

ДОРОЖНАЯ КАРТА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА

№	СТРАТЕГИЯ	ОБЩИЙ РЕГЛАМЕНТ	ЦЕЛЬ	ПРИОРИТЕТЫ	РИСКИ	СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЛИНИЯ, ОЦЕНОЧНЫЕ КРИТЕРИИ
1	Развитие отраслевого и академического партнерства в сфере образования	Стратегия направлена на развитие партнерских отношений с национальными и международными образовательными и научными организациями, стратегия развития нового рынка образовательных ресурсов и услуг (образовательные технологии (EdTech))	Создание открытой образовательной среды, в которой образовательные организации и научные учреждения, могут эффективно взаимодействовать в рамках компетентностной подготовки высококвалифицированных специалистов в области сельского и лесного хозяйства	1.Создание современного образовательного контекста, эволюция онлайн-образования 2. Расширение международного сотрудничества между партнерами университетов в сфере высшего образования	1. Отсутствие мотивации и / или эпизодическое участие партнеров 2. Ограниченные коммуникационные ресурсы (языковой барьер) 3. Экономические, политические, социальные и другие нормативные акты в международной и академической среде	Механизм взаимодействия: 1. Интеграция на международном уровне высококвалифицированных научно-педагогических кадров сельского и лесного хозяйства 2. Создание устойчивых партнерских отношений с образовательными организациями и научными учреждениями 3. Повышение квалификации профессорско-преподавательского состава, предоставляющего образовательные программы по методике CLIL и EMI, а также в области информационно-коммуникационных технологий 4. Разработка и реализация образовательных программ в области сельского и лесного хозяйства в сотрудничестве с представителями работодателей, научными и образовательными организациями России, Казахстана, Монголии, Великобритании, Греции и Германии 5. Внедрение модульного принципа при реализации образовательных программ 6. Информационная поддержка

«Интернационализация магистерских программ в сфере сельского хозяйства через преподавание на английском языке»

№	СТРАТЕГИЯ	ОБЩИЙ РЕГЛАМЕНТ	ЦЕЛЬ	ПРИОРИТЕТЫ	РИСКИ	СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЛИНИЯ, ОЦЕНОЧНЫЕ КРИТЕРИИ
						<p>Оценочные критерии:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Количество и эффективность взаимодействия между партнерами по проекту 2. Количество и качество совместно разработанных курсов, электронных ресурсов 3. Количество и результативность тренингов и воркшопов по методологии (CLIL, EMI и пр.) 4. Количество и результативность встреч рабочих групп 5. Число участников семинаров и тренингов по новым методическим подходам к преподаванию CLIL, EMI и пр.) 6. Количество академического персонала, участвующих в мероприятиях проекта 7. Число разработанных курсов, включенных в магистерские программы. 8. Устойчивость результатов проекта и долгосрочное сотрудничество между партнерами 9. "Удобство использования" сервиса для онлайн-обмена информацией. 10. Число пользователей онлайн-платформой и общими информационными ресурсами

«Интернационализация магистерских программ в сфере сельского хозяйства через преподавание на английском языке»

№	СТРАТЕГИЯ	ОБЩИЙ РЕГЛАМЕНТ	ЦЕЛЬ	ПРИОРИТЕТЫ	РИСКИ	СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЛИНИЯ, ОЦЕНОЧНЫЕ КРИТЕРИИ
2	Качество продукта	Стратегия повышения качества образовательных услуг направлена на обеспечение конкурентоспособного содержания образовательных программ за счет реализации образовательных стандартов на основе компетентностного подхода, обеспечения высокого уровня информатизации образовательного процесса, создания высококачественного учебно-методического сопровождения обучения, внедрения прогрессивных информационных и образовательных технологий, разработки системы менеджмента качества оказания образовательных услуг	Разработка устойчивых и конкурентоспособных образовательных продуктов, предоставление высококачественных образовательных услуг в соответствии с предъявляемыми требованиями	1. Непрерывное повышение качества образовательных продуктов в конкурентной и динамичной среде 2. Сотрудничество с институциональными партнерами в целях обновления и передачи знаний 3. Повышение качества методического, информационного и кадрового обеспечения образовательной деятельности	1. Определение технического потенциала при выборе онлайн-платформ для реализации магистерских программ между странами-партнерами 2. Возможность модификации участниками проекта нормативной документации регламентирующую разработку и реализацию магистерских программ	Стратегическая линия 1. Наличие документированной внутренней системы гарантии качества, обеспечивающей непрерывное совершенствование качества в соответствии со стратегиями развития образовательных организаций 2. Разработка образовательных программ с учетом требований профессиональных стандартов, рынка труда, дескрипторов Национальной рамки квалификаций 3. Оценка качества содержания образовательных программ, академической квалификации преподавателей, методов и технологий обучения, используемых инструментов обучения 4. Установление эффективных партнерских отношений с потребителями конечного продукта (представители работодателей, профессиональных ассоциаций) 5. Разработка информационных систем через удобную для пользователя платформу электронного обучения Moodle 6. Использование процедур независимой оценки результатов обучения

