

**ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им Д. СЕРИКБАЕВА**



УТВЕРЖДАЮ

Ректор ВКГТУ им. Д. Серикбаева

Ж. Шаймарданов

15.10. 2018 г.

**ПРОГРАММА
СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
ВКГТУ им. Д.СЕРИКБАЕВА
НА 2018-2021 ГОДЫ**

**Усть-Каменогорск
2018**

Содержание

Введение	3
Миссия, видение, стратегические цели	6
Стратегическая инициатива 1. <i>Университет – драйвер инновационных технологий в экономику региона</i>	7
– Академическая стратегия	7
– Исследовательская и инновационная стратегия	8
– Стратегия коммерциализации и предпринимательства	11
Стратегическая инициатива 2. <i>Предоставление обучающимся возможностей для формирования базовых, конкурентных навыков и компетенций</i>	15
– Академическая стратегия	15
– Стратегия интернационализации	17
– Стратегия развития личности в новых условиях	18
Стратегическая инициатива 3. <i>Формирование социально-дружественной среды для развития личной и профессиональной конкурентоспособности</i>	21
– Стратегия управления ресурсами	21
– Стратегия коммуникации	27
Стратегическая инициатива 4. <i>Продвижение бренда университета на международном образовательном пространстве</i>	31
– Стратегия продвижения университета в рейтингах	31
Стратегическая инициатива 5. <i>Трансформация университета в инновационно- предпринимательский вуз</i>	34
– Стратегия коммерциализации и предпринимательства	34
– Стратегия корпоративного управления	36
Приложение 1. Стратегическое маркетинговое планирование деятельности ВКГТУ им. Д. Серикбаева на 2018-2021 гг.	41
Приложение 2. Реестр рисков	66
Приложение 3. Дорожная карта по реализации программы стратегического развития университета на 2018-2021 годы	70

Введение

Программа стратегического развития университета – основополагающий документ, в котором определено развитие вуза по основным направлениям деятельности: академической, исследовательско-инновационной, международной, управленческой, гражданскому и социальному развитию до 2021 года.

Программа разработана на основе стратегических государственных программ и нормативных документов.

Проведены следующие виды исследований:

1) **Маркетинговый анализ деятельности ВКГТУ на образовательном рынке РК.** По результатам анализа была определена позиция университета по отношению к основным конкурентам, сделано сегментирование, таргетирование рынка с выявлением целевой ниши вуза и по итогам анализа разработано стратегическое маркетинговое планирование на основе 4 P (Place- позиция, Product- продукт, Promoution - продвижение, Price - цена) (Приложение 1).

2) **Бенчмаркинг-исследование, проведенное по заказу университета рейтинговой компанией QS.** Результаты продемонстрировали позиции университета в сравнении с шестью зарубежными вузами (в том числе, Национальный тайваньский Университет науки и технологии (NTUST), Университет Цукуба, Технический университет Брауншвейга, Технологический университет Тампере, Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ), Белорусский Национальный технический университет (БНТУ)).

3) **Сравнительный анализ с национальными вузами РК и приграничными вузами РФ.**

4) **Анализ причин оттока выпускников школ области в вузы РФ,** проведенное совместно с Управлением образования ВКО

5) **Анализ востребованности и престижности специальностей** университета в регионе.

Результаты вышеуказанных исследований демонстрируют, что *университету необходимо диверсифицировать свои образовательные программы, улучшить качество кадрового потенциала и модернизировать научную и социальную инфраструктуру.*

При корректировке программы учитывалось текущее положение в вузе, опыт лучших практик Назарбаев университета, зарубежных технических вузов, отчеты по бенчмаркингу, проведенные QS, рекомендации зарубежного консультанта, профессора С.Хагена (Великобритания).

Реализация программы стратегического развития предлагается через осуществление плана *пяти Стратегических инициатив*, которые позволят в полной мере реализовать Миссию, Видение и стратегические цели, поставленные в программе.

Программа содержит пять стратегических инициатив (СИ):

СИ1. Университет – драйвер инновационных технологий в экономику региона.

СИ2. Предоставление обучающимся возможностей для формирования базовых, конкурентных навыков и компетенций.

СИ3. Формирование социально-дружественной среды для развития личной и профессиональной конкурентоспособности.

СИ4. Продвижение бренда университета на международном образовательном пространстве.

СИ5. Трансформация университета в инновационно-предпринимательский вуз.

Каждая стратегическая инициатива раскрывается в 2-3 отдельных стратегиях, которые содержат анализ текущей ситуации, SWOT – анализ, описание структурных изменений для достижения целей и задач, анализ рисков. В программе пересмотрены Миссия, Видение и стратегические цели университета.

Цель программы - повысить конкурентоспособность университета, вывести его в лидеры высшего технического образования страны и центрально-азиатского региона, оперативно и адекватно реагирующего на глобальные вызовы и тренды современного мира.

Университет уделяет большое внимание изучению и трансляции лучших практик.

Продолжается поэтапное внедрение опыта Назарбаев Университета в вопросах академической и управленческой самостоятельности, а также внедряются лучшие практики вузов, которые определены для бенчмаркинга.

Выбор зарубежных вузов для бенчмаркинга обусловлен профилем университета, а именно, это технические или технологические вузы, примерно одинаковая ранговая позиция в рейтингах, схожесть размера вузов, истории становления.

Поэтому, выбраны следующие зарубежные вузы: Brno University of Technology (BUT) (Чехия), Технический университет Люблина (Польша), Университет ИТМО, Санкт-Петербург (Россия), Cyprus University of Technology (Кипр).

Индивидуальные особенности университетов:

Назарбаев Университет. Университет стал национальным брендом высшего образования Казахстана, сочетая преимущества национальной системы образования и лучшую мировую научно-образовательную практику. Назарбаев Университет является вузом исследовательского типа. Учебный процесс построен на базе образовательных программ, признанных на международном уровне, что способствует обеспечению опережающего развития и выходу системы образования и науки РК на мировой уровень. Достоинством университета является ***система корпоративного управления, организационная структура вуза, полиязычие, интеграция в международное научно-образовательное пространство.***

Brno University of Technology (BUT) (Чехия). Особенностью данного университета является то, что его образовательные программы охватывают не только инженерную область, но и области естествознания, архитектуры, изобразительного искусства, информационных технологий и экономики, *с сильным междисциплинарным акцентом и тесной связью с производственной сферой.* BUT на долгосрочной основе сотрудничает с ведущими международными компаниями, такими как Škoda Auto, Siemens, Honeywell, ФЭИ, Bosch и IBM.

Технический университет Люблина (Польша). Это вуз технического профиля, большинство программ которого аккредитованы. *Этот университет со времён создания осуществляет подготовку инженерных кадров и проводит научные исследования, в основном для своего региона.* Главные направления научных исследований связаны с развитием конструкций и технологий, охраной окружающей среды, а также экономией материалов и энергии.

Университет ИТМО, Санкт-Петербург (Россия) открывает обучающимся возможности для гармоничного развития конкурентоспособной личности и вдохновляет ее на решение глобальных задач. *Это вуз, который развивает цифровую и предпринимательскую культуру, аналитическое, критическое и системное мышление.*

Cyprus University of Technology (CUT) (Кипр). Это молодой вуз, который достиг значительных успехов за время своего существования. Менее чем за 10 лет работы CUT занимал высокие позиции в международных рейтингах. *Стратегия интернационализации вуза усиливается благодаря участию в программе мобильности Erasmus и национальному управлению программой IAESTE.* Особенностью является *большая доля внешнего финансирования исследовательских проектов международного уровня.*

ВКГТУ открыт для трансляций лучших практик и опыта ведущих мировых вузов. Для развития вуза важно расширять партнерство с глобальным академическим сообществом, в частности, с высокорейтинговыми университетами и исследовательскими центрами по всему миру.

Программа рассмотрена на заседании Ученого совета, протокол № 4 от 5 октября 2018 г.

Миссия, Видение, Стратегические цели

Миссия

ВКГТУ предоставляет высококачественное, продвинутое, многоуровневое образование для всех обучающихся и готовит их к карьере в качестве будущих инженеров и предпринимателей для работы в глобальной среде.

Видение

ВКГТУ является ведущим техническим университетом Казахстана, стремящимся достичь превосходства во всех аспектах своих образовательных программ и предоставляющим новаторские образовательные и исследовательские решения для глобальных задач, стоящих перед экономикой и обществом сегодня и завтра.

Стратегические цели

1. Обеспечить превосходство во всех аспектах своих образовательных программ, предлагая актуальные и вдохновляющие образовательные траектории обучающимся.
2. Предоставлять обучающимся высококачественное, практико-ориентированное образование, вооружить их знаниями и навыками, которые обеспечат им успешную карьеру.
3. Достичь международного признания через новаторские образовательные программы и прикладные исследования в интересах промышленности и общества в целом.
4. Продвигать международную репутацию Университета как ведущего поставщика передового технического образования через партнерские отношения с ведущими технологическими университетами мира.
5. Участвовать и достигать высокого положения в мировом рейтинге университетов (QS WUR).
6. Развивать культуру и среду предпринимательства в Университете.
7. Способствовать экономическому развитию региона посредством усиления партнерских отношений с ведущими промышленными предприятиями.

Ключевые цели Университета к 2021 г.:

1. Войти в ТОП-700 + в рейтинге QS WUR
2. Войти в ТОП-100 в рейтинге QS EECA
3. Пройти международную аккредитацию 60% образовательных программ.
4. Внедрить 14 образовательных программ магистратуры и 3 образовательные программы бакалавриата на английском языке.
5. Добиться 10% иностранных студентов в общем контингенте и 7 % иностранных профессоров.
6. Открыть офис приема иностранных абитуриентов за рубежом.
7. Коммерциализировать 12 проектов.

СИ1. Университет – драйвер инновационных технологий в экономику региона.

1.1 Академическая стратегия

Цель - подготовка высококвалифицированных специалистов по базовым и актуальным направлениям отраслей экономики и производства для удовлетворения запросов рынка труда.

Задача:

1. Подготовка специалистов по диверсифицированным, модернизированным, инновационным образовательным программам, разработанным по принципу «сегодня – завтра - послезавтра» для удовлетворения текущих и перспективных потребностей отраслей экономики региона.

Анализ текущей ситуации

ВКГТУ входит в глобальные академические рейтинги и демонстрирует сильные позиции на рынке образовательных услуг региона.

Образовательная деятельность осуществляется на трехуровневой основе по 75 образовательным программам, включая: 35 специальностей бакалавриата, 33 - магистратуры и 7 - докторантуры PhD.

Разработаны и внедрены 3 инновационные образовательные программы (ИОП) по заказу АО "НАК "Казатомпром" (грант АО "УМЗ").

Разработаны 8 новых инновационных образовательных программ по магистратуре.

Все эти образовательные программы согласованы с университетами дальнего и ближнего зарубежья: Университет г. Штутгарт, Университет прикладных наук им. Бойта, Гамбургский университет, Университет Обуда, Университет Бонна, Сибирский государственный университет геосистем и технологий, г. Новосибирск, Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск, Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, Санкт-Петербургский научно-исследовательский университет ИТМО, Львовский политехнический университет, г. Львов.

Согласованы с предприятиями–партнерами ТОО «КазЦинк», VI Group, ТОО «Топаз», АО «Азия Авто», ТОО «Багратион», ТОО «Опытное хозяйство масленичных культур», ГУ управление здравоохранения ВКО, НИИ травматологии и ортопедии РК.

Всего 20 ИОП с начала текущего учебного года внедрены в режиме эксперимента. Они утверждены приказом МОН РК № 319 от 5 июля 2018г. для внесения в реестр инновационных образовательных программ.

SWOT-анализ

S (strength) – сильные стороны	W (weakness) – слабые стороны
1.Существующая система разработки	1.Не достаточное количество

образовательных программ. 2.Практикоориентированность образовательных программ. 3.Исторически сложившаяся тесная связь с предприятиями региона.	преподавателей с производства ведущих занятия в университете.
О (opportunity) – благоприятные возможности	Т (threat) - угрозы
1.Расположение в отраслевом регионе с большой востребованностью квалифицированных специалистов. 2.Увеличение количества государственных грантов на технические специальности. 3.Предоставление академической свободы вузам.	1.Несвоевременное реагирование университета на вызовы региональной экономики

Перспективы развития

Совершенствование академической деятельности в соответствии с современными подходами и стандартами стран ОЭСР.

Диверсификация образовательных программ всех уровней по принципу «сегодня – завтра - послезавтра» в соответствии с конкретными потребностями отраслевых предприятий области, с учетом развития инновационных и сервисных секторов.

Повышение качества образовательных программ посредством применения инновационных методик преподавания, обеспечивающих формирование и развитие познавательных интересов и способностей, творческого мышления, умений и навыков самостоятельного умственного труда.

1.2. Исследовательская и инновационная стратегия

Цель – создание практико-ориентированной модели подготовки кадров, базирующейся на активных исследованиях обучаемых в научно-исследовательских и учебно-производственных комплексах университета в ходе выполнения научных проектов междисциплинарного характера.

Задачи:

1. Разработать и реализовать концепцию интегрированной модели подготовки кадров, основанной на глубоком взаимодействии между процессом обучения и исследовательской деятельностью.

2. Развить и *обеспечить превосходство* научно-исследовательской и инновационной деятельности университета *в области металлургии и материаловедения* (геологоразведка, добыча, обогащение, металлургические переделы цветных и редких металлов и создание на их основе новых сплавов и материалов) в Центральной и Юго-Восточной Азии.

3. Создать научную инфраструктуру университета, отвечающую современному состоянию *науки в мире* в сфере приоритетов вуза (Центр опережающего развития).

4. Обеспечить коммерциализацию результатов научной деятельности через старт-ап проекты.

Анализ текущей ситуации

За последние три года в университете на системной основе шла работа по формированию научной инфраструктуры, которая позволит перейти к новой практико-ориентированной, интегрированной модели подготовки кадров. В основе этой модели лежит взаимопроникновение образовательного и научно-исследовательского процессов, которая формирует необходимые современному специалисту компетенции.

Традиционно сфера научных интересов университета охватывает горно-металлургический кластер, материаловедение, машиностроение, приборостроение, строительство, энергетику, информационно-коммуникационные технологии.

На сегодняшний день в университете выстроены базовые принципы управления исследовательской и инновационной деятельностью, сформированы основные управленческие и исследовательские подразделения, определено взаимодействие между ними.

Благодаря планомерно проводимой работе сформирована хорошая исследовательская база, как в технологическом, так и аналитическом плане, позволяющая выполнять НИОКР на высоком уровне. На ее формирование в течение последних трех лет инвестировано более 1 млрд. тенге.

В итоге в университете сформировано три уровня научно-учебной лабораторной базы.

1 уровень - учебные лаборатории при кафедрах, которые выполняют сугубо учебные задачи.

2 уровень - учебно-производственные комплексы, которые используются в учебном процессе и в которых выполняются научные исследования от заказчиков.

3 уровень – «Центр опережающего развития» в области аналитических исследований, материаловедения и прототипирования, который включает в себя три крупных научных подразделения: Лабораторию аналитических исследований, НПК «Металлургия», НПК «Прототипирование и обработка материалов».

Это формирующаяся инфраструктура позволяет обеспечить практико-ориентированную подготовку специалистов, способных работать как на предприятиях в качестве инженеров, технологов, так и продолжить научные исследования в стенах университета или других научных организациях.

Действующая современная научная инфраструктура университета способна увеличивать доход от исследовательской и инновационной

деятельности за счет выполнения научных исследований в рамках грантового, программно-целевого и хоздоговорного финансирования.

Примером служит реализация трехлетней целевой научно-технологической программы, ориентированной на разработку новых видов продукции на ведущих промышленных предприятиях Восточно-Казахстанской области с общим объемом финансирования 2,7 млрд. тенге, включающая семь научно-технических подпрограмм.

В то же время в университете отмечается низкая эффективность отдельных существующих исследовательских подразделений. Остро стоит вопрос об их кадровой обеспеченности. Источником кадрового резерва являются магистранты, докторанты университета. На текущий момент только 2 % от общей численности обучаемых участвуют в научных проектах.

Сложившаяся ситуация является результатом существенного разрыва между образовательной и научной деятельностью, а также незначительной долей практико-ориентированного подхода при подготовке кадров. Важно, чтобы в процессе обучения на разных уровнях обучающиеся активно были вовлечены в научные исследования на имеющейся научной базе, что будет формировать у них новейшие компетенции.

Вопросы востребованности и коммерциализации результатов НИОКР пока также остаются на низком уровне и требуют разработки эффективного механизма создания инноваций на основе полученных новых знаний.

Актуальным для университета остается проведение совместных международных научных исследований по приоритетным для вуза научным областям с созданием международных исследовательских групп.

SWOT-анализ

S (strength) – сильные стороны	W (weakness) – слабые стороны
1. В университете выстроены базовые принципы управления научной и инновационной деятельностью 2. Сформирована хорошая исследовательская база как в технологическом, так и аналитическом плане, позволяющая выполнять НИОКР на высоком уровне. 3. Проводимые исследования обеспечены достаточными финансовыми ресурсами как для выполнения самих НИОКР, так и развития инфраструктуры. 4. Сформированы устойчивые связи со стейкхолдерами. 5. Наличие сложившихся научных школ.	1. Низкая коммерческая эффективность существующих исследовательских подразделений. 2. Недостаточная кадровая обеспеченность научных подразделений 3. Отсутствие международных и междисциплинарных исследовательских коллективов. 4. Недостаточность методического обеспечения функционирования исследовательских подразделений (нормы и стандарты).
O (opportunity) – благоприятные	T (threat) – угрозы

ВОЗМОЖНОСТИ	
1. Стабильная политическая и экономическая среда.	1. Финансовая неустойчивость научных проектов.
2. Потребности промышленных предприятий и организаций в постоянных инновациях.	

Перспективы развития

Стратегия направлена на развитие интеграции между научным и образовательным процессами университета. Поэтому, в ходе ее реализации большое внимание *будет уделено выработке механизма взаимодействия между процессом исследовательской деятельности и обучения*. При этом планируется активное вовлечение обучающихся в исследовательский процесс с приобретением ими навыков и компетенций по разрабатываемым научным тематикам.

Для Восточного Казахстана профильным является горно-металлургический кластер, что обуславливает выбор научного приоритета вуза в данной сфере. *Обучение через исследования позволит внедрить практико-ориентированные подходы опережающей подготовки кадров для будущих производств как в Казахстане, так Центральной и Юго-Восточной Азии*. Формирование международных и междисциплинарных исследовательских групп с разнообразным опытом даст толчок развитию инноваций.

В ходе реализации исследовательской и инновационной деятельности, в том числе с международным участием, будет создаваться научная и инновационная продукция.

Для решения поставленных задач потребуются дальнейшая *модернизация научной инфраструктуры университета, отвечающей современному состоянию науки в мире в сфере приоритетов вуза* (Центр опережающего развития), разработки и внедрения эффективного механизма коммерциализации результатов НИОКР с превращением их в инновации.

