Министерство образования и науки РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования

«Тверской государственный университет»

Факультет управления и социологии

Направление «Менеджмент»

Кафедра менеджмента

**Анализ формирования ожиданий абитуриентов при выборе вуза**

Курсовая работа по дисциплине:

«Институционная экономика»

|  |
| --- |
| Автор: |
| Мукосеева Надежда Львовна |
| 1 курс (Заочное отделение)  101 группа |

|  |
| --- |
| Научный руководитель:  Генг Варвара Антоновна |

Тверь 2016СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ ……………………………………………………………………

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ …………………………………………………………

ГЛАВА 1. Профессиональный выбор, его влияние на учащихся старших классов ………………………………………………………………………....

ГЛАВА 2. Выбор вуза. Источники при выборе вуза …………………….

ГЛАВА 3. Расходы на образовательные услуги ………………………….

ГЛАВА 4. Причины получения высшего профессионального образования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ……………………………………………………………….

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ …………………………

ПРИЛОЖЕНИЕ ……………………………………………………………….

**Введение**

Чтобы считаться грамотным человеком, достаточно получить образование в средней школе, но этот уровень и объем знаний недостаточен для того, чтобы считаться высококлассным специалистом. Окончив вуз можно смело заявлять, что знаете теорию своей профессиональной деятельности и можете считать себя высококлассным специалистом.

При изучении выбора профессии появляются изменения в мировоззрении и появляются новые перспективы получения высшего образования.

Высшее образование – это ступенька в жизни, благодаря которой человек достигает дальнейшего роста и самосовершенствования. Образованность сегодня в большой цене!

Актуальность темы заключается в том, что абитуриент после школы, выбирая подходящий вуз, меняет свое мировоззрение, поведение и взгляд на дальнейшую жизнь.

Кто-то выбирает себе вуз и идет туда осознанно, желая получить определенную профессию и чего-то большего добиться в жизни, а кто-то идет, не задумываясь о том, насколько действительно ему это нужно и важно. Но всех объединяет, в этом случает одно – выбор вуза. Когда будущий студент выбирает вуз, он взвешивает все «за» и «против», а вузы в свое время пытаются заполучить большее количество абитуриентов, изучая все тенденции, связные с мотивацией абитуриентов, предлагают новые формы и методики обучения.

Целью курсовой работы является анализ формирования ожиданий абитуриентов при выборе вуза. В соответствии с данной целью в работе поставлены следующие основные задачи:

* Выявить предпочтения старшеклассников;
* Исследовать особенности мотивации выбора профессии старшеклассников;
* Изучить рейтинги популярности ВУЗОВ;
* Проанализировать факты, определяющие ожидание абитуриентов;
* Обработать результаты исследования.

Курсовая работа состоит из введения, основной части, заключения и списка используемых источников. Во введении изложены актуальность темы, цель курсовой работы и ее основные задачи. В основной части проведены исследования формирования ожиданий абитуриентов при выборе вуза. В заключении сделаны выводы исследований.

**ГЛАВА 1. Профессиональный выбор,**

**Его влияние на учащихся старших классов.**

Профессиональный выбор, как правило, сложный и длинный процесс, охватывающий значительный период жизни. Его эффективность определяется степенью согласованности психологических возможностей человека с содержанием и требованиями профессиональной деятельности.

При выборе профессии человек моделирует свое будущее. Личностное самоопределение человека происходит на основе освоения общественно выработанных представлений об идеалах, нормах поведения и деятельности.

Актуальность проблем, связанных с различными аспектами формирования и развития профессиональной направленности личности старшеклассника очевидны. Прежде всего, эти проблемы ассоциируются с тем, что именно этот возрастной период является решающим в будущем профессиональном самоопределении учащихся старшей школы, и как следствие – успехом их дальнейшей социализации.

При выборе профессии нужно учитывать свои личные интересы, оценивать собственные способности и проанализировать соответствие своих личностных качеств с теми качествами, наличия которых требует выбранная профессия. И главное, изучить возможные жизненные перспективы, которая даст та или иная профессия.