«Интернационализация магистерских программ в сфере сельского хозяйства через преподавание на английском языке»

№	СТРАТЕГИЯ	ОБЩИЙ РЕГЛАМЕНТ	ЦЕЛЬ	ПРИОРИТЕТЫ	РИСКИ	СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЛИНИЯ, ОЦЕНОЧНЫЕ КРИТЕРИИ
						<p>Оценочные критерии:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Масштаб спроса на рынке образовательных услуг и удовлетворенность получателей предоставленными образовательными услугами. 2. Число студентов на новых магистерских программах. 3. Внутренняя и внешняя экспертиза с помощью анкетирования, интервью, экспертных заключений и т.д.: 4. Количество и качество отзывов о курсах от всех ключевых партнеров по проекту 5. Количество и качество отзывов о курсах от студентов- участников программ 6. Отчеты институциональных и меж-институциональных рабочих групп о результатах внутренней и межвузовской оценки качества разработанных учебных курсов и программ
3	Продвижение	Стратегия продвижения образовательного продукта направлена на оптимизацию процесса предоставления услуги и установление	Обеспечить устойчивый спрос на образовательные программы высшего образования в	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработать комплекс мер и мероприятий по формированию стабильного спроса 2. Разработка инновационного дизайна форм 	1. Снижение рыночного спроса (недостаточная платежеспособность потребителя, консьюмерсервативный подход)	<p>Механизмы продвижения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Целенаправленный поиск потенциальных потребителей в различных сегментах рынка (реклама для стимулирования спроса, публикация объективных сведений о трудоустройстве и востребованности выпускников)

«Интернационализация магистерских программ в сфере сельского хозяйства через преподавание на английском языке»

№	СТРАТЕГИЯ	ОБЩИЙ РЕГЛАМЕНТ	ЦЕЛЬ	ПРИОРИТЕТЫ	РИСКИ	СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЛИНИЯ, ОЦЕНОЧНЫЕ КРИТЕРИИ
		сервисной, коммуникационной политики	сфере сельского и лесного хозяйства	продвижения и предоставления услуг	2. Отрицательная обратная связь в случае недобросовестной конкуренции	<p>2. Клиент-ориентированная коммуникация (маркетинговая персонализация: использование различных каналов коммуникации, доступность веб-сайтов организаций)</p> <p>3. Поддержание конкурентоспособности за счет высокого качества обслуживания (соответствие образовательного продукта современным вызовам, профессиональная репутация преподавателей, использование технологических инноваций, ценностные предложения)</p> <p>4. Проектирование обучения и тематического планирования для конкретной целевой аудитории с сохранением узнаваемости образовательного продукта</p> <p>5. Мониторинг рисков и корректировка технологий продвижения продукции</p> <p>Оценочные критерии:</p> <p>1. "Репутация" (общественное мнение):</p> <ul style="list-style-type: none"> - число отзывов в социальных сетях - адекватность профессионального уровня преподавателей <p>2. Наличие образовательного продукта и его видимость на рынке с растущей тенденцией к качеству</p>

«Интернационализация магистерских программ в сфере сельского хозяйства через преподавание на английском языке»