Для эффективной работы научных подразделений университета будет проведен аудит их научной деятельности и инфраструктуры, по итогам которого будет принято решение об оптимизации научно-исследовательской инфраструктуры. Для исследовательских подразделений будут разработаны KPI, достижение которых будет определять эффективность их деятельности.

1.3 Стратегия коммерциализации и предпринимательства

Цель – создание эффективного механизма коммерциализации результатов научно-исследовательской деятельности и их внедрение в хозяйственную деятельность.

Задачи:

1. Исследование рынка сбыта и анализ потребностей предприятий для разработки и внедрения в производство результатов НИОКР.
2. Оказание поддержки ученым и разработчикам университета в продвижении их технических решений на рынок.
3. Развитие сотрудничества с бизнесом для осуществления комплексных проектов.
4. Внедрение в хозяйственный оборот результатов научной, научно-технической деятельности (РННТД).

Анализ текущей ситуации

В настоящее время университет является ведущим вузом Казахстана в таких сферах как металлургия, машиностроение, IT-технологии, тепло-электроэнергетика, науки о Земле, строительство. В вузе созданы научно-производственные подразделения, реализующие разнообразные направления деятельности.

Сегодня успешно реализуются научно-производственные программы, ориентированные на разработку новых видов продукции для производства на ведущих промышленных предприятиях Восточно-Казахстанской области.

Ведутся совместные научные разработки с такими ведущими промышленными предприятиями как АО «УМЗ», АО «УК ТМК», ТОО «Казцинк», ТОО «Силумин Восток», ТОО «ПФ BEST», АО «Востокцветмет» и др.

Существующая научная инфраструктура ориентирована на вывод результатов НИОКР на коммерциализацию.

Создан научно-производственный комплекс «Прототипирование и обработка материалов», оснащённый: 3D принтером Concept Lazer; системой неразрушающего оптического контроля (3D сканер), фрезерным станком с ЧПУ DMU 50, сверхточным высокопроизводительным токарно-фрезерным обрабатывающим станком CTX 510 Ecoline. Оборудование позволяет разрабатывать чертежи, изготавливать образцы медицинских имплантатов с использованием аддитивных технологий и механической обработки, проводить контроль качества имплантатов.

На базе университета создана и успешно функционирует Start-up Академия, как центр генерации и реализации бизнес-идей и стартап - проектов региона.

На сегодняшний день на разных стадиях реализации находятся 5 студенческих проектов. Команда Start-up Академии выиграла республиканский конкурс стартап-проектов «Startup «Bolashak-business Pavlodar» и денежный приз на сумму 800 000 тенге.

За последние три года университетом получен 31 патент Республики Казахстан на объекты промышленной собственности и 20 свидетельств о государственной регистрации прав на программы для ЭВМ.

В настоящее время идет работа над проектом «Технология изготовления фибры из техногенных отходов» под научным руководством Вавилова А.В. Основная идея проекта заключается в создании производства нового вида стальной фибры из техногенных отходов (списанных стальных канатов и тросов подъёмно-транспортных машин и оборудования).

Создано малое предприятие – ТОО «Научно-производственное объединение «Иннотехх». Сумма гранта составляет 121 000 000 тенге.

SWOT- анализ

S (strength) – сильные стороны	W (weakness) – слабые стороны
<p>1. Концептуально изменена стратегия, ориентированная на экономическую эффективность инновационной деятельности.</p> <p>2. Университет располагает мощной инновационной инфраструктурой, аккредитованными лабораторными комплексами.</p> <p>3. Наличие разветвленной сети кооперационных связей с предприятиями.</p> <p>4. Разработаны новые уникальные инновационные технологии и продукты.</p> <p>5. Наличие практики производства опытных образцов сложнообрабатываемых деталей для медицины и нефтегазовой отрасли.</p>	<p>1. Сложность механизмов взаимосвязей между основными участниками процесса коммерциализации.</p> <p>2. Слабое понимание учеными нужд рынка и потребителя.</p> <p>3. Дефицит квалифицированных преподавателей, имеющих наряду с хорошей теоретической подготовкой опыт предпринимательской деятельности.</p> <p>4. Недостаток финансовых ресурсов для коммерциализации.</p> <p>5. Низкий уровень коммерциализации и трансформации результатов научной деятельности в инновации.</p>
О (opportunity) – благоприятные возможности	Т (threat) – угрозы
<p>1. Новые роли университетов в становлении нового технологического уклада.</p> <p>2. Планируемая академическая, административная и финансовая автономия вузов.</p> <p>3. Завоевание рынка и быстрая окупаемость</p>	<p>1. Риск нарушения лицензии патентных прав.</p> <p>2. Низкая заинтересованность в проводимых разработках со стороны предприятий.</p> <p>3. Отсутствие заинтересованности со стороны промышленности в связях с наукой.</p>

Перспективы развития

Позиционирование университета как инновационного предпринимательского вуза требует усиления его роли в процессе коммерциализации.

Основными участниками процесса коммерциализации выступают подразделения инновационной инфраструктуры вуза – Офис коммерциализации технологий, Start-up Академия, научно-исследовательские лаборатории и центры. Формируемая инновационная инфраструктура вуза становится связующим звеном между вузом и бизнесом.

Для решения проблем коммерциализации университету необходимо создать инновационную экосистему открытого типа, превращающую результаты интеллектуальной деятельности в востребованную на рынке продукцию и эффективные бизнесы.

Формирование патентного портфеля является основой для создания с участием университета комплекса инновационных продуктов и технологий.

От деятельности Start-up Академии планируются получать следующие результаты: реализованные старт-ап проекты в виде альфа-версии продукта либо работающего прототипа; создание новых рабочих мест; получение дополнительного финансирования; консультационная поддержка стартаперов; переподготовка и обучение ППС основам ведения бизнеса ведущими бизнес-тренерами, успешными предпринимателями и институтами поддержки предпринимательства; создание малых инновационных предприятий (МИП).

СИ2. Предоставление обучающимся возможностей для формирования базовых, конкурентных навыков и компетенций.

2.1 Академическая стратегия

Цель - *подготовка высококвалифицированных специалистов по базовым и актуальным направлениям отраслей экономики и производства для удовлетворения запросов рынка труда.*

Задачи:

1. Выпуск специалистов по всем уровням обучения, имеющих *профессионально-прикладную подготовку*, глубокие ИТ-компетенции, владеющих иностранными языками и дополнительными навыками, в том числе в области предпринимательства.

2. Технологизация учебного процесса с массовым интерактивным участием на основе электронного обучения.

3. Модернизация существующей учебно-лабораторной базы для усиления практико-ориентированной подготовки кадров.

4. Обеспечение качества образовательных программ на соответствие критериям международной аккредитации в области инженерного образования.

5. Расширение маркетинга образовательных программ за рубежом, создание представительств университета на зарубежных рынках.

Анализ текущей ситуации

Университет предоставляет обучающимся возможности для формирования базовых, конкурентных навыков и компетенций.

Университет практико-ориентирован, так как имеет исторически сложившуюся тесную связь с предприятиями региона. Вуз готовит специалистов, *учитывая рекомендации работодателей*, с использованием их материально-технической базы для практик и учебного процесса, привлечением преподавателей с производства. Все это способствует формированию у обучающихся профессиональных компетенций.

Развивается необходимая материально-техническая база для реализации ОП, но не все ОП в полной мере обеспечены необходимым лабораторным оснащением в виду недостаточного финансирования.

Для формирования конкурентных компетенций университет проводит системную работу по развитию языковых компетенций в рамках проекта «Трёхязычие формула успеха!». Как результат 6 ОП на английском языке.

Однако университет сталкивается с тем, что уровень знаний английского языка первокурсников разный, большинство студентов имеют низкую мотивацию, что связано с отсутствием реальных коммуникативных ситуаций, навыков самостоятельного обучения и отсутствием острой потребности в знании языка.

ВКГТУ позиционирует себя как *Цифровой университет*, проведён аудит ОП на цифровое содержание, все ОП диверсифицированы и усилены.

Эти мероприятия направлены на формирование цифровых компетенций необходимых обучающимся.

Для повышения эффективности обучения, учитывая современные тенденции развития технологий обучения, университет ставит **задачу технологизации учебного процесса** с массовым интерактивным участием на основе электронного обучения.

Осуществляется переход от учебных курсов с применением ДОТ на открытые курсы он-лайн. Однако большинство преподавателей не владеют современными педагогическими технологиями преподавания.

SWOT- анализ

S (strength) – сильные стороны	W (weakness) – слабые стороны
1. Принципы практико-ориентированности в академической деятельности. 2. Приоритет на развитие трехязычия в университете. 3. Высокое развитие цифровых технологий в университете. 4. Хорошая материально-техническая база.	1. Недостаток преподавателей требуемой производственной квалификации по профилям специальностей. 2. Слабая технологизация образовательного процесса. 3. Недостаточное владение педагогическими технологиями.
О (opportunity) – благоприятные возможности	T (threat) - угрозы
1. Поддержка государством программы трехязычного обучения. 2. Приоритет на цифровую экономику.	1. Отсутствие профессиональных отраслевых стандартов

Перспективы развития

Совершенствование академической деятельности в соответствии с современными подходами и **стандартами стран ОЭСР**.

Создание практико-ориентированной модели подготовки кадров, с усилением исследовательской подготовки в научно- исследовательских и учебно-производственных комплексах университета, направленных на формирование необходимых компетенций.

Диверсификация образовательных программ всех уровней в соответствии с потребностями отраслевых предприятий страны для формирования у обучающихся необходимых компетенций.

Усилить требования к качеству подготовки кадров, добиваться 95% и выше трудоустройства выпускников в первый год после окончания университета.

2.2. Стратегия интернационализации

Цель - достичь международного признания через новаторские образовательные программы и прикладные исследования в интересах промышленности и общества в целом.

Задачи:

1. Реализация совместных двудипломных программ, академических обменов студентов и ППС между ВКГТУ и зарубежными вузами-партнерами, входящими в QS WUR, в рамках образовательных программ и проектов, по направлениям: последипломные научные стипендии, посещение профессоров, обмен студентами на один семестр, обмен преподавателями по контракту на один семестр; международные договоры обучения докторантов/

2. Привлечение абитуриентов и обучающихся из Индии, Монголии, России, Центральной Азии, стран СНГ.

3. Формирование эффективных процедур взаимодействия университета с зарубежными абитуриентами, обучающимися, ППС, исследователями, специалистами, работодателями.

Анализ текущей ситуации

Университет имеет 129 договоров об установлении партнерских отношений с зарубежными вузами и организациями, в рамках которых предусмотрены обмены студентами, магистрантами, докторантами, преподавателями, совместная образовательная и научно-инновационная деятельность. За 2017 г. заключено 6 новых договоров о сотрудничестве.

В университете обучается около ста иностранных студентов, включая слушателей факультета Foundation.

За последние три года 39 студентов обучались за рубежом в рамках внешней академической мобильности, в том числе в США (6 чел.), в странах Европы (33 чел.). 38 студентов обучались за счет средств МОН РК и 1 студент за счет собственных средств.

В 2017 году 21 докторант вуза прошли научную стажировку в ведущих университетах таких стран, как: Великобритания, Швеция, Польша, Украина, Россия.

SWOT- анализ

S (strength) – сильные стороны	W (weakness) – слабые стороны
1. ВКГТУ является участником международных проектов и программ 2. Вуз входит в международные ассоциации университетов 3. Наличие Международной высшей технической школы (ITPS)	1. Слабая мотивация ППС к изучению иностранного языка 2. Малое количество вовлеченных ППС и студентов в программы академических обменов 3. Недостаточное развитие практики привлечения иностранных ППС и

ОК) в структуре вуза	студентов
О (opportunity) – благоприятные возможности	Т (threat) - угрозы
1. Реализация проекта поэтапного перехода на трехязычие, создание возможностей для изучения английского языка, реализации ОП на английском языке. 2. Предоставление академической свободы вузам на законодательном уровне	1. Несгармонизированность законодательств РК и других стран для набора иностранных студентов 2. Низкая академическая привлекательность вуза для иностранных студентов.

Перспективы развития

Для повышения уровня интернационализации университета реализуются инновационные образовательные программы с привлечением зарубежных ППС из ведущих технологических вузов, увеличивается количество ОП, реализуемых на английском языке, растет число участников в международных конкурсах и программах.

Другим важным направлением является расширение взаимодействия с зарубежными центрами по привлечению студентов и ППС (Монголия, Китай, Индия, Центральная Азия, страны СНГ) и создание собственного офиса за рубежом по привлечению иностранных обучающихся.

2.3 Стратегия развития личности в новых условиях

Цель - создание условий для формирования конкурентоспособной, прагматичной, творческой, патриотичной и проактивной личности, легко адаптируемой к новым условиям.

Задачи:

1. Развитие системы духовно-нравственных ценностей студентов в рамках модернизации общественного сознания.
2. Развитие навыков предпринимательской деятельности, формирование профессиональных знаний и умений, обеспечивающих успешную карьеру выпускника.
3. Формирование активной гражданской позиции, патриотизма, социальной ответственности и правовой грамотности студентов.
4. Создание условий для развития у обучающихся знаний в различных областях искусств.
5. Содействие овладению студентами трехязычия.
6. Формирование мотивации и ценностей здорового образа жизни.

Анализ текущей ситуации

На сегодняшний день задача по развитию личности в новых условиях в университете интегрирует в себе процессы развития творческих, духовных и

физических возможностей личности, формирования основ нравственности и толерантности, а также лидерских, предпринимательских и управленческих компетенций.

Интеграция во внешнее социально-экономическое пространство, формирование предпринимательской активности происходит посредством реализации проектов Start-up академии. Участники Startup Академии разрабатывают современные высокотехнологичные проекты, уникальные программные продукты, инновационные услуги, участвуют в республиканских и областных конкурсах стартап-проектов, приобретают предпринимательские навыки для создания в перспективе своего дела.

В целях совершенствования языковых компетенций студентов и развития их конкурентных преимуществ реализуется проект «Трехязычие – формула успеха». Цель данного проекта – повышение числа студентов, владеющих тремя и более языками, как следствие, увеличение числа конкурентоспособных специалистов в будущем. Наряду с проектом в этом направлении осуществляют свою деятельность языковые клубы: Лингвист, Эрудит, Абай, Пушкин, Руханият, Soleil.

Патриотическое, гражданское и правовое воспитание в университете осуществляется через реализацию программы «Рухани жаңғыру», проектов «Сохранение национальной идентичности» и «Туған жер», а также проектов, разработанных в университете: «Шығыс жастары», «Формирование межкультурного толерантного пространства и развития диалога в молодежной среде».

Формирование лидерских качеств осуществляется посредством деятельности студенческих клубов и студенческого самоуправления. Отдел студенческого творчества курирует работу по развитию творческих навыков обучающейся молодежи.

Повысить уровень физической подготовки студенты могут в различных спортивных секциях.

Традиционно затруднения вызывают процессы адаптации первокурсников и их дальнейшей интеграции в социальное пространство университета. Часть студентов не проявляют социальную активность. По-прежнему, существенен уровень правовой безграмотности в студенческой среде, некритичное отношение к коррупции; сочетание эгоцентризма и конформизма части обучающихся.

Актуальным остается вопрос формирования и развития предпринимательских навыков: критического и аналитического мышления, лидерских и управленческих компетенций обучающейся молодежи.

SWOT- анализ

S (strength) – сильные стороны	W (weakness) – слабые стороны
1. Развитая инфраструктура университета (корпуса, библиотека, спорткомплекс, студенческие общежития, корпоративная	1. Слабая информированность студентов в вопросах основных государственных приоритетов, программ и документов, правовой

<p>телекоммуникационная сеть и др.)</p> <p>2. Функционирование структур, проектов и клубов по формированию знаний и навыков конкурентоспособного выпускника: Startup Академия, КДМ, клубы и проекты по развитию полиязычия.</p> <p>3. Условия для культурного и интеллектуального развития, формирования установок на личностный рост и самосовершенствование, формирования здорового образа жизни обучающихся</p>	<p>культуры, угроз экстремизма.</p> <p>2. Слабая заинтересованность и инициативность у обучающейся молодежи в получении навыков и знаний по предпринимательству, трехязычия.</p> <p>3. Низкая доля студентов, участвующих в общественной жизни университета, в различных формах студенческого самоуправления.</p> <p>4. Невысокий удельный вес студентов - членов творческих коллективов, а также занимающихся в спортивных секциях университета.</p>
<p>О (opportunity) – благоприятные возможности</p>	<p>T (threat) - угрозы</p>
<p>1. Реализация основных направлений программы «Рухани жаңғыру», что позволяет углубить работу по формированию гражданской ответственности, патриотизма, развитию лидерских компетенций предпринимательских навыков, полиязычия.</p>	<p>1. Повышение конкурентности среди вузов, что может вызвать отток студентов.</p> <p>2. Деятельность деструктивных групп, социальных сетей и прочие социальные угрозы молодежи.</p>

Перспективы развития

Потенциальным направлением для стратегии развития личности в новых условиях является **дальнейшая работа по реализации программы «Рухани жаңғыру» в университете**. Перспективным является продолжение разработки проектов по основным направлениям программы:

- **конкурентоспособность**: проект «Трехязычие – формула успеха»;
- **прагматизм**: проекты Start-up Академии, «Школа успеха» в рамках проекта «100 новых лиц»;
- **национальная идентичность**: мероприятия и проекты Управления по воспитательной работе, КДМ, Общественной кафедры АНК по популяризации национальной культуры, формированию патриотизма, правового и гражданского сознания, межнациональной толерантности;
- **сакральная география Казахстана**: экскурсии и экспедиции «Политехнического музея ВКГТУ»;
- **открытость сознания**: встречи студентов с зарубежными гостями в рамках внедрения бенчмаркинга.

СИЗ. Формирование социально-дружественной среды для развития личной и профессиональной конкурентоспособности

3.1 Стратегия управления ресурсами

Конкурентоспособность университета зависит от качества имеющихся ресурсов: человеческих, информационно-коммуникационных, инфраструктурных.

Кадровый потенциал

Цель – формирование пула высококвалифицированного ППС и сотрудников, ориентированных на реализации миссии, видения и стратегических целей университета.

Задачи:

1. Формирование команды высококвалифицированного преподавательского корпуса и сотрудников, обеспечивающих конкурентные преимущества и лидерство вуза в инженерном образовании.
2. Повышение вовлеченности сотрудников в реализацию задач вуза, транслирование ими ценностей университета в своей деятельности.
3. Повышение профессиональных и общих компетенций ППС и сотрудников до стандартов стран ОЭСР.
4. Внедрение оценки компетенций персонала на соответствие модели успешного сотрудника университета и переход к эффективному контракту.

Анализ текущей ситуации

В университете внедряется компетентностная модель успешного сотрудника, основанная на стандартах развития человеческого капитала стран ОЭСР, модели компетенций Star и «20 граней».