Как показывают данные, социологических исследований, большинство будущих студентов отмечают собственный интерес к данной теме. Исследование так же показывает определенную инертность профессионального выбора современных старшеклассников. (см. таблица 1)

|  |  |
| --- | --- |
| **Профессии** | **Доля, %** |
| Менеджер, руководитель, управленец | 13 |
| Медик, фармацевт | 12 |
| Экономист, финансист | 12 |
| Юрист, судья, прокурор | 10 |
| Журналист (пиар, реклама) | 8 |
| Инженер | 7 |
| Архитектор, дизайнер | 7 |
| Программист | 5 |
| Творческие профессии | 5 |
| Психолог, социолог | 5 |
| Филолог, лингвист, переводчик | 4 |
| Биолог, эколог, химик | 3 |
| Сервис и туризм | 2 |
| Военный | 2 |
| Спортсмен | 1 |

*Таблица 1. Профессии, выбираемые старшеклассниками*

Сегодня молодые люди оказались, возможно, в более сложной ситуации, чем их сверстники в середине и конце прошлого века. Насыщенность информационного пространства, характерная для современного общества, с одной стороны, конечно, расширяет возможности для выбора, но, с другой стороны, внедряет в сознание еще не совсем взрослых людей, легко поддающихся влиянию, искусственные образы успешной жизни, красивой, легкой и оттого такой желаемой.

В целом представление о будущем у старшеклассников часто размыты, как размыт и их профессиональный выбор. Многие молодые люди называли своей будущей профессией «профессию» руководителя, менеджера, что означает лишь должностной функционал. Таким образом, СМИ – это одна из сфер, которая сегодня очень сильно влияет на выбор молодыми людьми профессии, и это воздействие нельзя назвать пока позитивным. Кроме СМИ существуют и другие факторы, под влиянием которых происходит профессиональный выбор. (см. схема 1)

Ранок труда

Система высшего образования

Учителя, школа

СМИ

Мнение сверстников

Родители, семья

*Схема 1. Факторы, влияющие на выбор профессии старшеклассниками.*

*(жирные линии – наиболее сильное влияние, тонкие линии – незначительное влияние, пунктирные линии – очень слабое влияние)*

**ГЛАВА 2. Выбор вуза. Источники при выборе вуза.**

В большинстве случаев к последнему звонку современные старшеклассники подходят с точным ответом на вопрос, что делать дальше. И если в окончательном выборе вуза многие сомневаются до последнего момента, то будущая специальность почти всегда известна заранее.

Сегодня разрешается подавать документы сразу в несколько вузов. Для будущих студентов это несомненно выгодно: увеличивается вероятность поступить в один из вузов. Но не стоит забывать, что подготовка к поступлению в нескольких вузах займет гораздо больше времени и сил, чем в один.

Во многих высших учебных заведениях существуют предварительные творческие конкурсы, на такие специальности, как журналистика, литературное и художественное творчество, режиссерское и операторское мастерство, дизайн, архитектура и другие. Приняв участие в подобном конкурсе, у будущих студентов, увеличивается шанс на прибавление баллов к основным экзаменам.

Если старшеклассник выбирает вуз в другом городе, то немаловажным фактором для него является предоставление общежития на время обучения.

Так же не каждая семья может позволить себе высокооплачиваемый вуз, а в государственном университете можно поступить на бюджетное отделение. Таким же образом многие негосударственные вузы пытаются заманить студентов к себе, написав объявления о бюджетном отделении, которое чаще всего оказывается обманчивым. Несмотря на то, что некоторые коммерческие высшие учебные заведения предлагают действительно высококлассное образование, на рынке труда продолжает существовать дискриминация их выпускников.

Среди критериев выбора вуза, как показывают исследования, является фактор качества образования, за ним следуют наличие интересующих специальностей, перспективы трудоустройства, положительные отзывы родных и знакомых. На пятом по значимости месте находится фактор стоимости обучения. Заметим, что с годами этот фактор отодвигается все дальше по значимости, уступая место содержанию и качеству учебного процесса (см. таблица 3).