№	СТРАТЕГИЯ	ОБЩИЙ РЕГЛАМЕНТ	ЦЕЛЬ	ПРИОРИТЕТЫ	РИСКИ	СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЛИНИЯ, ОЦЕНОЧНЫЕ КРИТЕРИИ
						<p>3. Конкурс при поступлении на разработанные/модернизированные программы (количество человек на место)</p> <p>4. Количество студентов из других вузов\стран, поступивших на модернизированные программы</p> <p>5. Экономическая эффективность (включая способность к устойчивому развитию)</p> <p>6. Количество студентов, поступивших на модернизированные программы на платной основе</p>
4	Распространение	Стратегия распространения образовательных услуг по программам высшего образования в сфере сельского и лесного хозяйства	Обеспечение эффективного принятия стратегических решений в области профессиональной подготовки кадров в сфере сельского и лесного хозяйства	<p>1. Распространение магистерских программ в сфере сельского и лесного хозяйства</p> <p>2. Облегчение взаимоотношений между целевыми группами - другими партнерами проекта, университетами, представителями работодателей, профессиональных ассоциаций</p>	<p>1. Экономические, политические, социальные факторы в международной и академической среде</p> <p>2. Внешняя конкурентоспособность</p>	<p>Механизмы распространения информации:</p> <p>1. Управление качеством подготовки кадров</p> <p>2. Установление эффективных партнерских отношений с целевой аудиторией (представителями работодателей, профессиональными ассоциациями)</p> <p>3. Постоянный мониторинг спроса, управление образовательными программами и их обновление</p> <p>4. Регулярное обновление форм организации учебного процесса</p> <p>Оценочные критерии:</p> <p>1. Расширение географии потребителей образовательных ресурсов:</p>

№	СТРАТЕГИЯ	ОБЩИЙ РЕГЛАМЕНТ	ЦЕЛЬ	ПРИОРИТЕТЫ	РИСКИ	СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЛИНИЯ, ОЦЕНОЧНЫЕ КРИТЕРИИ
						<ul style="list-style-type: none"> - количество заинтересованных индустриальных партнеров в реализации модернизированной программы - разнообразие географии студентов, поступивших на модернизированные образовательные программы 2. Внедрение новых каналов коммуникации с целевой аудиторией: - наличие онлайн образовательных ресурсов по модернизированным программам (количество онлайн курсов, доступность для студентов, наличие, количество и доступность онлайн и других учебных ресурсов)
5	Устойчивость проекта	Стратегия обеспечения устойчивости образовательного продукта напрямую связана с постоянным повышением качества образовательных услуг, удовлетворением потребностей обучающихся, представителей работодателей,	Стратегия обеспечения устойчивости образовательного продукта напрямую связана с постоянным повышением качества обслуживания, удовлетворением запросов обучающихся, представителей работодателей,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мониторинг прогресса в удовлетворении потребностей потребителей 2. Поддержание взаимовыгодных отношений между участниками проекта 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкие цифровые навыки 2. Отсутствие мотивации и саморегуляции 3. Недобросовестная внешняя конкуренция (демпинг и др.) 4. Комплексная техническая поддержка 5. Изменения в законодательстве: 	<p>Механизмы устойчивого развития:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Постоянная, непрерывная обратная связь с обучающимися и представителями работодателей, профессиональными ассоциациями 2. Конкурентная ценовая стратегия и высокое качество программ 3. Адаптация лучших практик (образовательные ресурсы и их комбинации, дизайн контента) 4. Применение технологических тенденций обучения (формы, методы, инструменты)

«Интернационализация магистерских программ в сфере сельского хозяйства через преподавание на английском языке»

№	СТРАТЕГИЯ	ОБЩИЙ РЕГЛАМЕНТ	ЦЕЛЬ	ПРИОРИТЕТЫ	РИСКИ	СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЛИНИЯ, ОЦЕНОЧНЫЕ КРИТЕРИИ
		<p>профессиональных ассоциаций</p>	<p>профессиональных ассоциаций на основе новых решений и нестандартных подходов</p>		<p>разработка новых государственных услуг, нормативно-правовое обеспечение онлайн-обучения, разработка комплексной системы оценки качества образовательных программ</p>	<p>5. Продвижение продукции (таргетированная реклама, эффективное администрирование)</p> <p>Оценочные критерии:</p> <p>1.Повышение спроса на образовательные услуги - конкурс на место и количество поступивших студентов в сравнении с предыдущими годами (в динамике)</p> <p>2. Заинтересованность представителей работодателей в выпускниках: - количество студентов, трудоустроенных в по специальности</p>