В первую очередь, данная модель относится к профессорско-преподавательскому составу, который должен отвечать следующим требованиям: высокий уровень профессионализма, способность к коммуникациям, обучаемость и саморазвитие, наличие позитивного мышления, умение планировать и организовывать свою деятельность, иметь достаточный уровень IT-компетенций, знаний проектного менеджмента и предпринимательства, иностранного языка.

ППС, как и другие сотрудники, выступает носителем и транслятором корпоративной культуры и ценностей университета, способствуя благоприятному и доверительному восприятию обществом его деятельности.

Численность штатных преподавателей на сентябрь 2018г. составила- 430 человек, в том числе 163 человека (37%) –с ученой степенью кандидата и доктора наук, доктора PhD -36 человек (8,3%) и магистров наук- 134 человека (31%). Средний возраст ППС составляет 46 лет.

За последние три года велась системная работа по приведению кадрового состава требованиям стран ОЭСР. В результате проведенных мероприятий существенно омолодился корпус ППС, повысился уровень ИТ-компетенций, увеличилось число магистров среди преподавателей, ежегодно около 10 человек пополняют ряды докторов PhD. Каждый год более 50 % ППС повышают свою квалификацию в различных областях.

SWOT- анализ

S (strength) – сильные стороны	W (weakness) – слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Специфика работы университета способствует постоянному развитию персонала и его навыков. 2. Сформированный социально-психологический климат в коллективе. 3. Создана материально-техническая база для внедрения новых технологий и развития университета. 4. Относительно высокий статус, имидж, университета, продолжительный опыт работы в сфере высшего образования. 5. Возможность проходить обучение и повышение квалификации на базе университета-ИПиНОТ. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаточный уровень понимания и транслирования персоналом миссии, видения, ценностей университета. 2. Слабая вовлеченность персонала в реализацию миссии, стратегических задач. 3. Недостаточный уровень базовых компетенций у большинства сотрудников уровню, установленному университетом; 4. Нехватка сотрудников, владеющих английским языком, а также лиц, обладающих учеными степенями.
О (opportunity) – благоприятные возможности	Т (threat) - угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Поступления денежных средств из бюджета государства через гранты на образовательные услуги и научно-исследовательскую деятельность. 2. Стабильное политическое и финансовое положение в стране. 3. Единственный технический вуз в регионе, наличие крупных градообразующих промышленных предприятий в городе, области. 4. Успешный опыт взаимовыгодного сотрудничества и высокая заинтересованность предприятий в дальнейшей совместной работе 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Высокая конкуренция на рынке труда среди организаций и предприятий, имеющих специалистов профиля университета. 2. Наличие организаций – конкурентов в сфере предоставления образовательных услуг. 3. Быстрый рост развития и высокие требования к оказываемым услугам в условиях современных технологий.

Перспективы развития

Университет продолжит *политику, направленную на формирование у ППС, сотрудников компетенций, определенных стандартами стран ОЭСР.*

Будет стандартизирована процедура оценки персонала на соответствие установленным требованиям.

Продолжится работа по повышению квалификации персонала путем организации внешнего и внутреннего (корпоративного) обучения на базе ИПиНОТ, с привлечением как внутренних, так и внешних тренеров.

Для привлечения и удержания лучших преподавателей и научных сотрудников будут разработаны мероприятия по улучшению условий труда сотрудников университета и повышения HR бренда университета.

В целях повышения вовлеченности персонала, понимания миссии, стратегических целей университета и их транслирования в своей деятельности, повышения корпоративной культуры будет внедрен корпоративный кодекс.

Для интернационализации кадрового потенциала будут привлекаться иностранные преподаватели и ученые для работы в штат университета.

Важное значение отводится управлению изменениями в кадровой политике и формированию кадрового резерва.

Информационно-коммуникационное обеспечение

Цель - развитие цифровой экосистемы Smart-университета и цифровых сервисов, реализующих эффективное решение повседневных операционных задач и услуг.

Задачи:

1. Трансфер цифровых технологий в академической сфере через подготовку и переподготовку ИТ –специалистов.
2. ИТ-инжиниринг, кооперация с отраслевыми ведомствами.
3. Реорганизация ИТ-инфраструктуры университета, переход к сервис-ориентированной ИТ-архитектуре ВКГТУ.
4. Модернизация серверного оборудования и сертификация серверной. Увеличение мощностей серверного оборудования до 3 TFlops.
5. Создание единой виртуальной образовательной, научно-инновационной, информационно-аналитической среды университета.
6. Коммерциализация разработанных программных ресурсов в образование региона (ТИПО).

Анализ текущей ситуации

Внедрение новых образовательных и информационных технологий в учебный процесс и формирование единого виртуального образовательного пространства в настоящее время являются доминирующими тенденциями в рамках государственной программы «Цифровой Казахстан».

Программа цифровизации университета направлена на создание единого виртуального информационно-образовательного пространства, основанного на единой информационно-образовательной сети. Эффективность административного управления вузом и качественное функционирование системы управления учебным процессом обеспечивается корпоративной

информационной системой, реализованной на базе образовательного S-портала (ОП) вуза.

ВКГТУ предлагает готовое решение для автоматизации управления вузом – программно-аппаратный комплекс «Цифровой университет», представляющий собой интеграцию нескольких мощных подсистем: Dales (образовательный портал, собственная разработка), 1С-Кадры и 1С-Бухгалтерия, Система электронного документооборота (СЭД, Directum), PerCo (система доступа).

Сформирована цифровая инфраструктура вуза с единой точкой доступа для всех пользователей посредством развития цифровой экосистемы Smart-университет и цифровых сервисов, реализующих эффективное решение повседневных задач и услуг. Единая точка входа для персонифицированных цифровых сервисов, мобильные приложения (Личный кабинет сотрудника и студента).

Корпоративная локально-вычислительная сеть состоит из 947 персональных компьютеров университета, объединенных в доменную сеть. Помимо доменной сети существует виртуальная сеть для доступа к сети Интернет.

На текущий момент серверная площадка университета представлена 22 серверами, распределённых между 2 корпусами, обеспечивающими работу отдельных информационных систем, и не являющейся единым хранилищем данных (центром обработки данных). Отсутствует единое хранилище данных, недостаточная мощность серверного оборудования.

Выполняется модернизация информационно-коммуникационной инфраструктуры университета, интеграция информационных систем, автоматизирующих различные аспекты операционной деятельности университета: академическую деятельность, научно-инновационную деятельность, электронный документооборот, системы бухгалтерского, кадрового и финансового учета.

Разработана общая система мониторинга, основанная на данных ИС вуза (Управление; Безопасность; Экомониторинг; ППС; Обучающиеся; НИР; Финансы; Сессия).

Сегодня в университете функционирует более 20 самостоятельных информационных систем (ИС). Межсистемное взаимодействие на основе «Мастер-данных» 8 основных ИС (1С, SPortal, СКУД Perco, AD, СЭД Directum, Ирбис 64) реализовано на 50%. Отсутствие автоматической синхронизации «Мастер-данных» исключает возможность комплексного анализа данных ИС университета.

SWOT- анализ

S (strength) – сильные стороны	W (weakness) – слабые стороны
1.Разработаны и будут внедрены с 2018/19 уч.г. новые ОП с высоким цифровым содержанием: «Точное земледелие»;	1.Низкий процент сертифицированных ППС и специалистов по IT -

<p>«Цифровые методы исследования Земли»; «Медицинская техника» и др. 2. Наличие программно-аппаратного комплекса «Цифровой университет» (Авторское право). Интеграция нескольких мощных подсистем: Dales (образовательный портал, собственная разработка), 1С- Кадры и 1С-Бухгалтерия, Система электронного документооборота (СЭД, Directum), PerCo (система доступа). 3. Обновленный парк компьютерной техники (947 персональных компьютеров университета, объединенных в доменную сеть)</p>	<p>компетенциям. 2. Разрозненное серверное оборудование. Средняя мощность серверного оборудования- 680,75 GFLOPS. 3. Отсутствует единая структура корпоративной локально-вычислительной сети.</p>
<p>О (opportunity) – благоприятные возможности</p>	<p>Т (threat) - угрозы</p>
<p>1. Реализация государственной программы «Цифровой Казахстан» 2. Коммерциализация авторских программных продуктов (хоздоговорное, грантовое финансирование)</p>	<p>1. Отток высоко квалифицированных ИТ - специалистов. 2. Недостаточное финансирование ИТ - инфраструктуры</p>

Перспективы развития

Для дальнейшей цифровизации бизнес- процессов университета планируется модернизация серверного оборудования, его сертификация серверной, увеличение объема до 3 T Flops.

Планируется работа по модернизации локальной вычислительной сети и адаптация технологии «тонкий клиент» для учебных компьютерных лабораторий.

Важным направлением является увеличение до 90% обеспечения безопасности и контроля объектов университета (умное управление системами жизнеобеспечения университета).

Продолжатся работы по расширению сервис-ориентированной ИТ-среды, разработке новых сервисов: сервис анализа СМИ; сервис регистрации в общежитии; система антиплагиат, интегрированная в личный кабинет студента и научного руководителя.

Развитие социальной инфраструктуры

Цель - развитие и эффективное функционирование объектов социальной инфраструктуры для создания комфортных условий и повышения привлекательности университета.

Задачи:

1. Создание комфортных условий для учебы, работы и проживания (в

том числе за счет дизайна помещений, разнообразных условий для неформального общения студентов, доступа интернета, ландшафтного дизайна и др.)

2. Модернизация территории университета для их доступности людям с ограниченными возможностями здоровья.

3. Внедрение эффективного управления пространством университета с целью привлекательности для всех заинтересованных лиц.

4. Создание комфортной среды обучения, работы и проживания

Анализ текущей ситуации

Университет как крупный вуз региона обладает достаточной материально-технической базой, в том числе развитой социальной инфраструктурой: 13535,3 м² (23%) - общая площадь трех студенческих общежитий, 1089 м² (2%) - общая площадь спортивного зала в здании университета. При университете имеется лыжная база.

Для организации общественного питания студентов, сотрудников организованы 2 столовые на 236 посадочных мест. Имеется лицензированный медицинский пункт с 6 кабинетами.

Спортивно-оздоровительный лагерь «Простор» им. А.К.Сидорова на берегу Бухтарминского водохранилища реорганизуется в учебно-экспедиционный кампус для проведения практики обучающихся всех уровней. Ведется строительство необходимой инфраструктуры.

Для улучшения условий пребывания студентов, в том числе иностранных, зарубежных преподавателей, необходимо постоянно повышать комфортность проживания, питания, быта, досуга, занятий спортом, а также условия обучения для обучающихся и труда, преподавателей, сотрудников. Необходимо создание отдельных зон для общения студентов в корпусах и на территории университета.

Недостаточное развитие безбарьерной среды, для лиц с ограниченными возможностями здоровья, снижает привлекательность вуза.

Существующая спортивно-оздоровительная инфраструктура (отсутствие современных спортивных комплексов, бассейнов, открытых спортивных площадок) сказывается на формировании контингента.

Университет располагает достаточной территорией для строительства необходимых социальных объектов, таких как пункты питания, магазины, прачечные, спортивные комплексы, медпункт в шаговой доступности от существующих общежитий. Кроме того, имеется площадь на территории вуза для строительства нового общежития.

SWOT- анализ

S (strength) – сильные стороны	W (weakness) – слабые стороны
---------------------------------------	--------------------------------------

<p>1. Университет располагает достаточным пространством для дальнейшего его развития в части строительства новых социальных и спортивных объектов.</p> <p>2. Имеется хорошо развитая инфраструктура для отдыха (СОЛ «Простор им. А.К. Сидорова»).</p>	<p>1. Недостаточна развита безбарьерная среда в университете.</p> <p>2. Недостаточна развита бытовая инфраструктура в общежитиях.</p> <p>3. Имеющаяся спортивная инфраструктура не отвечает современным требованиям.</p>
<p>О (opportunity) – благоприятные возможности</p>	<p>Т (threat) - угрозы</p>
<p>1. Государственная программа по строительству Дома студентов.</p> <p>2. Понимание задач университета в области улучшения инфраструктуры со стороны местных исполнительных органов.</p> <p>3. Академическая, административная и финансовая автономия вузов.</p>	<p>1. Сложности финансирования при строительстве Дома студентов.</p> <p>2. Растущая конкурентоспособность вузов по созданию привлекательных условий для обучающихся.</p>

Перспективы развития

Наличие современной социальной инфраструктуры вуза – один из важных показателей привлекательности для потенциальных абитуриентов, как отечественных, так и иностранных. ***Вузу необходимы физкультурно-оздоровительный комплекс, легкоатлетический стадион, летние площадки для мини-футбола и баскетбола, общежитие, дополнительные объекты: пункты питания с учетом предпочтений иностранных обучающихся, объекты сферы услуг и т.д.***

Актуальным для вуза является разработка и внедрение стратегии управления имеющимся внутренним и внешним пространством. Центр архитектуры и дизайна «Бионика» разрабатывает ландшафтный дизайн и дизайн интерьера объектов университета.

Университет активно взаимодействует с местными исполнительными органами по вопросам модернизации спортивной и социальной инфраструктуры.

При поддержке государства планируется строительство современного общежития в районе Студгородка на 500 мест.

3.2 Стратегия коммуникации

Цель - формирование устойчивой долгосрочной деловой репутации университета через обеспечение эффективного коммуникационного сопровождения и продвижения во внешнем и внутреннем информационном пространстве.

Задачи:

1. Своевременное и качественное информирование широкой общественности, профессиональных и деловых кругов, а также СМИ.
2. Развитие внутренних коммуникаций для поддержания лояльности сотрудников и студентов как «носителей ДНК бренда» по отношению к университету, для формирования его позитивной репутации.
3. Позиционирование ВКГТУ как лидирующего игрока, надежного партнера на международном образовательном рынке, путем интеграции связей с общественностью в комплекс маркетинговых коммуникаций университета.
4. Конструирование позитивного имиджа руководства в сознании внешней и внутренней аудитории.
5. Формирование корпоративной культуры университета как одного из элементов его фирменного стиля.

Анализ текущей ситуации

В сфере внешних коммуникаций в университете сформированы партнёрские отношения со СМИ ВКО и страны: 24 kz, Казахстанская правда, Рудный Алтай, Дидар, altaunews.kz и др. Существует пул дружественных по отношению к университету журналистов. Республиканский телеканал 24 kz, проект Hi Tech активно интересуется достижениями университета и опубликовал 7 материалов в своём проекте последний год. Университет работает с международным агентством «Казинформ».

Большая часть публикаций направлена на информирование внешней среды о научно-инновационных достижениях университета, реализацию государственных программ и PR образовательных программ.

Университетский сайт является одним из инструментов продвижения бренда во внешнюю среду. Информация на английском языке просто переведена с русского языка и не адаптирована под англоязычную среду. Нет редактора сайта, подача информации отдана под ответственность руководителей структурных подразделений.

Университет ведёт свои страницы в социальных сетях: Instagram, VK, Facebook, канал YouTube и имеет 1485, 1134, 160, 95 подписчиков соответственно. Основная масса подписчиков в Instagram это студенты, на Facebook преподаватели. Нет профессионального СММ-специалиста, способного продвигать бренд университета через сайт и социальные сети.

Университет регулярно проводит на своей площадке мероприятия для внешней среды, в основном это мероприятия для школьников и предприятий партнёров. Также проводятся мероприятия для зарубежных гостей со стандартной программой – экскурсия по лабораториям, круглый стол по обсуждению вопросов сотрудничества. Практически не проводятся мероприятия с выпускниками прошлых лет, носителями бренда университета, влияющими на его репутацию в рейтингах.

В сфере внутренних коммуникаций выпускается газета «За знание», она выпускается тиражом 500 экземпляров и распространяется среди сотрудников вуза, студентов, размещается на сайте университета. Преподаватели, студенты, штатный журналист университета публикуют статьи в данной газете.

Университет имел телестудию, но в текущий момент она не функционирует, предпринимаются попытки к возрождению на базе существующей студии «Объектив».

Внутривузовский обмен информацией осуществляется через электронную почту Outlook, коммуникатор Lync, функционирует локальная сеть. Отсутствует форум для сотрудников университета, где можно было бы осуществлять обмен, созданы отдельные группы в WhatsApp для более оперативного информирования сотрудников на уровне университета, факультетов и кафедр.

В университете не должным образом используется внутреннее пространство помещений для размещения информации.

SWOT- анализ

S (strength) – сильные стороны	W (weakness) – слабые стороны
1. Лояльность СМИ ВКО. 2. Техническая поддержка и техническая база каналов коммуникаций. 3. Существование основ каналов внутренних коммуникаций. 4. Репутация университета как лучшего вуза региона. 5. Наличие достаточных информационных поводов научного характера 6. Большой трафик внутренних событий. 7. Выход на республиканские СМИ. 8. Готовность к переменам со стороны руководства.	1. Лояльны только государственные СМИ 2. Незрелость единой системы оперативного информирования как внешней, так и внутренней аудитории. 3. Слабая работа каналов внутренних коммуникаций. 4. Отсутствие связи между руководством и рядовыми сотрудниками. 5. Отсутствие контактов с международными СМИ и популярными иностранными каналами коммуникации. 6. Недостаточное продвижение в интернете
O (opportunity) – благоприятные возможности	T(threat) - угрозы
1. Воздействие на разные аудитории: от научного мира до родителей абитуриентов. 2. Сотрудничество с общественными организациями и структурами на уровне	1. Отсутствие оперативности в предоставлении важного информационного повода. 2. Предвзятость со стороны внешней (коммерческие СМИ) и внутренней (сотрудники) аудитории.

<p>партнерства. 3. Лидирующие позиции вуза в РК. 4. Международные связи как основа коммуникационной политики университета. 5. Популяризация технического образования на мировом уровне.</p>	<p>3. Недостаточное бюджетирование глобальных проектов. 4. Кадровые риски — вероятность не набрать команду или набрать неподходящую 5. Вероятность большого временного интервала для реанимации существующих ресурсов.</p>
---	--

Перспективы развития

Реализация коммуникационной политики университета будет направлена на формирование единого информационного пространства университета, которое будет давать мощный общественный позитивный резонанс, в том числе и на международном уровне.

Продолжится работа по двум направлениям: внешняя (СМИ, общественные организации, партнеры, абитуриенты, родители, гос. структуры, и т.д.) и внутренняя аудитория (руководство, сотрудники, студенты, выпускники).

Все внешние и внутренние мероприятия будут проводиться при профессиональном PR-сопровождении. Для внутренних коммуникаций приоритетным становится план мероприятий, направленный на формирование сильной и яркой корпоративной культуры. Превращение благоприятного имиджа ВКГТУ в стратегический актив начинается внутри организации. Именно сотрудники - главные носители брэнда.

Задача стратегии коммуникации – помочь каждому сотруднику насквозь пропитаться миссией, видением и целями вуза, зарядиться энергией и передать ее во внешнее пространство, так как каждый сотрудник университета – его имиджмейкер. Он распространяет информацию о брэнде, имидже – дома, среди друзей и знакомых.