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерий вуза** | **Оценка по восьми бальной шкале** |
| Качество образования | 6,8 |
| Наличие интересующих специальностей | 6,5 |
| Перспективы трудоустройства | 6,4 |
| Положительные отзывы знакомых | 5,9 |
| Стоимость обучения | 5,4 |
| Наличие военной кафедры | 5,2 |
| Рейтинг вуза | 5,0 |
| Сложность вступительных испытаний | 4,3 |
| Близость к месту жительства | 3,7 |

*Таблица 2. Критерии выбора вуза.*

Таким образом, если на первом по значимости месте оказываются факторы, непосредственно связанные с будущим абитуриента (качество образования, перспективы трудоустройства, подходящая специальность), то на втором - ориентированные на удобство обучения (стоимость, сложность вступительных испытаний, местоположение вуза).

В последнее время, уменьшается значимость таких факторов, как наличие военной кафедры (собственно, вузов, в которых она осталась, не так много), близость к месту жительства. Наоборот, возрастает роль связей вуза с иностранными университетами, а также зависимость от количества изучаемых иностранных языков.

Среди источников информации при выборе вуза лидирует интернет. (см. таблица 3)

|  |  |
| --- | --- |
| **Источник** | **%** |
| Интернет | 82 |
| Образовательные выставки | 55 |
| Советы знакомых | 50 |
| Справочные издания | 43 |
| Собственный опыт | 9 |

*Таблица 3. Источники при выборе вуза.*

**ГЛАВА 3. Расходы на образовательные услуги.**

В последние годы наметились тенденции преодоления межнаучных барьеров и формирования новой сферы научного исследования – общей теории образования, с целью – разработать целостную картину функционирования развития образования в качестве относительно самостоятельной подсистемы общества.

В рыночной экономике образование (и в частности профессиональное) рассматривается как отрасль хозяйства, производящая нематериальные блага, а именно образовательные услуги.

Превращение образовательных услуг в товар, формирование рынка этих услуг, коммерциализация сферы образования в сочетании со старыми стереотипами мышления породили много новых проблем. Одной из наиболее сложных для решения по ряду причин является проблема ценообразования. Ранее вопрос о цене образовательной услуги для населения и организаций страны практически не существовал. По сути дела и продавцом, и покупателем образовательных услуг был один и тот же субъект - государство в лице органов управления сферой образования. Именно это обстоятельство и заслоняло проблемы ценообразования и исключало саму возможность взаимодействия продавцов и покупателей по этому вопросу.

В рыночной экономике приемлемая цена продажи определяется под углом зрения тех преимуществ, которые предоставляются потребителю, получающему в свое распоряжения продукт. В связи с этим в экономике образования должны быть рассмотрены следующие проблемы.

Во-первых, необходимо решить вопрос о том, что понимать под единицей товара, для которой будет определяться цена. Это может быть стоимость подготовки одного специалиста по стандартной программе, стоимость подготовки специалиста по индивидуальной программе, стоимость отдельных курсов в составе обязательной программы и т.п.

Во-вторых, поскольку сложившаяся система учет затрат не удовлетворяет современным требованиям, необходимо разработать методику учета и калькуляцию затрат по статьям, которые бы отражали наиболее существенные их элементы.

В-третьих, разработать методику определения цены, которая позволяла бы учитывать и факторы рыночного характера. Среди них такие, как перспективы трудоустройства; будущий доход, период старения знаний, длительность обучения; период адаптации специалиста на производстве; период раскрытия образовательного потенциала; пропорции, в которых делятся дополнительные выгоды от полученного образования между человеком, организацией и обществом.

**ГЛАВА 4. Причины получения**

**высшего профессионального образования**

Поступать в ВУЗ или нет? Этот вопрос волнует многих выпускников. Какие перспективы ожидают выпускников институтов и университетов?

