаний в России». 2016. С. 215-220
16. Иванов П. Э. Продвижение вуза в социальных сетях: технология SMM / П. Э. Иванов // Исследования человеческого капитала как стратегического ресурса социально-экономического развития: теория, методы, практика : сборник материалов Всероссийской молодежной научной конференции. Екатеринбург, 24–25 апреля 2014 г. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. — С. 366-368.
17. Индикаторы образования 2016: статистический сборник. / Л.М. Гохберг [и др.] Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики» – М. : НИУ ВШЭ, 2016. 32,52 с.

18. Инновационная инфраструктура Тольяттинского государственного университета [Электронный ресурс]. URL: http://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site3136/html/media80368/infra.pdf#1
19. Клименко О. А. Социальные сети как средство обучения и взаимодействия участников образовательного процесса // Теория и практика образования в современном мире: материалы междунар. науч. Конф - СПб.: Реноме, 2012. С. 405-407.
20. Ковтун О. И. Концепция игрового метода обучения как элемент инновации системы образования. // Качество и полезность в экономической теории и практике. Мат-лы VII Всероссийской науч.-практ. конф. с межд. участием – Новосибирск, НГУЭУ. 2014. с. 23-27.
21. Ковтун О.И., Рябошлык В.Ф. Социальные сети в системе высшего образования: возможности, проблемы и перспективы использования. // Экономика и социум. 2016. №7(26).
22. Медведева Э.А., Водатурская Я.Р. Оценка эффективности продвижения ВУЗа в социальных сетях // Общество, политика, экономика, право. 2013. №9
23. Мунт О.В., Перевезенцева Е.Д., Бачинский А.Г., Хайитов Х.О. История дистанционного обучения // Экономика и социум. 2017. №5 (36)
24. Налетова И.В. Две волны дифференциации высшего образования / И.В. Налетова. – Тамбов.: IX Державинские чтения., 2014. 137 с.
25. Научно-технические разработки ТГУ. [Электронный ресурс]. URL: http://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site3136/html/media73788/NTR_2013.pdf#1
26. Образование в цифрах: 2016: статистический сборник. / Л.М. Гохберг [и др.] Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики» – М. : НИУ ВШЭ, 2016. 32,52 с.
27. Онокой Л.С. Открытое образование в современной России: социологическая концепция и модель развития. : Дис. д-ра социол. наук : защищена 27.01.2015: утв. 12.07.2015/ Л.С. Онокой. – М., 2014. – 292 с.

28. Перевезенцева Е.Д., Бачинский А.Г., Корсакова В.К., Туктарова Р.И. Новые тренды в образовании // Экономика и социум. 2017. №2 (33)
29. Перевезенцева Е.Д., Бачинский А.Г., Мунт О.В., Хайитов Х.О. Этапы развития высшего образования // Экономика и социум. 2017. №5 (36)
30. Платонова Т.О. Влияние конкуренции на рынке образовательных услуг на формирование конкурентных преимуществ высших учебных заведений // Управление экономическими системами. 2013. № 4
31. Стеньгина А.Р., Перевезенцева Е.Д., Валиуллова Р.И. Маркетинговые аспекты инновационной деятельности организации // Экономика и социум. 2016. №2 (21)
32. Фещенко А.В. Социальные сети в образовании: анализ опыта и перспективы развития // Открытое и дистанционное образование. 2012. № 3. С. 44 -50.
33. E. Vázquez-Cano, J. Fombona, A. Fernández Virtual Attendance: Analysis of an Audiovisual over IP System for Distance Learning in the Spanish Open University (UNED) // The International Review of Research in Open and Distributed Learning. 2013. Vol 14, No 3.
34. D. Vandegrift We don't have any limits': Russian young adult life narratives through a social generations lens // Journal of Youth Studies. 2016. Vol 19, No 2
35. F. K. Olakulehin, G. S. Widening access through openness in higher education in the developing world: A Bourdieusian field analysis of experiences from the National Open University of Nigeria // Open Praxis. 2017. Vol 9, No 1
36. Theory of generations [Электронный ресурс]. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Theory_of_generations
37. Top 200 Tools for Learning [Электронный ресурс]. URL: <http://c4lpt.co.uk/top100tools/top-200-tools-for-learning/>