Задача коммуникаций – визуализировать перспективы, создать захватывающий, интригующий образ будущего, постоянно транслировать видение, вдохновлять окружающих на его реализацию.

Очень большую роль коммуникации играют в укреплении международной репутации вуза.

СИ4. Продвижение бренда университета на международном образовательном пространстве

4.1 Стратегия продвижения университета в рейтингах

Цель - обеспечение эффективного механизма участия университета в мировых рейтингах.

Задачи:

1. Формирование корпоративного понимания важности участия в рейтингах.
2. Выработка принципов глобального продвижения университета, основанных на трендах современных мировых рейтингов.

Анализ текущей ситуации

Участие ВКГТУ им. Д. Серикбаева в рейтингах – это:

- признание университета в мировом пространстве,
- уровень государственного доверия в последующем выделении грантов,
- показатель привлекательности университета для потребителя.

За последние 5 лет вуз участвовал в мировых рейтингах: QS EESA, Webometrics Ranking of World Universities, 4 International Colleges & Universities, ARES и др., а также в национальных (НАОКО, НААР).

В 2016 году университет удостоен трех звезд по результатам аудита Quacquarelli Symonds по системе QS Stars и получил наивысшие оценки в категориях «Обучение», «Трудоустройство» и «Инновации».

В рейтинге QS EESA университет занимает стабильно сильные позиции. Так, в 2015г., 2016 годах университета занимал 111-120, 131-140 позиции соответственно в ранжировании ТОП 200 университетов, в 2017 году университет улучшил свой результат, заняв позицию 142 в ранжировании уже 300 вузов.

В рейтинге Webometrics в последние годы наблюдается положительная динамика: при постоянно увеличивающемся количестве университетов-участников, ВКГТУ им. Д.Серикбаева находится в верхней половине ранжирования: 8210 (2017г.), 7966 (2018г.).

В рейтинге ARES ВКГТУ поднялся от категории В (2015, 2016 гг.), до категории А (2017г.), подтверждающей **высокое качество** преподавания, научной деятельности и востребованности выпускников работодателями (High quality performance).

В национальных рейтингах ВКГТУ имеет хорошие результаты. По версии генерального рейтинга Независимого казахстанского агентства по обеспечению качества в образовании ВКГТУ стабильно входит в пятерку лучших технических вузов: 2016г. – 4 место, 2017, 2018 гг. – 5 место.

Тридцать процентов образовательных программ ВКГТУ ежегодно занимают лидирующие позиции в рейтинге от Независимого агентства аккредитации и рейтинга.

Основные проблемы, связанные с повышением позиций университета в рейтингах, касаются не только академической и исследовательской деятельности, но и корпоративной культуры университета.

Сотрудники университета не в полной мере осознают важность продвижения университета в рейтингах, не видят своей личной роли в этом.

Еще одна проблема связана с качеством, структурированностью информации, представляющей ценность для институциональных исследований, выступающей инструментом анализа данных по академической деятельности вуза, по ППС, сотрудникам, студентам и их профилям, исследовательской деятельности.

В связи с этим актуален вопрос о необходимости проведения аналитико-статистических исследований с применением профессиональных программ Stata, Statistica, а также системы «PURE» Elsevier для мониторинга ранжирования QS.

SWOT- анализ

S (strength) – сильные стороны	W (weakness) – слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. 3 звезды в QS Star Rating. 2. Сильная база инновационных исследований (7 проектов ПЦФ). 3. Высокий процент трудоустройства выпускников. 4. Крепкие международные связи с университетами и научными центрами. 5. Сотрудничество с бизнесом и работодателями. 6. Наличие международной аккредитации 13 образовательных программ и 7 лейблов EUR-ACE. 7. Разнообразная культурная и социальная жизнь университета. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Размер университета (чуть больше 6000 студентов). 2. Незначительный процент иностранных студентов 3. Незначительный процент иностранных сотрудников 4. Недостаточное количество публикаций на английском языке в высокоцитируемых изданиях и цитирований публикаций. 5. Недостаточная международная привлекательность, отсутствие международно признанных исследовательских факультетов.
O (opportunity) – благоприятные возможности	T (threat) - угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Индексирование в нескольких системах ранжирования (QS EESA, QS Subjects, QS WUR, QS GER и др). 2. Потенциал для повышения международной репутации. 3. Увеличение доходов за счет 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаток государственного финансирования. 2. Общее улучшение работы университетов-конкурентов. 3. Жесткая международная конкуренция вузов. 4. Угроза партнерства с

<p>осуществления исследований и предпринимательской деятельности. 4. Установление новых партнерских отношений с промышленностью и с зарубежными университетами аналогичного типа.</p>	<p>зарубежными вузами по объективным причинам (удаленное географическое положение) и в виду недостаточной распространённости английского языка во всех сферах деятельности университета.</p>
---	--

Перспективы развития

Перспективы развития связаны с двумя генеральными направлениями: международная репутация вуза и исследовательская деятельность.

Репутация университета – в мире академических экспертов и у работодателей – может быть улучшена посредством стратегического партнерства с 5-6 вузами (1 из которых казахстанский, остальные одноранговые вузы зарубежья), что позволит создать альянсы для совместных образовательных программ, исследовательской деятельности, академической мобильности студентов и преподавателей.

Это в свою очередь будет способствовать узнаваемости ВКГТУ. Участие сотрудников университета в международных конференциях, форумах будет содействовать налаживанию контактов с зарубежными экспертами. Реализация практико-ориентированности в образовании, *разработка образовательных программ по запросам работодателей – залог положительных оценок потребителей услуг университета.*

Исследовательская деятельность университета будет интенсивнее развиваться, если в научные лаборатории будут привлечены иностранные руководители, исследователи посредством создания международных исследовательских стипендий, и, если перед сотрудниками лабораторий, факультетов, школ будут стоять четкие цели (1 публикация в журналах базы данных Scopus, 1 патент, 1 выигранный грант и т.д.).

Международная исследовательская деятельность будет способствовать увеличению количества иностранных преподавателей и обучающихся в университете.

Мощным ресурсом в продвижении вуза в рейтингах также *является сайт университета*, управляя контентом которого можно существенно повысить привлекательность вуза: обновленные профили сотрудников, важные статистические данные, информация об исследовательских проектах, связь с работодателями, студенческая жизнь и инфраструктура – все это является брэндом университета.

СИ5. Трансформация университета в инновационно-предпринимательский вуз

5.1 Стратегия коммерциализации и предпринимательства

Цель – развитие предпринимательской среды и формирование предпринимательского поведения университета как центра инновационно-предпринимательского импульса экономики города, региона, страны.

Задачи:

1. Формирование новой парадигмы управления предпринимательским вузом.
2. Формирование пула талантливых, квалифицированных, ориентированных на предпринимательство студентов, ППС и сотрудников университета.
3. Создание инфраструктуры и экосистемы инновационного предпринимательства с учетом требований бизнеса и государства.
4. Формирование и внедрение интегрированной предпринимательской культуры.
5. Построение деловой сети выпускников для реализации региональных, страновых и глобальных инициатив. Разработка и реализация механизма развития молодежного предпринимательства.

Анализ текущей ситуации

Ожидается, что выпускнику XXI века в течение своей рабочей жизни необходимо будет освоить несколько профессий, в связи с этим он нуждается в общих компетенциях и навыках для профессиональной реализации сейчас и в будущем. Трудоспособность, согласно Конфедерации Британской Индустрии, Ассоциации Работодателей, это: *... набор атрибутов, навыков и знаний, которыми должны обладать все участники рынка труда, чтобы обеспечить им возможность эффективно работать на рабочем месте – для собственной выгоды, выгоды своего работодателя и более широкой экономики.*

Для реализации стратегической цели становления ВКГТУ предпринимательским университетом, важно, чтобы студентов обучали предпринимательским навыкам, как ключевой особенности Предпринимательского Университета. Предпринимательские навыки формируются через проектное обучение, методики развития "мягких навыков" и культивирование успешной практики бизнеса, что в свою очередь реализуется через реальные бизнес-кейсы, "гостевые" лекции бизнесменов и интерактивные методы обучения. Также через введение специальных дополнительных программ обучения для студентов, персонала и преподавателей Университета.

За последние три года университетом проделаны конкретные шаги по трансформации от традиционной формы обучения к инновационно-предпринимательскому образованию.

В учебные планы бакалавриата включены модули **общих основных навыков**, доступные для всех студентов. Они включают гуманитарные, политические, социальные курсы обучения, которые на данный момент предлагаются всем студентам ВКГТУ:

1. Модуль «Публичное управление» (4 кредита в 1 семестре), включает в себя модернизированные учебные дисциплины социально-гуманитарной направленности - политологию, социологию, конфликтологию, PR, маркетинг.

2. Модуль предпринимательства (5-6 семестр), состоит из двух дисциплин: «Предпринимательство» (3 кредита), (изучающий такие разделы как: психология предпринимателя, генерация бизнес-идей, маркетинг для предпринимателя, управление персоналом, бизнес планирование, финансы для предпринимателя) и «Предпринимательское право РК» (2 кредита).

Данные дисциплины включены в модульные учебные планы 34 специальностей 2017 года набора. Для 2016 и 2015 года набора введен модуль предпринимательства.

Данные модули представляют образовательные курсы, нацеленные на развитие навыков предпринимательства (включая «мягкие навыки») у студентов:

- Предпринимательские навыки (принятие риска; самодостаточность; запуск и ведение бизнеса и др.);
- Критическое мышление и аналитические навыки;
- Этика, моральное поведение и правильная гражданская позиция;
- Навыки принятия управленческих решений;
- Способность работать в команде;
- Навыки владения иностранными языками (английский, китайский, немецкий);
- Навыки коммуникаций и презентаций;
- Лидерские и управленческие компетенции.

Однако данный проект требует методологических изменений, таких как **внедрение проектного обучения**, которое нацелено на предоставление молодым людям навыков проектного менеджмента и применение этих навыков на практике в проектах, связанных с профессиональной деятельностью.

Университету необходимо пересмотреть методологию обучения «мягким навыкам» (выше) и реализации других атрибутов, основанных на предпринимательской и профессиональной компетентности. В результате преподаватели, студенты, сотрудники – должны стать предпринимателями.

Базой для формирования предпринимательских навыков служит Start-up Академия, где реализуются стартап-проекты студентов вуза.

С 2014 года в стенах университета проводятся курсы «Школа молодого предпринимательства». Ежегодно проходят обучение около 140 человек, в том числе преподаватели вуза и местные граждане ВКО, подавшие заявку. Проходят выездные семинары в других региональных вузах.

Совместно с ВКФ АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» проводятся экспресс-курсы предпринимательства «Бизнес - советник» и курсов по развитию молодежного предпринимательства «Школа молодого предпринимательства».

SWOT- анализ

S (strength) – сильные стороны	W (weakness) – слабые стороны
1. Все базовые функции университета значительно расширяются и концептуально меняется стратегия, которая ориентирована на экономической эффективности инновационной деятельности. 2. Университет располагает мощной инновационной инфраструктурой. 3. Разработка новых уникальных инновационных образовательных продуктов.	1. Не в полной мере сформирована предпринимательская экосистема. 2. Отсутствие достаточной автономии и академической свободы вузов. 3. Дефицит квалифицированных преподавателей, имеющих наряду с хорошей теоретической подготовкой опыт предпринимательской деятельности. 4. Недостаточность признания вуза на международном уровне.
О (opportunity) – благоприятные возможности	T (threat) – угрозы
1. Роль университета в становлении нового технологического уклада. 2. Академическая, административная и финансовая автономия вузов.	1. Высокая академическая зависимость от МОН РК. 2. Не развитая предпринимательская культура. 3. Отсутствие методологии предпринимательского образования.

Перспективы развития

Предпринимательское образование мотивирует студентов, дает им больше удовлетворения от обучения, воодушевляет продолжать образование. Они чувствуют себя лучше, когда считают, что могут принять вызовы будущего и нести вклад в развитие общества.

5.2 .Стратегия корпоративного управления

Цель - обеспечение эффективного управления университетом на основе внедрения принципов корпоративного управления.

Задачи:

1. Усиление рыночного подхода в управлении университетом в целях внедрения экономической эффективности образовательных программ.
2. Диверсификация финансирования для обеспечения финансовой устойчивости университета, создание эндаумент фонда вуза.
3. Поиск путей повышения финансовой устойчивости университета.
4. Эффективное управление рисками и управление изменениями.

Анализ текущей ситуации

Университет как ведущий технический вуз региона за последние три года упрочил свои лидирующие позиции на рынке образовательных услуг.

Управление университетом осуществляют коллегиальные и совещательные органы: ученый совет, наблюдательный совет, попечительский совет, ректорат, учебно-методический совет университета, научно-технический совет, координационный совет по СМК. В состав ученого совета входят представители студенчества.

В вузе системно проводится переход к корпоративному управлению, основным элементом которого является Наблюдательный совет. При Наблюдательном совете функционирует служба внутреннего аудита.

В университете функционируют общественные объединения, такие как совет работодателей, ассоциация выпускников «Алтын бесік», профсоюз.

Университет имеет сертифицированную систему менеджмента качества.

В университете функционирует проектный офис, который осуществляет управление проектной деятельностью и мониторинг выполнения стратегических, операционных программ и планов.

За последние три года, несмотря на все сложности современного экономического состояния, университет имеет устойчивую финансовую систему, принимаются превентивные меры по оптимизации расходов, введению режима ресурсоэффективности на объектах университета.

Университет успешно проходит внешние аудиты финансовой деятельности.

SWOT- анализ

S (strength) – сильные стороны	W (weakness) – слабые стороны
1. Наличие органов корпоративного управления (Наблюдательный совет, служба внутреннего аудита).	1. Недостаточное участие стейхолдеров в управлении университетом
2. Четкое распределение задач и функций других коллегиальных органов.	2. Недостаточно выраженный вклад каждого сотрудника в конечный результат деятельности вуза.
3. Эффективно функционирующая автоматизированная система управления вузом и его мониторинг.	3. Отсутствие академической, управленческой, финансовой

4. Внедрение проектного управления. 5. Наличие сертифицированной системы менеджмента качества.	свободы у вуза. 4. Отсутствие опыта по управлению рисками и изменениями.
О (opportunity) – благоприятные возможности	Т (threat) – угрозы
1. Планируемое законодательное решение вопроса о предоставлении вузам академической, управленческой, финансовой свободы. 2. Возможности для повышения компетенций управленческого персонала, организуемые МОН РК (семинары по теме «Менеджмент в образовании») 3. Обучение членов Наблюдательных советов, организованные структурами уполномоченного органа.	1. Быстроменяющаяся внешняя среда. 2. Обострение конкурентной борьбы на образовательном рынке. 3. Существующая организационно-правовая форма университета препятствует реальной автономии вуза. 4. Сложности планируемого изменения организационно-правового статуса вуза.

Перспективы развития

В числе задач, которые предстоит решить в области корпоративного управления, это усиление роли Наблюдательного совета как ключевого органа управления. При Наблюдательном совете создана служба внутреннего аудита, которая осуществляет контроль и оценку показателей финансово-хозяйственной деятельности, аудит управления рисками системы внутреннего контроля, исполнения документов в области корпоративного управления и консультирование в целях совершенствования деятельности университета.

Необходимо обеспечить должное участие ключевых стейкхолдеров (обучающихся, работодателей) в органах управления университетом.

Актуален вопрос о диверсификации источников финансирования вуза. Важным становится вопрос о создании эндаумент-фонда. Необходимо внедрение экономического подхода к управлению университетом через перераспределение полномочий ответственности на факультеты/школы, кафедры.

Важным моментом является адаптированность структуры университета к решению стратегических задач.

Для улучшения процесса управления изменениями и повышения эффективности управления потребуется реструктуризация отделов, факультетов/школ/кафедр, с назначением новых или переобученных руководителей. Важным станет включение управления изменениями в качестве компетенции в КРП руководителей всех уровней.

Необходимо провести аудит эффективности университетской системы управления для обеспечения эффективного охвата всех ключевых показателей эффективности и новых направлений.

Возникает необходимость **в создании структуры, отвечающей за процесс управления изменениями**, либо определение среди ключевых сотрудников /преподавателей ответственных лиц, которым будут поручены ведущие изменения в университете.

Ключевой задачей в области управления является обязательство вуза стать предпринимательским университетом с предпринимательской стратегией и всепроникающей предпринимательской культурой.

Таким образом, программа стратегического развития университета должна способствовать повышению конкурентоспособности, эффективному и устойчивому функционированию за счет привлечения новых источников финансирования, изменения требований к качеству образовательных программ, научно-инновационных исследований, компетенции персонала, современной инфраструктуры.

Основополагающие государственные стратегические и программные документы

1. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции» (10 января 2018 г.)
2. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана «Рост благосостояния казахстанцев: повышение доходов и качества жизни» (5 октября 2018 г.)
3. План нации – 100 конкретных шагов по реализации пяти институциональных реформ Главы государства Н. Назарбаева.
4. Статья Н. Назарбаева «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания», 12 апреля 2017 г.
5. Государственная программа развития образования и науки Республики Казахстан на 2016 – 2019 годы.
6. Стратегический план Министерства образования и науки Республики Казахстан на 2017-2021 гг.
7. Государственная программа «Цифровой Казахстан».
8. Проекты МОН РК:
9. «Развитие образовательного хаба в Центральной Азии и модернизация науки.
10. «Подготовка квалифицированных кадров в рамках новой модели экономики».
11. «Рухани жаңғыру».
12. Программа развития регионов до 2020 года. Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 июня 2014 года № 728.

Стратегическое маркетинговое планирование деятельности ВКГТУ им. Д. Серикбаева на 2018-2021 гг.

I этап: Оценка текущей ситуации

1. Описание бизнеса (продукт, индустрия, область применения)

ВКГТУ является одним из ведущих технических университетов Казахстана, стремящимся достичь превосходства во всех аспектах своих образовательных программ и предоставляющим новаторские образовательные и исследовательские решения для глобальных задач, стоящих перед экономикой и обществом. ВКГТУ входит в глобальные академические рейтинги и демонстрирует сильные позиции на рынке образовательных услуг Восточно-Казахстанского региона.

Образовательная деятельность осуществляется на трехуровневой основе по 75 образовательным программам, включая: 35 специальностей бакалавриата, 33 - магистратуры и 7 - докторантуры PhD.