**Результаты опроса**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Зачем, по вашему мнению, люди стремятся получить высшее образование?**   |  |  | | --- | --- | | 1. Это отсрочка, освобождение от армии………………….. | 3.3 % | | 1. Это возможность самореализации……………………….. | 25.8 % | | 1. Для самообразования и эрудиции……………………...… | 9.0 % | | 1. Это престижно………………………………………………. | 3.8 % | | 1. Это возможность хорошо зарабатывать в будущем…….. | 46.7 % | | 1. Жизнь заставляет…………………………………………… | 10.6 % | | 1. Затрудняюсь ответить……………………………………… | 0.8 % | |

Среди причин, повышающих значимость высшего образования, в первую очередь следует отметить возможность трудоустройства. При этом речь идет не только о получении высокооплачиваемой престижной работы. В наши дни молодые люди понимают, что на рынке труда без опыта и знаний им будет непросто найти работу и любое конкурентное преимущество при поиске вакансии будет очень кстати. При этом большинство востребованных специальностей можно получить только в высшем учебном заведении. Если выпускник хочет стать юристом, врачом, IT-специалистом, получить инженерную специальность – поступление в вуз для него будет обязательным.

Многие выпускники связывают наличие высшего образования с возможностью достойным образом обеспечить себя и свою семью.

Получение высшего образования с целью самореализации – причина для тех выпускников, которые уже определились со своими интересами и предпочтениями и уверены в выборе специальности. Но в большинстве случаев этот выбор достаточно сложен и сразу после школы сделать его удается не многим.

Далеко не все выпускники ставят перед собой определенные практические цели. Среди современных молодых людей немало и таких, кто хочет расширить свой кругозор и получить новые знания. Для них необходимость получения высшего образования заключается в самом образовании. В этом случае полученная специальность нередко не находит практического применения, но при этом способствует повышению самооценки, что для современного человека также очень важно.

Также среди причин поступления в ВУЗ выпускники отмечают престиж, необходимость угодить родителям, возможность не служить в армии. Многих привлекает студенческая жизнь как таковая: расширение круга знакомств, возможность повеселиться, а также удачно выйти замуж.

В наши дни выпускники могут выбирать не только любой из отечественных ВУЗов, но и престижные зарубежные высшие учебные заведения. Широкие возможности выбора ВУЗа также повышают популярность высшего образования.

**Заключение**

В ходе написания данной курсовой работы было проведено маркетинговое исследование рынка образовательных услуг с целью определения формирования ожиданий абитуриентов при выборе вуза.

По итогам данного исследования были сделаны следующие выводы:

* Существует очень высокий спрос на высшее образование: 94,7% опрашиваемых планирует поступать в высшие учебные заведения;
* Главной причиной получения высшего образования респонденты считают его необходимость в жизни;
* Важнейшими критериями при выборе ВУЗа были названы: интересная специальность, возможность бесплатного обучения, наличие государственной аккредитации у Вуза;
* Интернет, справочники для поступающих в ВУЗы, Дни открытых дверей – наиболее популярные источники информации для абитуриентов,
* В связи с уменьшением количества бюджетных мест и некоторым увеличением доходов семей 57,3% респондентов при неудачном поступлении на бюджетное отделение, будут обучаться платно;
* При выборе ВУЗа абитуриенты в большинстве своем опираются на собственное решение и мнение родителей;
* Большинство респондентов хотели бы обучаться в таких областях знаний, как менеджмент, экономика, информатика, юриспруденция, несмотря на то, что в настоящее время наблюдается избыток в данных специалистах.

Таким образом, данная работа наглядно иллюстрирует текущее состояние информационного обеспечения абитуриентов, критерии выбора учебного заведения, определяет степень влияния различных факторов на выпускников школ и многие другие показатели, рассмотренные в данном исследовании.

**Список используемых источников.**

1. Ансофф, И. Стратегический менеджмент / И. Ансофф. - М. : ИНФРА-М, 2000;
2. Ассель, Г. Маркетинг и стратегия / Г. Ассель. - М. : ИНФРА-М, 1999;
3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Официальное издание - М. : Юридическая литература, 2009;
4. Шумпетер, Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. - М. : Прогресс, 1982;
5. . Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебное пособие / О. М. Хотяшева. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2006;
6. Поисковые системы Yandex и Google.

**ПРИЛОЖЕНИЕ**