2. Сведения о рынке

<p>Размер национального образовательного рынка</p> <p>1. В количественном выражении</p> <p>2. В денежном выражении</p>	<p>Численность студентов вузов РК на 2017-2018 учебный год составила 496,2 тысячи человек. http://www.ranking.kz</p> <p>Объем оказанных услуг в области высшего образования в РК за 2017 год составил 276,3 млрд.тг. http://www.ranking.kz/ru/a/infopovody/studenty</p>
<p>Доля рынка абсолютная ВКГТУ (% в год)</p> <p>1. Текущая</p> <p>2. Планируемая через 3 года</p>	<p>1,3% от национального рынка</p> <p>2,4% от национального рынка</p>
<p>Рост рынка высшего образования РК</p> <p>1. Текущая динамика</p> <p>2. Ожидаемая динамика через 1 год, 2 и 3 года</p>	<p>В 2017/2018 уч. году составляет 4% по РК, 4,9% по ВКО http://www.ranking.kz/ru/a/infopovody/studenty 4% (по данным Комитета статистики только с 2004 года, численность населения имеет устойчивую тенденцию роста, в первую очередь за счет естественного прироста. В связи с этим на ближайшие 2-3 года тенденция роста рынка не ожидается)</p>
<p>Стадия жизненного цикла образовательного продукта (новый продукт, фаза роста, фаза зрелости, фаза спада)</p>	<p>Фаза зрелости - период медленного роста рыночного спроса, вследствие получения образовательной услуги большинством потенциальных потребителей, традиционную образовательную программу начинают предлагать многие образовательные учреждения, спрос падает, возникает ценовая конкуренция, что ведет к снижению качества программ.</p>
<p>Основные конкуренты ВКГТУ</p>	<p>В национальном рейтинге вузов Казахстана-2018 (НКАОКО) ВКГТУ им.Д.Серикбаева занимает 5 место.</p>

<p>1. Основные конкуренты</p> <p>2. Относительная доля рынка ВКГТУ им. Д. Серикбаева</p>	<p>В рейтинге РРА 2018 «Казахстан 2050 - Национальный рейтинг по инновациям и академическому превосходству» занимает 2 место.</p> <p>По результатам внешней оценки основными конкурентами ВКГТУ являются следующие технические вузы страны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Казахстанско-Британский технический университет (~ 3000 обучающихся); 2. Казахский национальный исследовательский технический университет имени К.И. Сатпаева (~10000 обучающихся); 3. Карагандинский государственный технический университет (~8000 обучающихся); <p>https://egov.kz/cms/ru/articles/2Fbestuniinkz30</p> <p>Относительная доля ВКГТУ по отношению к главному конкуренту: 2</p>
--	--

3. PEST/PESTLE

Влияющая сила	Изменения в отрасли	Изменения в университете	Действия
<p>Political</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Глобализация и интернационализация рынка образовательных услуг; 2. Государственные программы развития в сфере образования РК. 	<p>Расширение границ академического образования;</p> <p>Реформы в высшем образовании.</p>	<p>Адаптация к внешним изменениям согласно новой стратегии развития университета;</p> <p>Реализация мероприятий направленных на совершенствование деятельности вуза.</p>	<p>Разработка новых инновационных образовательных программ востребованных рынком и производством на английском языке обучения;</p> <p>Разработка совместных образовательных программ с ведущими иностранными вузами;</p> <p>Увеличение доли иностранных ППС;</p> <p>Создание ХАБа для привлечения иностранных студентов;</p> <p>Формирование мультимедийной и социально-дружественной среды обучения.</p>
<p>Economical</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Увеличение доли финансирования высшего образования государством и МИО; 2. Низкая платежеспособность 	<p>Увеличение количества государственных грантов на высшее образование;</p>	<p>Повышение конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг.</p>	<p>Усиление МТБ и инфраструктуры, менеджмента и качественного состава ППС.</p> <p>Альтернативные схемы</p>

<p>населения; 3. Пассивность бизнес-сообщества в подготовке кадров под потребности производства</p>	<p>Снижение доли платного обучения; Стимулирование местных стратегических инициатив, направленных на социально-экономическое развитие территорий.</p>	<p>Стимулирование сегмента платного обучения за счет дифференцированной ценовой стратегии. Диверсификация образовательной и научной деятельности университета.</p>	<p>финансирования образования. Разработка совместно с Акиматом области «Программы повышения конкурентоспособности региональных вузов». Разработка ОП и научных проектов под потребности региона и бизнеса.</p>
<p>Social 1. Демографический кризис в стране и в мире; 2. «Отток» выпускников школ в за рубеж и крупные мегаполисы; 3. «Утечка мозгов» среди работоспособного населения; 4. Высокий уровень безработицы и низкая востребованность квалифицированных кадров</p>	<p>Сокращение количества выпускников школ, в связи с демографической «ямой» конца 90-х и начала 2000-х годов. Увеличение присутствия на внутреннем рынке иностранных вузов. Низкий уровень оплаты труда, отсутствие материального стимулирования.</p>	<p>Тенденция увеличения количества обучающихся за счет системной профориентационной работы, внедрения инновационных образовательных программ. Меры по повышению конкурентоспособности университета. Тенденция роста уровня оплаты труда в университете.</p>	<p>Диверсификация образовательной деятельности и выход на новые рынки. Кооперация с иностранными вузами в плане подготовки кадров. Система эффективного контракта, Система КРІ. Повышение заработной платы ИПС и сотрудников вуза за счет собственных средств университета.</p>
<p>Technological 1. Массовая цифровизация экономики и общества в целом</p>	<p>В связи с растущим спросом на IT специалистов увеличение доли государственных грантов на данные направления.</p>	<p>Усиление МТБ и IT инфраструктуры вуза.</p>	<p>Диверсификация образовательных программ с IT содержанием на принципах междисциплинарности. Технологизация учебного процесса с массовым интерактивным участием на основе электронного обучения. Создание единой мультимедийной и социально-дружественной среды обучения.</p>

			Достижение высокотехнологического превосходства по оснащению приоритетного направления - металлургия.
--	--	--	---

Контекст, PEST	Стратегия, 4 Ps
<p>P: Политика, регламенты Расширение академической и управленческой самостоятельности высших учебных заведений.</p>	<p>Place: география продаж, каналы дистрибуции Стратегия развития рынка. Университет в настоящее время полностью охватывает региональный рынок ВКО, является несомненным лидером технического образования в регионе. В перспективе ВКГТУ придерживается «стратегии развития рынка», т.е. расширения географического присутствия на национальном и глобальном масштабе. На национальном уровне приоритетными являются мегаполисы и регионы и высокой плотностью населения, такие как г.Алматы, г.Астана и г.Шымкент. На глобальном уровне привлекательными являются страны СНГ, Центральная и Средняя Азия, Юго-Восточная Азия и Индия. Для привлечения иностранных студентов будет открыт офис приема в Индии. К 2020 году в Индии будет проживать наибольшее в мире число людей в возрасте до 30 лет. Это делает Индию самой молодой по возрасту страной в мире, где по прогнозам к 2020 году более 600 млн. чел. будут в возрасте до 25 лет. Из них около 46 млн. чел. – потенциальные абитуриенты, а сегодня страна может обучить только около 26 млн. студентов. Дефицит более 20 млн. чел. Структура потребности - это 65% медики, более 25% - инженерно-технические специальности. Поэтому ВКГТУ может стать привлекательным вузом для Индии по подготовке инженерного профиля.</p>
<p>E: Экономические показатели Новые структурные тенденции на рынке труда в связи с бурным развитием науки и технологии, «устаревание существующих профессий», возникновение абсолютно новых инновационных направлений в экономике.</p>	<p>Product: УТП (ценность, качество, характеристики) Стратегия дифференциации образовательного продукта: - Совершенствование академической деятельности в соответствии с современными подходами и стандартами стран ОЭСР и Индустрии 4.0.; - Диверсификация образовательных программ всех уровней по принципу «сегодня – завтра – послезавтра» в соответствии с конкретными потребностями отраслевых предприятий области. Повышение качества образовательных программ</p>

	<p>посредством применения инновационных методик преподавания, обеспечивающих формирование и развитие познавательных интересов и способностей, творческого мышления, умений и навыков самостоятельного умственного труда.</p> <p>На данном этапе по данному принципу разработаны 8 новых инновационных образовательных программ по магистратуре.</p> <p>Все эти образовательные программы согласованы с университетами дальнего и ближнего зарубежья: Университет г. Штутгарт, Университет прикладных наук им. Бойта, Гамбургский университет, Университет Обуда, Университет Бонна, Сибирский государственный университет геосистем и технологий, г. Новосибирск, Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск, Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, Санкт-Петербургский научно-исследовательский университет ИТМО, Львовский политехнический университет, г. Львов.</p> <p>Согласованы с предприятиями–партнерами ТОО «КазЦинк», VI Group, ТОО «Топаз», АО «Азия Авто», ТОО «Багратион», ТОО «Опытное хозяйство масленичных культур», ГУ управление здравоохранения ВКО, НИИ травматологии и ортопедии РК.</p> <p>Всего 20 ИОП спроектированы для внедрения в режиме эксперимента, утверждены приказом МОН РК № 319 от 5 июля 2018г. для внесения в реестр инновационных образовательных программ.</p>
<p>S: Социальные и культурные факторы Бурное развитие Интернет коммуникации, структурные социальные сдвиги в общества, изменение ценностных ориентиров общества.</p>	<p>Promotion: интегрированные коммуникации Стратегия успешного позиционирования бренда. Формирование устойчивой долгосрочной деловой репутации университета через обеспечение эффективного коммуникационного сопровождения и продвижения во внешнем и внутреннем информационном пространстве.</p> <p>В сфере внешних коммуникаций в университете сформированы партнёрские отношения со СМИ ВКО и страны: 24 kz, Казахстанская правда, Рудный Алтай, Дидар, altaynews.kz и др. Существует пул дружественных по отношению к университету журналистов. Республиканский телеканал 24 kz, проект Hi Tech активно интересуется достижениями университета и опубликовал 7 материалов в своём проекте последний год. Университет работает с международным агентством «Казинформ».</p> <p>Большая часть публикаций направлена на информирование внешней среды о научно-инновационных достижениях университета, реализацию государственных программ и PR</p>

	<p>образовательных программ. Университетский сайт является одним из инструментов продвижения бренда во внешнюю среду. Университет ведёт свои страницы в социальных сетях: Instagram, VK, Facebook, канал YouTube и имеет 1485, 1134, 160, 95 подписчиков соответственно. Основная масса подписчиков в Instagram это студенты, на Facebook преподаватели. Университет регулярно проводит на своей площадке мероприятия для внешней среды, в основном это мероприятия для школьников и предприятий партнёров. Также проводятся мероприятия для зарубежных гостей – экскурсия по лабораториям, круглый стол по обсуждению вопросов сотрудничества. В сфере внутренних коммуникаций выпускается газета «За знание», она выпускается тиражом 500 экземпляров и распространяется среди сотрудников вуза, студентов, размещается на сайте университета. Преподаватели, студенты, штатный журналист университета публикуют статьи в данной газете. Внутривузовский обмен информацией осуществляется через электронную почту Outlook, коммуникатор Lync, функционирует локальная сеть.</p>
<p>T: Технологии, натуральные ресурсы Новые технологические уклады, развитие науки и техники, проблемы экологии и окружающей среды, нехватка ресурсов.</p>	<p>Price: ценовая стратегия Стратегия прочного внедрения на рынок. Формирование оптимальной дифференцированной ценовой политики университета в рамках эффективной диверсификации образовательных программ. На сегодняшний день себестоимость образовательных программ технических направлений в разы выше утвержденной стоимости обучения. В связи с этим университет придерживается дифференцированной политики в отношении цены в рамках предлагаемых образовательных программ: стандартный пакет ОП и «люксовый» пакет по запросам конкретных работодателей. Разница в себестоимости и стоимости образовательных программ университет компенсирует за счет дополнительных источников финансирования. С растущей динамикой сегмента магистерских образовательных программ следует пересмотреть стоимость обучения на магистерских программах, так как данные программы являются науко- и капиталоемкие. Ценовая политика в высшем образовании требует</p>

пересмотра существующей методики расчета с учетом реальной экономической ситуации, трендов глобального рынка и источников финансирования (например, участие бизнеса и производства).

4. Анализ конкуренции (сравнение с основными конкурентами):

Ключевые факторы успеха	Вес	Преимущества и недостатки в сравнении с главным конкурентом								
		Оценка					Взвешенная оценка			
		1	2	3	4	5	ВКГТУ	КБТУ	КазНИТУ	КарГТУ
Высокое положение в мировых рейтингах	20	ВКГТУ	КБТУ КарГТУ	КазНИТУ			20	40	60	40
Востребованность ОП	20			ВКГТУ КарГТУ	КазНИТУ	КБТУ	60	100	80	60
Мощная МТБ	15		КБТУ КазНИТУ КарГТУ			ВКГТУ	75	30	30	30
Конкурентоспособный ППС	15			ВКГТУ КазНИТУ КарГТУ	КБТУ		45	60	45	45
Сотрудничество с бизнесом и властью	10		КазНИТУ КарГТУ		КБТУ	ВКГТУ	50	40	20	20
Востребованная наука	10		КБТУ	КазНИТУ КарГТУ		ВКГТУ	50	20	30	30
Наличие предпринимательской экосистемы	10		ВКГТУ КазНИТУ КарГТУ	КБТУ			20	30	20	20
Итого	100%						320	320	285	245

5. Планируемые достижения ВКГТУ им.Д.Серикбаева, на основании полученных результатов анализа, по сравнению с основными конкурентами:

- 1) Войти в ТОП-700 + в рейтинге QS WUR
- 2) Войти в ТОП-100 в рейтинге QS EESA
- 3) Пройти международную аккредитацию 60% образовательных программ.
- 4) Внедрить 14 образовательных программ магистратуры и 3

образовательные программы бакалавриата на английском языке.

5) Добиться 10% иностранных студентов в общем контингенте и 7 % иностранных профессоров.

6) Открыть офис приема иностранных абитуриентов за рубежом.

7) Коммерциализировать 12 проектов.

6. Ожидаемые будущие действия основных конкурентов и ВКГТУ им.Д.Серикбаева:

Вызовы рынка	Ожидаемая активность основных конкурентов и ВКГТУ им.Д.Серикбаева			
	ВКГТУ	КБТУ	КазНИТУ	КарГТУ
Укрепление имиджа бренда	Стратегия «Лидера» Вуз ориентирован на занятие места отраслевого лидера, при этом уровень признания рынком его позиции - 90%.	Стратегия «Нишера». Конкурент ориентирован на довольно узкий сегмент рынка - нефтегазовое дело, в прогнозной оценке данный сегмент не является перспективным	Стратегия «Претендента» Конкурент доволен своим рыночным положением, его рыночное поведение довольно инертное, спрос на традиционные ОП стабилен, в связи выгодным географическим расположением (г.Алматы)	Стратегия «Ведомого»/ «Последователя» Уровень конкурентной чувствительности вуза относительно низкий, в связи с географической обособленностью его локации.
Развитие инновации технологии	Собственные оригинальные инновационные разработки и укрепление базовых направлений формирования эксклюзивной мультимедийной и социально-дружественной среды	Текущее положение лидера рынка требует от конкурента больших усилий по поддержке своих позиций, однако специализация вуза не позволяет реализовывать более масштабные действия, ориентированные на долгосрочную перспективу.	Отсутствие IT инфраструктуры, соответствующей последним трендам цифровизации, не позволяет конкуренту реагировать на внешние изменения и повысить свою конкурентоспособность на потребительском рынке.	Конкурент слабо чувствителен к внешним вызовам, успешно функционирует на рынке традиционных образовательных услуг.
Изменения	Стратегия	Стратегия	Обслуживание	Обслуживание

потребностей и ценностей рынка	кастомизации (дифференциация ОП, особое предложение для узкой целевой аудитории)	снятия сливок в своей «нише»	массового рынка традиционным пакетом образовательных программ.	е массового рынка традиционным пакетом образовательных программ.
---------------------------------------	--	------------------------------	--	--

7. Анализ рынка, Porter analysis

Критерии оценки уровня угрозы влияющих сил:

Влияющая сила	Значение (сила влияния)	Описание	Направление работ
Угроза появления заменителей	Высокое	Неформальное образование - процесс получения новых знаний вне специализированного образовательного пространства, при этом существуют конкретные цели, методы и методики, а главное, результат обучения.	1. Размещение MOOC курсов ППС на платформе MOODLE; 2. Развитие сетевого обучения; 3. Использование технологии Blended Learning.
Угроза появления новых игроков	Относительно высокая	Иностранные вузы - имеют безбарьерный вход на национальный образовательный рынок высшей школы, при этом предлагая полный образовательный и социальный пакет. Тогда как, для поступления в местные университеты необходимо пройти сложные входные испытания, например ЕНТ и КТ.	Системная работа по обеспечению равных условий входа на национальный образовательный рынок, как для вузов-резидентов, так и для вузов-нерезидентов. Реализация совместных двудипломных программ, академических обменов студентов и ППС между ВКГТУ и зарубежными вузами-партнерами, входящими в WUR, в рамках образовательных программ и проектов.
Внутриотраслевая конкуренция	Относительно высокая	Ведущие технические вузы Казахстана	Участвовать и достигать высокого положения в национальных и мировых рейтингах

			университетов
Рыночная власть покупателей	Высокое	Отток абитуриентов из региона в за рубеж и крупные мегаполисы	Предоставлять обучающимся высококачественное практикоориентированное образование, вооружить их знаниями и навыками, которые обеспечат им успешную карьеру; Достичь международного признания через новаторские образовательные программы и прикладные исследования в интересах промышленности и общества в целом.
Рыночная власть поставщиков	Среднее	Растущая тенденция в ориентации школ на гуманитарные и естественные науки. Не проводится системная профориентационная работа на уровне школ с учетом структуры государственного заказа.	Диверсификация образовательных программ всех уровней по принципу «сегодня – завтра - послезавтра» в соответствии с конкретными потребностями отраслевых предприятий области и структуры государственного заказа.

8. Миссия университета

ВКГТУ предоставляет высококачественное, продвинутое, многоуровневое образование для всех обучающихся и готовит их к карьере в качестве будущих инженеров и предпринимателей для работы в глобальной среде.

9. Видение

ВКГТУ является ведущим техническим университетом Казахстана, стремящимся достичь превосходства во всех аспектах своих образовательных программ и предоставляющим новаторские образовательные и исследовательские решения для глобальных задач, стоящих перед экономикой и обществом сегодня и завтра.

10. Ценности университета

Реализация программы стратегического развития университета

предполагает осуществление плана **пяти Стратегических инициатив**, которые позволят в полной мере реализовать Миссию, Видение и стратегические цели вуза.

Программа содержит пять стратегических инициатив:

- 1) Университет – драйвер инновационных технологий в экономику региона.
- 2) Предоставление обучающимся возможностей для формирования базовых, конкурентных навыков и компетенций.
- 3) Формирование социально-дружественной среды для развития личной и профессиональной конкурентоспособности.
- 4) Продвижение бренда университета на международном образовательном пространстве.
- 5) Трансформация университета в инновационно- предпринимательский вуз.

11. Стратегические цели

- 1) Обеспечить превосходство во всех аспектах своих образовательных программ, предлагая актуальные и вдохновляющие образовательные траектории обучающимся.
- 2) Предоставлять обучающимся высококачественное практикоориентированное образование, вооружить их знаниями и навыками, которые обеспечат им успешную карьеру.
- 3) Достичь международного признания через новаторские образовательные программы и прикладные исследования в интересах промышленности и общества в целом.
- 4) Продвигать международную репутацию Университета как ведущего поставщика передового технического образования через партнерские отношения с ведущими технологическими университетами мира.
- 5) Участвовать и достигать высокого положения в мировом рейтинге университетов (QS WUR)/
- 6) Развивать культуру и среду предпринимательства в Университете.
- 7) Способствовать экономическому развитию региона посредством усиления партнерских отношений с ведущими промышленными предприятиями.

12. SWOT-TOWS

	<p>Преимущества (S):</p> <p>1. Практикоориентированность образовательных программ.</p> <p>2. Исторически сложившаяся тесная связь с предприятиями региона.</p> <p>3. Сформированная хорошая исследовательская база как в технологическом, так и аналитическом плане, позволяющая выполнять</p>	<p>Недостатки (W):</p> <p>1. Недостаточное количество преподавателей с производства ведущих занятия в университете.</p> <p>2. Низкая коммерческая эффективность существующих исследовательских подразделений.</p> <p>3. Недостаточная кадровая</p>
--	---	---

	<p>НИОКР на высоком уровне. 4. Проводимые исследования обеспечены достаточными финансовыми ресурсами как для выполнения самих НИОКР, так и развития инфраструктуры. 5. Сформированные устойчивые связи со стейкхолдерами. 6. Наличие сложившихся научных школ. 7. Приоритет на развитие трехязычия в университете. 8. Высокое развитие цифровых технологий в университете. 9. Хорошая материально-техническая база. 10. ВКГТУ является участником международных проектов и программ развития. 11. Вуз входит в международные ассоциации университетов</p>	<p>обеспеченность научных подразделений. 4. Отсутствие международных и междисциплинарных исследовательских коллективов. 5. Недостаточное владение педагогическими технологиями. 6. Малое количество вовлеченных ППС и студентов в программы академических обменов. 3. Слабо развита практика привлечения иностранных ППС и студентов в ВКГТУ</p>
<p>Возможности (O): 1. Расположение в отраслевом регионе с большой востребованностью квалифицированных специалистов. 2. Увеличение количества государственных грантов на технические специальности. 3. Предоставление академической свободы вузам. 4. Стабильная политическая и экономическая среда. 5. Потребности промышленных предприятий и организаций в постоянных инновациях. 6. Поддержка государством программы трехязычного обучения. 7. Приоритет на цифровую экономику</p>	<p>Использовать (SO): - Реализация и разработка новых инновационных образовательных программ, в т.ч. в режиме эксперимента; - Коммерциализация 12 проектов; - Создание единой виртуальной образовательной, научно-инновационной, информационно-аналитической среды университета.</p>	<p>Развивать (WO): - Обеспечение 10% иностранных студентов в общем контингенте и 7% иностранных профессоров; - Открытие офис приема иностранных абитуриентов за рубежом - Реализация совместных дудипломных программ, академических обменов студентов и ППС между ВКГТУ и зарубежными вузами-партнерами, входящими в WUR, в рамках образовательных программ и проектов.</p>
<p>Угрозы (T):</p>	<p>Противостоять (ST):</p>	<p>Избегать (WT):</p>

<p>1. Несвоевременное реагирование университета на вызовы региональной экономики.</p> <p>2. Финансовая неустойчивость научных проектов.</p> <p>3. Отсутствие профессиональных отраслевых стандартов</p> <p>4. Несгармонизированность законодательств РК и других стран для набора иностранных студентов</p> <p>5. Низкая академическая привлекательность вуза для иностранных студентов.</p>	<p>- Войти в ТОП-700 + в рейтинге QS WUR;</p> <p>- Войти в ТОП-100 в рейтинге QS EESA;</p> <p>- Прохождение международной аккредитации 60% образовательных программ;</p> <p>- Внедрение 14 образовательных программ магистратуры и 3 образовательные программы бакалавриата на английском языке;</p> <p>- Привлечение студентов к выполнению научных проектов через участие в исследованиях финансируемых за счет грантовых программно-целевых и хоздоговорных источников.</p>	
--	--	--

II этап: Формирование маркетинговой стратегии и задач ВКГТУ им.Д. Серикбаева на 2018-2021 гг.

1. Определение маркетинговой стратегии

Важным моментом для университета стало бенчмаркинг-исследование, проведенное по заказу вуза рейтинговой компанией QS. Результаты продемонстрировали позиции университета в сравнении с шестью зарубежными вузами (Национальный тайваньский Университет науки и технологии (NTUST), Университет Цукуба, Технический университет Брауншвейга, Технологический университет Тампере, Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ), Белорусский Национальный технический университет (БНТУ)).

Университету рекомендовано улучшить свои репутационные показатели: в академической сфере и репутацию у работодателей, увеличить научную продуктивность ППС при сохранении высокого стандарта качества научных работ.

Отмечено, что важно расширять сотрудничество и партнерство с глобальным академическим сообществом, в частности с высокорейтинговыми университетами и исследовательскими центрами по всему миру.

Университет провел сравнительный анализ с национальными вузами РК и приграничными вузами РФ. Результаты демонстрируют, что университету необходимо диверсифицировать свои образовательные программы, улучшать качество кадрового потенциала и модернизировать научную и социальную инфраструктуру.

Маркетинговая стратегия вуза - повысить конкурентоспособность университета, вывести его в лидеры высшего технического образования страны и центрально-азиатского региона, оперативно и адекватно реагирующего на глобальные вызовы и тренды современного мира.

2. Задачи маркетингового стратегического плана (по SMART)

Буква	Значение	Задачи маркетингового стратегического плана
S	Specific (Конкретная)	<p>8. Обеспечить превосходство во всех аспектах своих образовательных программ, предлагая актуальные и вдохновляющие образовательные траектории обучающимся.</p> <p>9. Предоставлять обучающимся высококачественное практикоориентированное образование, вооружить их знаниями и навыками, которые обеспечат им успешную карьеру.</p> <p>10. Достичь международного признания через новаторские образовательные программы и прикладные исследования в интересах промышленности и общества в целом.</p> <p>11. Продвигать международную репутацию Университета как ведущего поставщика передового технического образования через партнерские отношения с ведущими технологическими университетами мира.</p> <p>12. Участвовать и достигать высокого положения в мировом рейтинге университетов (QS WUR)/</p> <p>13. Развивать культуру и среду предпринимательства в Университете.</p> <p>14. Способствовать экономическому развитию региона посредством усиления партнерских отношений с ведущими промышленными предприятиями.</p>
M	Measurable (Измеримая)	<p>1. Войти в ТОП-700 + в рейтинге QS WUR</p> <p>2. Войти в ТОП-100 в рейтинге QS EESA</p> <p>3. Пройти международную аккредитацию 60% образовательных программ.</p> <p>4. Внедрить 14 образовательных программ магистратуры и 3 образовательные программы бакалавриата на английском языке.</p> <p>5. Добиться 10% иностранных студентов в общем контингенте и 7 % иностранных профессоров.</p> <p>6. Увеличить количество контингента обучающихся до 12000 человек</p> <p>7. Коммерциализировать 12 проектов.</p>
A	Attainable, Achievable (Достижимая)	<p>1. Диверсификация образовательных программ всех уровней по принципу «сегодня – завтра - послезавтра» в соответствии с конкретными потребностями отраслевых предприятий области</p> <p>2. Технологизация учебного процесса с массовым интерактивным участием на основе электронного обучения.</p> <p>3. Модернизация существующей учебно-лабораторной базы для усиления практикоориентированной подготовки кадров.</p> <p>4. Обеспечение качества образовательных программ на</p>

		<p>соответствие критериям международной аккредитации в области инженерного образования.</p> <p>5. Расширение маркетинга образовательных программ за рубежом, создание представительств университета на зарубежных рынках. Открыть офис приема иностранных абитуриентов за рубежом.</p> <p>6. Реализация совместных двудипломных программ, академических обменов студентов и ППС между ВКГТУ и зарубежными вузами-партнерами, входящими в WUR, в рамках образовательных программ и проектов, по направлениям: последиplomные научные стипендии, посещение профессоров, обмен студентами на один семестр, обмен преподавателями по контракту на один семестр; международные договоры обучения докторантов;</p> <p>7. Привлечение абитуриентов и обучающихся из Индии, Монголии, России, Центральной Азии, стран СНГ;</p> <p>8. Внедрение оценки компетенций персонала на соответствие модели успешного сотрудника университета и переход к эффективному контракту.</p> <p>9. Повышение профессиональных и общих компетенций ППС и сотрудников до стандартов стран ОЭСР.</p> <p>10. Создание единой виртуальной образовательной, научно-инновационной, информационно-аналитической среды университета.</p> <p>11. Модернизация территории университета для их доступности людям с ограниченными возможностями здоровья.</p>
R	Relevant (Актуальная)	<p>4. Подготовка высококвалифицированных специалистов по базовым и актуальным направлениям отраслей экономики и производства для удовлетворения запросов рынка труда.</p> <p>5. Подготовка специалистов по всем уровням обучения, имеющих профессионально-прикладную подготовку, глубокие IT-компетенции, владеющих иностранными языками и дополнительными навыками, в том числе в области предпринимательства.</p> <p>6. Формирование эффективных процедур взаимодействия университета с зарубежными абитуриентами, обучающимися, ППС, исследователями, специалистами, работодателями.</p> <p>7. Формирование команды высококвалифицированного преподавательского корпуса и сотрудников, обеспечивающих конкурентные преимущества и лидерство вуза в инженерном образовании.</p> <p>8. Создание комфортных условий для учебы, работы и проживания (в том числе за счет дизайна помещений, разнообразных условий для неформального общения студентов, доступа интернета, ландшафтного дизайна и др.)</p> <p>9. Разработать и реализовать концепцию интегрированной модели подготовки кадров, основанной на глубоком взаимодействии между процессом обучения и исследовательской деятельностью.</p> <p>10. Развить и обеспечить превосходство научно-</p>

		исследовательской и инновационной деятельности университета в области металлургии и материаловедения (геологоразведка, добыча, обогащение, металлургические переделы цветных и редких металлов и создание на их основе новых сплавов и материалов) в Центральной и Юго-Восточной Азии. 11. Обеспечить коммерциализацию результатов научной деятельности через старт-ап проекты.
Т	Time-bound (Ограниченная во времени)	2018-2021 годы

1. Сегментация рынка

Критерий/критерии сегментации рынка:

1) Географическая сегментация: местное население, иностранные граждане

2) Социально-демографическая сегментация: возраст, уровень образования, род деятельности, социальный статус.

3) Поведенческая сегментация: отношение к образовательному продукту, лояльность к марке, искомые выгоды, статус абитуриента (обладатель «Алтын белгі»), наличие дополнительных преимуществ (международные сертификаты на знание иностранного языка, призовые места на престижных международных конкурсах и олимпиадах, призы спортивных соревнований).

Сегменты рынка:

1) Сегмент А: «Базовый клиент» - 1) лица, не имеющие высшего образования (закончившие школы и колледжи), в возрасте от 17 лет до 20 лет, не работающие, холостые, не имеющие собственного источника дохода; 2) лица, имеющие высшее образование, в возрасте от 21 года, работающие, с определенным стабильным доходом.

2) Сегмент В: «Лояльный клиент» - лица, выбравшие в качестве предметов по выбору при сдаче ЕНТ и КТ предметы: математику и физику, конкретную ОП, бренд.

3) Сегмент С: «Престижный клиент» - лица, являющиеся обладателями «Алтын белгі», призерами спортивных соревнований, победителями престижных международных конкурсов и олимпиад.

2. Сведения о сегментах

	Всего	Сегмент А	Сегмент В	Сегмент С
Размер 1. В количественном выражении	Численность населения ВКО работоспособного возраста 16-62/57 829259 чел.	36% работоспособного населения Казахстана имеет высшее образование	15100+35000=50100 (численность населения в возрасте 17 лет + количество	Знак "Алтын белгі" в 2018 году подтвердил и 6 780

	http://stat.gov.kz	https://www.zakon.kz/4845953-tolko-36-rabotosposobno-go-naselenija-v.html 298253 человек по ВКО	обучающихся в колледжах) человек https://bilimko.gov.kz/ru/ В 2018 году школы ВКО окончили 10000 выпускника. http://today.kz	выпускники в школ РК, около 5% рынка. По ВКО в 2018 году - 680 обладателей АБ.
2. В денежном выражении		149 126 млн. тенге	25 050 млн. тенге	4 305 млн. тенге
Доля рынка 1. Текущая 2. Планируемая через 3 года	0,7% 1,5%	4% 10%	15% 30%	9% 20%
Рост рынка (% в год) 1. Текущая динамика 2. Ожидаемая динамика через 1, 2 и 3 года	4% 4%	4% 13%	4% 5%	20% 30%
Стадия жизненного цикла продукта (запуск, рост, зрелость, спад)		Фаза зрелости	Фаза роста	Фаза роста
Самый крупный конкурент 1. Конкурент 2. Ваша относительная доля	<p>В национальном рейтинге НКАОКО вузов Казахстана-2018 ВКГТУ им.Д.Серикбаева занимает 5 место. В рейтинге РРА 2018 «Казахстан 2050 - Национальный рейтинг по инновациям и академическому превосходству» занимает 2 место.</p> <p>По результатам внешней оценки основными конкурентами ВКГТУ являются следующие технические вузы страны:</p> <p>1)Казахстанско-Британский технический университет (~3000 обучающихся);</p> <p>2)Казахский национальный исследовательский технический университет имени К.И. Сатпаева (~10000 обучающихся);</p> <p>3)Карагандинский государственный технический университет (~8000 обучающихся);</p> <p>https://egov.kz/cms/ru/articles/2Fbestuniinkz30</p> <p>Относительная доля ВКГТУ по отношению к главному конкуренту: 2</p>			

3. Анализ преимуществ образовательной деятельности ВКГТУ на основных сегментах рынка

Выгоды/преимущества для потребителя	Сегмент А	Сегмент В	Сегмент С
--	------------------	------------------	------------------

Престижное трудоустройство	+	+	+
Уникальные ЗУН	+	+	+
Комфортные социальные и бытовые условия	+	+	+
Получение дополнительных выгод (языки, ИТ, обучение за рубежом и др.)	+	+	+
Высококвалифицированный ППС	+	+	+

6. Анализ потребителя образовательной услуги ВКГТУ, принимающего решение о покупке в каждом сегменте

	Сегмент А	Сегмент В	Сегмент С
Кто принимает решение о покупке Кто влияет на принятие решения о покупке	Выпускники школ и колледжей Референтная группа (родители, друзья, родственники и др.)	Выпускники ВУЗов (лица, имеющие диплом о высшем образовании) Социальная среда (руководители, коллеги)	Выпускники имеющие особый статус Социальная среда Референтная группа (родители, друзья, родственники, школа и др.)
AIDA (стадия процесса принятия решения о покупке) Awareness/Attention Interest Desire Action	Основной мотив целевой аудитории в большей степени эмоциональный. Большое влияние при выборе вуза оказывает референтная группа. Доминирующие послы основаны на эмоциональное восприятия с привлечением коммуникаторов отвечающих трендам времени.	Мотивы сегмента более обдуманные и рациональные. Взвешенный подход при выборе программы обучения. Потребитель знает, что нужно и для чего нужно. Аргументы продвижения: престиж, качество, эксклюзивность.	Конструктивные и рациональные подходы в выборе. Компетентность целевой аудитории в предмете продвижения. Акцент на научные и профессиональные компетенции. Престиж и рейтинг вуза в масштабах страны и мира.

7. Процесс оценки сегментов для таргетирования по критериям привлекательности рынка и конкурентоспособности университета

Факторы привлекательности рынка и конкурентоспособности:

Привлекательность рынка	Конкурентоспособность
<p>Рынок</p> <ul style="list-style-type: none"> Размер рынка в количественном и денежном выражении: Численность студентов вузов РК на 2017-2018 учебный год составила 496,2 тысячи человек. https://informburo.kz/novosti/zatraty- 	<p>Позиционирование на рынке</p> <ul style="list-style-type: none"> Относительная доля рынка: в 2 раза больше по отношению к главному конкуренту Динамика роста/падения доли рынка: рост на 54% Представление потребителей о

[kazhastanskih-studentov-na-obuchenie-v-vyuze-vyrosli-na-11-.html](https://forbes.kz/process/education/ekonomiya-na-buduchem/)

Объем казахстанского рынка услуг высшего образования приблизительно в 55–60 млрд тенге, или \$300–350 млн.

<https://forbes.kz/process/education/ekonomiya-na-buduchem/>

- Динамика развития рынка в %: **4%**
- Стадия жизненного цикла продукта: **фаза зрелости**
- Разнообразие рынка (потенциал для дифференциации): **высокий потенциал для дифференциации**
- Чувствительность рынка к цене: **эластичный спрос**
- Сезонность рынка: **не имеет сезонных колебаний.**

Экономика и Технологии

- Интенсивность инвестиций: **Источники инвестиции на прямую определяют их интенсивность: наиболее интенсивные – государственный заказ, средней интенсивности – гранты на науку, наименьшей интенсивности - инвестиции МНО и бизнеса.**

Барьер для входа новых конкурентов: **Рынок образовательных услуг является довольно специфичным, также «жестко» регулируемым со стороны государства.**

Доступность сырья: **Локальный региональный рынок.**

Использование продвинутых технологий: **Образовательный рынок является передовым в области использования цифровых коммуникационных технологий.**

Конкуренция

Угроза замены продукта: **растущая динамика неформального обучения, сетевых программ, персонализации образования.**

Сила конкуренции: **высокая сила конкуренции со стороны территориально выгодно расположенных в мегаполисах вузов и крупных зарубежных университетов.**

Окружающая среда

Законодательные требования, стандарты: **Правовая среда РК**

качестве, цене продукта: высокое качество за низкую цену

• **Имидж компании:** положительный, лидер регионального рынка, в наивысшей группе лидеров технического образования национального рынка.

Позиционирование в технологии

• **Себестоимость:** высокая, чем утверждённая стоимость обучения, в силу высокотехнологичности, науко- и капиталоемкости подготовки технических кадров.

• **Использование продвинутых технологий:** Сформирована цифровая инфраструктура вуза с единой точкой доступа для всех пользователей посредством развития цифровой экосистемы Smart-университет и цифровых сервисов, реализующих эффективное решение повседневных задач и услуг. Единая точка входа для персонализированных цифровых сервисов, мобильные приложения (Личный кабинет сотрудника и студента)

• **Патенты на технологии, продукты или процессы:** ВКГТУ предлагает готовое решение для автоматизации управления вузом – программно-аппаратный комплекс «Цифровой университет», представляющий собой интеграцию нескольких мощных подсистем: Dales (образовательный портал, собственная разработка), 1С-Кадры и 1С-Бухгалтерия, Система электронного документооборота (СЭД, Directum), PerCo (система доступа).

Ресурсы

Управление компанией: В области корпоративного управления, усиление роли Наблюдательного совета как ключевого органа управления. При Наблюдательном совете создана служба внутреннего аудита, которая осуществляет контроль и оценку показателей финансово-хозяйственной деятельности, аудит управления рисками системы внутреннего контроля, исполнения документов в области корпоративного управления и консультирование в целях совершенствования деятельности университета.

• **Маркетинг:** Повышение конкурентоспособности университета, позиционирование его лидером высшего

	<p>технического образования страны и центрально-азиатского региона, оперативно и адекватно реагирующего на глобальные вызовы и тренды современного мира.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Дистрибуционная сеть: на этапе внедрения создание собственного офиса за рубежом по привлечению иностранных обучающихся
--	--

Модель позиционирования по критериям привлекательности рынка и конкурентоспособности вуза:

Критерии: Привлекательность рынка

Факторы	Высокая оценка	Средняя оценка	Низкая
Рынок:			
Размер рынка			*
Динамика роста рынка			*
Стадия жизненного цикла продукта		*	
Потенциал для дифференциации	*		
Чувствительность рынка к цене	*		
Сезональность рынка			*
Экономика и Технологии:			
Интенсивность инвестиций			*
Барьер для входа новых конкурентов			*
Доступность сырья			*
Использование продвинутых технологий		*	
Конкуренция:			
Угроза замены продукта		*	
Сила конкуренции	*		
Законодательные требования, стандарты		*	

Критерии: Конкурентоспособность

Факторы	Высокая оценка	Средняя оценка	Низкая
Позиционирование на рынке:			
Относительная доля рынка		*	
Динамика роста/падения доли рынка			*

Представление потребителей о качестве, цене продукта		*	
Имидж компании		*	
Позиционирование в технологии:			
Себестоимость: высокая, а цена низкая	*		
Использование продвинутых технологий:		*	
Патенты на технологии, продукты или процессы:		*	
Ресурсы:			
Управление компанией	*		
Маркетинг		*	
Дистрибуционная сеть			*

График оценки сегментов и модели позиционирования (GE/McKinsey) – упрощенная по шкале высокая, средняя, низкая оценка:

Привлекательность рынка	Высокая		Сегмент С «Престижный клиент»	Сегмент В «Лояльный клиент»
	Средняя			Сегмент А «Базовый клиент»
	Низкая			
		Низкая оценка	Средняя оценка	Высокая оценка
Конкурентоспособность				

8. Таргетированные сегменты:

Целевые сегменты:

1) «Продвинутое образование» – пакет уникальных практикоориентированных междисциплинарных образовательных программ

9. Позиционирование с оценки таргетированного сегмента по отношению к рынку, конкурентам, другим сегментам, покупателям (преимущества и недостатки сегмента или сегментов в сравнении с трендами):

1) Относительно трендов на рынке

Всего 20 инновационные образовательные программы спроектированы для внедрения в режиме эксперимента, утверждены приказом МОН РК № 319 от 5 июля 2018г. для внесения в реестр инновационных образовательных программ.

2) Относительно трендов конкурентов

Разработаны 8 новых инновационных образовательных программ по магистратуре. Все эти образовательные программы согласованы с университетами дальнего и ближнего зарубежья: Университет г. Штутгарт, Университет прикладных наук им. Бойта, Гамбургский университет, Университет Обуда, Университет Бонна, Сибирский государственный университет геосистем и технологий, г. Новосибирск, Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск, Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, Санкт-Петербургский научно-исследовательский университет ИТМО, Львовский политехнический университет, г. Львов.

3) Относительно трендов потребителей

Разработаны и внедрены 3 инновационные образовательные программы (ИОП) по заказу АО "НАК "Казатомпром" (грант АО "УМЗ").

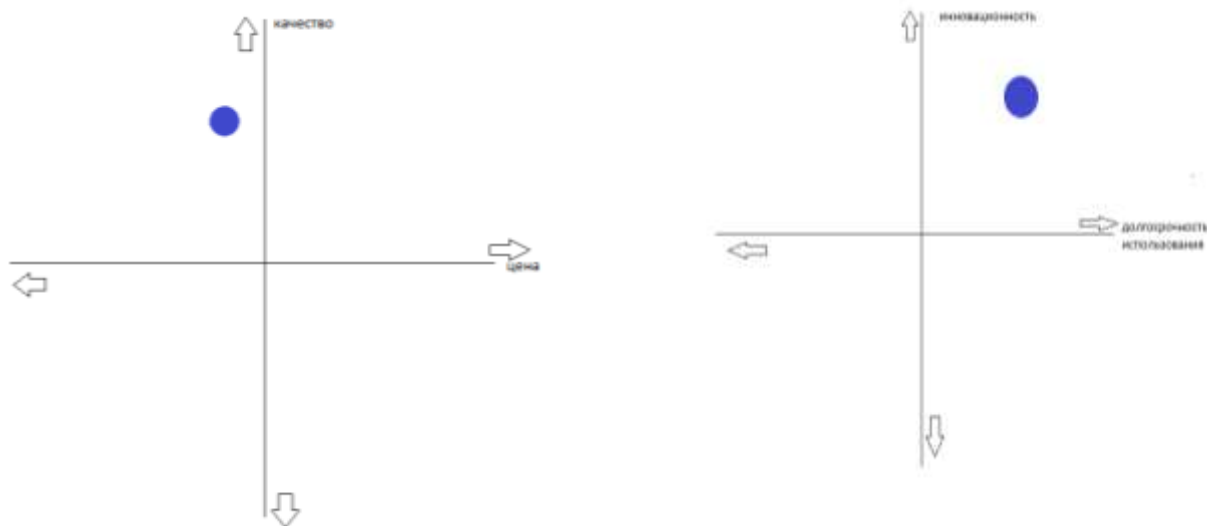
Разработаны 8 новых инновационных образовательных программ по магистратуре. Согласованы с предприятиями–партнерами ТОО «КазЦинк», VI Group, ТОО «Топаз», АО «Азия Авто», ТОО «Багратион», ТОО «Опытное хозяйство масленичных культур», ГУ управление здравоохранения ВКО, НИИ травматологии и ортопедии РК.

10. Оценка преимуществ ВКГТУ относительно конкурентов («+» лучше, «-» хуже, «=» равны).

Основные конкуренты	Основные выгоды/преимущества				
	Выгода 1 Престижное трудоустройство	Выгода 2 Уникальные ЗУН	Выгода 3 Комфортные социальные и бытовые условия	Выгода 4 Получение дополнительных выгод (языки, IT, обучение за рубежом и др.)	Выгода 5 Высококвалифицированный ППС
Казахстанско-Британский технический университет	+	=	=	+	+
Казахский национальный исследовательский технический университет имени К.И. Сатпаева	=	-	-	=	=
Карагандинский государственный	=	-	-	=	=

технический университет					
-------------------------	--	--	--	--	--

10. Карты Позicionирования Вашей компании/продукта и конкурентов (оси обозначают выгоды/преимущества). Может быть одна или более карт, в зависимости от количества сравниваемых преимуществ



12. Перспективное позиционирование бренда университета:

ВКГТУ им.Д.Серикбаева позиционирует себя как лидер передового технического образования через партнерские отношения с ведущими технологическими университетами мира, актуальные и вдохновляющие образовательные траектории и высококачественное практико-ориентированное образование, международную репутацию, формирование среды предпринимательства в университете.

III этап: Реализация маркетинговой стратегии ВКГТУ им.Д. Серикбаева

1. Аналитическая матрица Boston Consulting Group/BCG

	Относительная доля рынка	CAGR, %	Действия
Продукт 1 ОП бакалавриата	2	4	Диверсификация образовательных программ всех уровней по принципу «сегодня – завтра - послезавтра» в соответствии с конкретными потребностями отраслевых предприятий области.
Продукт 2 ОП магистратуры	5	10	Создание практикоориентированной модели подготовки кадров, выработка механизма взаимодействия между процессом обучения и исследовательской деятельности, через включения обучения в исследовательский процесс с приобретением навыков и компетенций по

			разрабатываемым научным тематикам.
Продукт 3 ОП докторантуры	4	10	Для Восточного Казахстана профильным является горно-металлургический кластер, что обуславливает выбор научного приоритета вуза в данной сфере. Обучение через исследования позволит внедрить научные подходы для будущих производств как в Казахстане, так Центральной и Юго-Восточной Азии. Формирование международных и междисциплинарных исследовательских групп с разнообразным опытом даст толчок развитию инновационных исследований.

2. Маркетинг МИКС (4Ps – Product, Price, Place, Promotion)

	Текущий статус	Планируемый статус
Продукт и его основная выгода	Стандартный пакет	Дифференцированный адресный пакет
Наличие сервиса	Автоматизация сервиса на 80%	Создание мультимедийной и социально-дружественной среды
Цена/Ценовая стратегия	Ориентация на ценовую конкуренцию	Ориентация на неценовую конкуренцию - стратегия дифференцированной цены
Вид Дистрибуции	Локальный (рынок ВКО)	Национальный (открытие филиала университета в мегаполисах Алматы, Астана, Шымкент, привлекающие абитуриентов своей инфраструктурой, выгодный также по емкости); Глобальный (открытие представительств в Индии, Монголии, России, Центральной Азии, стран СНГ)
Каналы коммуникаций	МИО, СМИ, учреждения образования	Система интегрированных коммуникации

3. Планируемые задачи для программ продвижения портфеля продуктов в целом или по сегментам:

- $ROI = (310622000 - 20000000) / 20000000 * 100 = 1453,11$

4. Контроль предположений

Уровень анализа	Стратегические предположения	Изменения	Влияние
Низкий	Индивидуализация образования Непрерывное обучение	Трансформация подходов к обучению	Внедрение прогрессивных методик обучения

Высокий	Интенсивное развитие инновационных технологий «Цифровая революция»	«Устаревание» существующих профессий, спрос на новые компетенции	Дифференциация ОП
Высокий	Ухудшение демографической ситуации в стране и регионе	Снижение спроса на рынке образовательных услуг	Диверсификация деятельности ВУЗов

5. Оценка рисков возникновения предположений (расположить риски на графике по силе влияния и вероятности):



Реестр рисков Программы стратегического развития на 2018-2021 годы

Риски, которые могут повлиять на достижение цели	Мероприятия по управлению рисками	Владелец риска
Академическая стратегия		
Актуальность ОП, эффективность ОП и их востребованность Недостаток преподавателей требуемой квалификации по профилям специальностей	Создание и ведение базы преподавателей требуемой квалификации по профилям специальностей по РК и в зарубежных вузах-партнерах.	УАкД, Отдел по ПиРП
Низкая оплата труда преподавателей	Проработка условий для привлечения преподавателей	УАкД, ФЭО
Исследовательская и инновационная стратегия		
Актуальность и востребованность проводимых научных исследований Финансовая неустойчивость научных проектов	Улучшение качества научной и инновационной продукции, повышение ее востребованности.	Руководители проекта
	Взаимодействие с фондами и другими инвесторами научной и инновационной деятельности.	Отдел НИР
Недостаточная кадровая обеспеченность научных проектов и программ	Реорганизация подразделений университета, формирование кадрового потенциала, как за счет перевода сотрудников из других подразделений, так и за счет приема новых специалистов в исследовательские подразделения.	Отдел НИР
	Привлечение обучающихся к научной деятельности.	Офис коммерциализации
Отсутствие эффективных механизмов коммерциализации и трансформации результатов научных исследований в инновации	Разработка и внедрение механизма коммерциализации результатов НИОКР и трансформации их в инновации.	Отдел науки Офис коммерциализации технологий
Стратегия коммерциализации и предпринимательства		

Отсутствие методологии по коммерциализации результатов НИОКР	Бенчмаркинг мирового опыта	Офис коммерциализации технологий
Не развитая предпринимательская культура	Формирование имиджа предпринимательского университета	УАкД ШПиБ
Отсутствие методологии предпринимательского образования	Бенчмаркинг мирового опыта	УакД ШПиБ
Недостаток дополнительного финансирования	Диверсификация источников финансирования	Офис коммерциализации технологий ФЭО
Стратегия интернационализации		
Недостаточная привлекательность ОП для иностранных студентов Малое количество образовательных грантов для иностранных студентов в РК. Недостаточная привлекательность инфраструктуры проживания для иностранных студентов	Взаимодействие с местными исполнительными органами по выделению образовательных грантов для иностранных студентов. Организация выездных комиссий по приему иностранных абитуриентов Поиск альтернативных источников финансирования.	УАкД Центр карьеры
Отсутствие казахстанских программ международного обмена ППС Отсутствие офиса по привлечению иностранных студентов	Внедрение целевых ОП для отраслевых предприятий, включающих приглашение зарубежных ученых, их трудоустройство на основе трудового договора, контракта. Внедрение двухдипломных ОП Поиск источников финансирования для стажировок иностранных студентов в ВКГТУ Увеличение ОП на английском языке	УАкД ITPS ОК Факультеты/ школы
Стратегия развития личности в новых условиях		
Низкий уровень раскрытия социального потенциала	Эффективная адаптация первокурсников	ДСГР

абитуриентов		
Внешняя социальная среда, ценности и нормы которой могут значительно отличаться от ценностей и норм университета	Профилактические беседы и ознакомительные работы по правилам внутреннего распорядка университета.	ДСГР
Отсутствие опыта педагогической работы у молодых преподавателей университета.	Курсы повышения педагогического мастерства (в первую очередь, для кураторов и молодых преподавателей)	ИП и НОТ Кафедры
Стратегия управления ресурсами		
Кадровый потенциал		
Недостаточный уровень понимания миссии, видения, ценностей университета и транслирования их в своей деятельности;	Введение кодекса корпоративной культуры, улучшение внутренних коммуникаций, введение эффективного контракта, улучшение системы стимулирования и мотивации персонала.	УРП Отдел по ПиРП
Недостаточный уровень владения базовыми компетенциями	Разработка и стандартизация системы оценки персонала. Системный подход к процессу обучения и повышения персонала с учетом деятельности университета	УРП Отдел по ПиРП Центр PR
Низкий уровень притока молодых квалифицированных сотрудников и выпускников, неконкурентная заработная плата затрудняет подбирать и удерживать лучших специалистов. Отсутствие кадрового резерва	Повышение привлекательности HR бренда университета, улучшений условия труда Внедрение системы кадрового резерва, центра карьерного роста, школы наставничества.	УРП Отдел по ПиРП
Информационно-коммуникационное обеспечение		
Низкий уровень притока молодых квалифицированных сотрудников и выпускников	Разработка программы по привлечению квалифицированных выпускников в вуз	УРП Отдел по ПиРП
Невысокая ресурсоэффективность оборудования	Разработка системы «Учет и управление оборудованием», в т.ч. компьютерной и орг.	Проректор по ФХД и ОВ ДИТ

	Техникой	
Отсутствие сертифицированной серверной	Создание единой сертифицированной серверной и увеличение мощностей серверного оборудования до 3 Tflops.	ДИТ
Развитие социальной инфраструктуры		
Недостаток необходимого финансирования для формирования современной инфраструктуры	Поиск источников финансирования для улучшения инфраструктуры	Ректор Проректор по ФХД и ОВ
Моральный и физический износ основной части материально-технической базы	Постоянный мониторинг основных средств университета для их своевременного обновления	Проректор по ФХД и ОВ
Стратегия коммуникации		
Риск идентификации бренда вуза со схожими названиями (ВКГТУ-ВКГУ, СДИ-СДУ)	Провести ребрендинг вуза	Проректор по УМР Центр PR
Неправильный выбор целевых рынков для продвижения бренда вуза	Формирование системы мероприятий, направленных на целевые фокус-группы	Проректор по УМР Центр PR
Стратегия продвижения университета в рейтингах		
Недостаточная вовлеченность сотрудников в продвижение университета в рейтингах.	Формировать корпоративную политику университета, ориентированную на признание ценности вклада каждого сотрудника.	УРП Деканы факультетов/ школ
Принятие неверных решений как результат владения некачественной и неполной информацией.	Проводить на профессиональных информационных базах анализ, статистику, прогнозирование.	Проректора
Стратегия корпоративного управления		
Отсутствие эффективной системы управления рисками и изменениями	Разработка и внедрение эффективной системы управления рисками. Введение должности менеджера по рискам.	Ректор Проректора

**Дорожная карта
по реализации программы стратегического развития университета
на 2018-2021 годы**

Стратегические инициативы/задачи/мероприятия	Единицы измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
СИ. Университет –драйвер инновационных технологий в экономику региона					
1.1 Академическая стратегия					
Задача 1. Подготовка специалистов по диверсифицированным, инновационным образовательным программам, разработанных по принципу «сегодня – завтра - послезавтра» для удовлетворения текущих и перспективных потребностей отраслей экономики региона.					
Реализация и разработка новых инновационных образовательных программ, в т.ч. в режиме эксперимента	Ед.	20	20	22	24
1.2 Исследовательская и инновационная стратегия					
Задача 1. Разработать и реализовать концепцию интегрированной модели подготовки кадров, основанной на глубоком взаимодействии между процессом обучения и исследовательской деятельности					
Создание модели системного формирования необходимых научных компетенций обучающихся от бакалавриата до докторантуры.	% занят. в исслед. лаб. от общего количества занятий	50%	60%	75%	90%
Привлечение студентов к выполнению научных проектов через участие в исследованиях финансируемых за счет грантовых программно-целевых и хоздоговорных источников.	% студ., участвующих в НИР от общего количества студентов	2%	10%	25%	50%

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/задачи/мероприятия	Единицы измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
Задача 2. Развить и обеспечить превосходство научно-исследовательской и инновационной деятельности университета в области металлургии и материаловедения (геологоразведка, добыча, обогащение, металлургические переделы цветных и редких металлов и создание на их основе новых сплавов и материалов) в стране, а также в Центральной и Юго-Восточной Азии.					
Формирование международных и междисциплинарных научно-исследовательских групп.	Кол-во групп	2	5	7	10
Публикации в научных журналах, индексируемых в базе Scopus.	Публикация/лаборатория	0	1	2	3
Задача 3. Создать научную инфраструктуру университета, отвечающую современному состоянию науки в мире в сфере приоритетов вуза (Центр опережающего развития)					
Проведение системного аудита научно-инновационной инфраструктуры университета	Кол-во/год	1	1	1	1
Создание эффективной системы привлечения финансовых ресурсов для научной и инновационной деятельности.	Финансируемая заявка (проект)/лаборатория	0	1	2	3
Создание эффективной системы материально-технического снабжения и обновления лабораторной и исследовательской базы	% обновления	100	115	125	150
Формирование полноценного кадрового потенциала исследовательских подразделений	Чел.	56	70	85	100
Задача 4. Обеспечить коммерциализацию результатов научной деятельности через старт-ап проекты					

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/задачи/мероприятия	Единицы измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
Формирование нематериальных активов университета	Кол-во патентов, как нематериал. активы	0	3	5	10
Создание ареала малых инновационных предприятий и старт-апов по итогам коммерциализации результатов НИОКР	Кол-во коммерц. проектов	1	1	2	3
1.3 Стратегия коммерциализации и предпринимательства					
Задача 1. Исследование рынка сбыта и анализ потребностей предприятий для разработки и внедрения в производство результатов НИОКР					
Проведение маркетингового анализа рынка	Кол-во	1	3	3	5
Задача 2. Оказание поддержки ученым и разработчикам университета в продвижении их технических решений на рынок					
Оказание консультационных услуг по коммерциализации, трансферу технологий и по вопросам защиты объектов интеллектуальной собственности (проведение семинаров и мастер-классов)	Кол-во семинаров/год	1	3	3	3
Поиск и продвижение на рынок конкурентоспособных коммерчески перспективных научных разработок в соответствии с отраслевой направленностью и региональным месторасположением университета	Кол-во внедренных в производство технологий	3	3	4	5
Поддача заявок для участия в конкурсах на грантовое финансирование проектов по	Кол-во выигранных	1	3	4	5

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/задачи/мероприятия	Единицы измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
коммерциализации РННТД и результатов НИОКР	грантов				
Задача 3. Развитие сотрудничества с бизнесом для осуществления комплексных проектов					
Создание и управление инновационной инфраструктурой для коммерциализации технологий ученых университета	Кол-во созданных лабораторий	7	3	3	5
Участие молодых стартаперов и инноваторов в финансовых и нефинансовых программах поддержки малого и среднего бизнеса	Кол-во реализованных стартапов	1	3	5	8
Задача 4. Внедрение в хозяйственный оборот результатов научной, научно-технической деятельности (РННТД)					
Открытие экспериментальных площадок для проведения коммерческой реализации инновационных технологий	Кол-во созданных эксперим. площадок	1	1	2	2
Создание ареала малых инновационных предприятий и старт-апов по итогам коммерциализации результатов НИОКР	Кол-во коммерц. проектов	1	1	2	3
Обеспечение развития на базе университета новых инновационных компаний	Кол-во созданных малых предпр.	1	2	3	3
Выпуск мелкосерийной партии коммерциализированных изделий на базе научно-производственных комплексов ВКГТУ	млн. тенге	0	7	9	11
СИ 2. Предоставление обучающимся возможностей для формирования базовых, конкурентных навыков и компетенций					
2.1 Академическая стратегия					

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/задачи/мероприятия	Единицы измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
Задача 1. Выпуск специалистов по всем уровням обучения имеющих профессионально-прикладную подготовку, глубокие IT компетенции, владеющих иностранными языками и дополнительными навыками, в том числе в области предпринимательства					
Реализация ОП ВА и МА на английском языке	Ед	6	8	10	12
Корректировка ОП, направленная на углубление IT компетенций	%	40	41	43	45
Увеличение прикладных (рабочих) квалификаций (Увеличение доли трансдисциплинарности и практикоориентированности в ОП)	Ед	3	3	6	9
Задача 2. Технологизация учебного процесса с массовым интерактивным участием на основе электронного обучения					
Увеличение количества открытых образовательных он-лайн курсов	Ед.	1	2	3	4
Задача 3. Модернизация существующей учебно-лабораторной базы для усиления практикоориентированной подготовки кадров					
Создание новых лабораторий для реализации новых инновационных ОП	Ед	8	8	9	10
Задача 4. Обеспечение качества образовательных программ на соответствие критериям международной аккредитации в области инженерного образования					
Прохождение международной аккредитации ОП	%	40	40	50	60
Задача 5. Расширение маркетинга образовательных программ за рубежом, создание представительств университета на зарубежных рынках					
Создание представительств университета на	Ед.	0	0	1	-

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/задачи/мероприятия	Единицы измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
зарубежных рынках					
2.2 Стратегия интернационализации					
Задача 1. Реализация совместных дудипломных программ, академических обменов студентов и ППС между ВКГТУ и зарубежными вузами-партнерами, входящими в WUR, в рамках образовательных программ и проектов					
Расширение Международного стратегического партнерства	Ед.	129	107	129	130
Задача 2. Привлечение абитуриентов и обучающихся из Индии, Монголии, России, Центральной Азии, стран СНГ					
Увеличение контингента иностранных студентов	%	3	5	7	10
Задача 3. Формирование эффективных процедур взаимодействия университета с зарубежными абитуриентами, обучающимися, ППС, исследователями, специалистами, работодателями					
Рекрутинг иностранных ППС	%	4	5	6	7
Участие в международных проектах и программах обмена студентами	чел.	10	16	20	25
2.3 Стратегия развития личности в новых условиях					
Задача 1. Развитие системы духовно-нравственных ценностей студентов в рамках модернизации общественного сознания					
Проект «Формирование межкультурного толерантного пространства и развитие диалога в молодежной среде»	чел.	800	900	1000	1300
Задача 2. Развитие навыков предпринимательской деятельности, формирование профессиональных знаний и умений, обеспечивающих успешную карьеру выпускника					
Бизнес-проекты	чел.	30	50	100	150

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/задачи/мероприятия	Единицы измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
Старт-ап Академии					
Развитие навыков предпринимательской деятельности	чел.	230	300	350	400
Задача 3. Формирование активной гражданской позиции, патриотизма, социальной ответственности и правовой грамотности студентов					
Реализация проектов «Ұлы дала жастары», «Саналы азамат» в рамках программы «Рухани жаңғыру»	чел.	500	800	1000	1500
Реализация проектов «Отаным-тағдырым», «Туған жер» в рамках программы «Рухани жаңғыру»	чел.	500	800	1000	1500
Проект «Алтын бесік»	чел.	400	600	800	1200
Задача 4.Создание условий для развития у обучающихся знаний в различных областях искусств					
Проект «Жалынды жастар»	чел.	130	150	170	200
Клубная деятельность	чел.	930	150	180	230
Задача 5. Содействие овладению студентами трехязычия					
Проект «Трехязычие – формула успеха»	чел.	337	415	3000	5500
Популяризация казахского, английского и русского языков	чел.	300	400	500	600
Задача 6. Формирование мотивации и ценностей здорового образа жизни					
Формирование и популяризация ЗОЖ	чел.	540	600	650	700
Спортивные секции	чел.	146	180	220	250

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/ задачи/ мероприятия	Ед. измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
СИ 3. Формирование социально- дружественной среды для развития личностной и профессиональной конкурентоспособности					
3.1 Стратегия управления ресурсами. Кадровый потенциал					
Задача 1. Формирование команды высококвалифицированного преподавательского корпуса и сотрудников, обеспечивающих конкурентные преимущества и лидерство вуза в инженерном образовании					
Формирование списка кадрового резерва	чел.	0	20	60	100
Снижение уровня текучести персонала и достижение нормативного уровня (15%)	%	26	20	18	15
Привлечение зарубежных ТОП-менеджеров на академический период	чел.	2	1	2	3
Задача 2. Повышение вовлеченности сотрудников в реализацию задач вуза, транслирование ими ценностей университета в своей деятельности					
Мероприятия по повышению корпоративной культуры персонала	шт.	1	4	6	6
Повышение уровня вовлеченности сотрудников/индекс удовлетворенности сотрудников	%	38%	58%	68%	78%
Повышение уровня лояльности сотрудников	%	38%	58%	68%	78%
Задача 3. Повышение профессиональных и общих компетенций ППС и сотрудников до стандартов стран ОЭСР					
Процент сотрудников, повысивших квалификационный уровень	%	30%	35	30	40
Повышение компетентности сотрудников в соответствии с профилем должности (с требуемым уровнем выраженности компетенции) / Коэффициент покрытия стратегических	%	30%	45%	65%	75%

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/ задачи/ мероприятия	Ед. измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
компетенций					
Задача 4. Внедрение оценки компетенций персонала на соответствие модели успешного сотрудника университета и переход к эффективному контракту					
Проведение оценки/ аттестации персонала	чел.	40	100	150	300
Разработка и внедрение эффективного контракта	шт.	0	10	30	50
Разработка и внедрение системы KPI для персонала	чел.	440	500	700	800
3.1 Стратегия управления ресурсами. Информационно-коммуникационное обеспечение					
Задача 1. Трансфер цифровых технологий в академической сфере через подготовку и переподготовку IT –специалистов					
Выбор цифровых технологий по ОП и внедрение нового программного обеспечения в учебный процесс в соответствии с требованиями работодателей. Повышение процента ИТ содержания ОП.	%	40%	45%	47%	50%
Использование on-line курсов в учебном процессе (для обучающихся с применением ДОТ)	%	100%	100%	100%	100%
Использование on-line курсов в учебном процессе (очное обучение ВА)	%	23%	30%	40%	50%
Размещение ЦУМКД ППС на сайте ВКГТУ	Кол-во на 1 ППС	1	2	3	4
Размещение MOOC курсов ППС на платформе MOODLE	Кол-во	1	5	13	23
Размещение MOOC курсов ППС на платформе Национальной Академии Наук Высшей Школы	Кол-во	0	1	5	12

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/ задачи/ мероприятия	Ед. измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
Казахстана (КазНУ им. аль-Фараби)					
Модернизация видеостудии	Кол-во		1	1	1
Задача 2 ИТ-инжиниринг, кооперация с отраслевыми ведомствами. Коммерциализация разработанных программных продуктов					
Предоставление вычислительных мощностей сторонним организациям	TFlops	0	0,3 TFlops	1 TFlops	1,5 TFlops
Выполнение услуг по 3D моделированию технологических объектов (промышленных предприятий региона)	Кол-во	2	5	7	10
Задача 3. Реорганизация ИТ-инфраструктуры университета, переход к сервис-ориентированной ИТ-архитектуре ВКГТУ					
Модернизация комплексной системы видеонаблюдения (замена IP камер)	Кол-во камер/ новых IP камер	126/87	146/136	160/160	200/200
Создание 3D моделей объектов университета и интеграция их с интеллектуальной системой видео наблюдения	Кол-во		3	3	2
Внедрение технологии «Умное предприятие» в корпусах университета	Кол-во		2	2	1
Задача 4. Модернизация серверного оборудования и сертификация серверной. Увеличение мощностей серверного оборудования до 3 TFlops					
Модернизация серверной и увеличение мощностей серверного оборудования	TFlops	0,68 TFlops	1,5 TFlops	3 TFlops	4,5 TFlops
Обновление компьютерного парка	Ед.	857	907	957	1007
Задача 5. Создание единой виртуальной образовательной, научно-инновационной, информационно-аналитической среды					

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/ задачи/ мероприятия	Ед. измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
университета					
Переход на технологию «тонкий клиент»	Кол-во комп. классов	0	2	4	6
Разработка контента для политехнического музея университета	Кол-во интерактивных объектов	2	6	10	15
Модернизация лекционных аудиторий (50-200 посадочных мест) (оснащение мультимедийным оборудованием)	Кол-во	3	4	5	6
Задача 6. Коммерциализация разработанных программных ресурсов в образование региона (ТИПО)					
Внедрение разработки «Цифровой колледж» в колледжи ВКО	Кол-во	1 (IT-колледж ВКГТУ)	14	38	42
Внедрение разработки «Цифровой университет» в вузы РК	Кол-во	2	3	4	5
Разработка системы Е-Мониторинг для Центра ТИПО	Ед.	нет	1	1	1
3.1 Стратегия управления ресурсами. Развитие социальной инфраструктуры					
Задача 1. Создание комфортных условий для учебы и работы (в том числе за счет дизайна помещений, разнообразных условий для неформального общения студентов, доступа интернета, ландшафтного дизайна и др.)					
Строительство социальных объектов: общежитие	Ед.	3	-	1	-
ФОК	Ед.	0	-	1	-
Летние спортивные площадки	Ед.	3	2	2	1
Домики в СОЛ «Простор»	Ед.	39	6	3	3

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/ задачи/ мероприятия	Ед. измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
Пристройка к общежитию для размещения фитнес зала, парикмахерской, столовой, медпункта, и.т.д	Ед.	-	-	1	-
Задача 2. Модернизация территории университета для их доступности людям с ограниченными возможностями здоровья					
Стратегические инициативы/ задачи/ мероприятия	Ед. измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
Строительство объектов для лиц с ограниченными возможностями здоровья (пандусы и.т.д)	Ед.	1	1	-	-
Задача 3. Внедрение эффективного управления пространством университета с целью привлекательности для всех заинтересованных лиц					
Разработка и внедрение концепции управления пространством университета в выделенных зонах вуза	Ед.	0	1	1	1
3.2. Стратегия коммуникации					
Задача 1. Своевременное и качественное информирование широкой общественности, профессиональных и деловых кругов, а также СМИ					
Сбор и утверждение информации об основных значимых мероприятиях университета, для формирования информационных поводов (Инф.П)	Кол-во качеств. инф. поводов (ИП)	Не менее 1ИП в 3 месяца	1 ИП в 2 месяца	1ИП 1 раз в месяц	1 ИП 1 раз в месяц
Работа с ключевыми спикерами, способными дать публичные комментарии для СМИ при реализации медиа плана	Кол-во полож. отзывы в СМИ	Не мен. 5	Не мен. 7	Не мен. 8	Не мен. 8
Ребрендинг и усовершенствование существующего сайта, реализация через сайт медиа плана	Кол-во активных посещений	500 посещ. в месяц	700 посещ. в месяц	1000 посещ. в месяц	1500 посещ в месяц

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/ задачи/ мероприятия	Ед. измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
Структурирование информационной подачи материалов в соц сетях	Кол-во публикаций	Не мен. 1 в неделю	Не мен. 2 в неделю	Не мен. 3 в неделю	Не мен. 3 в неделю
Задача 2. Развитие внутренних коммуникаций для поддержания лояльности сотрудников и студентов как «носителей ДНК бренда» по отношению к университету, для формирования его позитивной репутации					
Ребрендинг корпоративной газеты, создание электронной версии	Кол-во рубрик	10	12	13	15
Запуск работы телестудии, создание внутреннего сайта с форумом для сотрудников	Кол-во выпусков месяц	0	1	2	3
Задача 3. Позиционирование ВКГТУ как лидирующего игрока, надежного партнера на международном образовательном рынке, путем интеграции связей с общественностью в комплекс маркетинговых коммуникаций университета					
Участие в образовательных выставках	Кол-во	5	6	7	8
Задача 4. Конструирование позитивного имиджа руководства в сознании внешней и внутренней аудитории					
Реализация проектов по формированию позитивного имиджа руководства	Кол-во проектов	0	3	5	9
Задача 5. Формирование корпоративной культуры университета как одного из элементов его фирменного стиля					
Проведение корпоративных мероприятий	Кол-во	1	4	6	6
СИ 4. Продвижение бренда университета на международном образовательном пространстве					
4.1 Стратегия продвижения университета в рейтингах					
Задача 1. Формирование корпоративного понимания важности участия в рейтингах					
Усиление позиций университета в рейтинге QS ЕЕСА	позиция	142	130	120	100
Вхождение в рейтинг QS WUR	позиция	-	1000 +	800+	700+
Создание работающей базы данных академических экспертов	Кол-во экспертов	100	125	150	200

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/ задачи/ мероприятия	Ед. измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
Увеличение веса показателя «Академическая репутация»	Балл (по QS)	29	30	32	34
Создание работающей базы данных работодателей	Кол-во работодателей	74	100	120	150
Увеличение веса показателя «Репутация среди работодателей»	Балл (согл. системе оценки QS)	25.8	29	34	38
Задача 2. Выработка принципов глобального продвижения университета, основанных на трендах современных мировых рейтингов					
Увеличение количества публикаций в изданиях базы данных Scopus	Кол-во публикаций	60	70	80	90
Увеличение количества цитирований публикаций сотрудников университета	Балл / кол-во цитирований	- / 23	2 / 50	4 / 100	5 / 150
Увеличение веса показателя Иностранцы студенты	балл / кол-во студентов	2,8 / 24	7 / 100	12 / 120	15 / 150
Увеличение веса показателя Иностранцы сотрудники	Балл / кол-во человек	8,8 / 4	10 / 15	12 / 20	15 / 30
Улучшение внешнего профиля университета на английском языке	%	50	70	85	100
СИ 5. Трансформация университета в инновационно- предпринимательский вуз					
5.1 Стратегия коммерциализации и предпринимательства					
Задача 1. Формирование новой парадигмы управления предпринимательским вузом					
Обучение топ-менеджмента по программе MBA «Менеджмент в научно-образовательной сфере»	Кол-во сотрудников	-	10	10	-
Задача 2 Формирование пула талантливых,					

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/ задачи/ мероприятия	Ед. измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
квалифицированных, ориентированных на предпринимательство студентов, ППС и сотрудников университета					
Диверсификация ОП бакалавриата с бизнес компетенциями	Кол-во курсов	2	3	4	5
Развитие ППС и сотрудников по модели «Преподаватель предпринимательского Университета»	Кол-во ППС	14	31	48	65
Задача 3 Создание инновационной инфраструктуры и экосистемы инновационного предпринимательства с учетом требований бизнеса и государства					
Наличие структурных подразделений, которые поддерживают развитие университетского предпринимательства	Кол-во подразделений	3	4	5	5
Подготовка и реализация проектов через Start-up Академию	Кол-во бизнес проектов	-	5	7	10
Задача 4. Формирование и внедрение интегрированной предпринимательской культуры					
Увеличение количества приоритетных бизнес-направлений вуза	Кол-во бизнес-проектов	-	8	10	12
Увеличение количества бизнес-проектов регионального социального значения	Кол-во бизнес-проектов	-	2	5	7
Задача 5. Построение деловой сети выпускников для реализации региональных, страновых и глобальных инициатив. Разработка и реализация механизма развития молодежного предпринимательства					
Дополнительное образование (включая бизнес образование) для представителей производства, гос.менеджмента и бизнеса	Кол-во курсов, в т.ч. онлайн	1	5	10	15

Программа стратегического развития ВКГТУ им. Д.Серикбаева на 2018-2021 годы

Стратегические инициативы/ задачи/ мероприятия	Ед. измерения	Ключевые показатели эффективности (KPI)			
		Текущее состояние	2018/19	2019/20	2020/21
5.2 Стратегия корпоративного управления					
Задача 1 Усиление рыночного подхода в управлении университетом в целях внедрения экономической эффективности образовательных программ.					
Разработка и внедрение процедуры экономической эффективности образовательных программ	Кол-во факультетов/школ	0	1	2	3
Задача.2 Диверсификация финансирования для обеспечения финансовой устойчивости университета, создание эндаумент фонда вуза					
Создать эндаумент- фонд вуза при получении автономии	Ед.	-	-	1	-
Задача 3 Поиск путей повышения финансовой устойчивости университета					
Задача 4 Эффективное управление рисками и управление изменениями					
Обеспечить минимизацию управленческих расходов	%	14	10	9	8
Обеспечение прибыли от деятельности университета, от общего дохода	%	0,11	0,09	0,09	0,11
Обеспечение внебюджетных средств, от общего дохода	%	40	32	35	37

