



Европейски социален фонд

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
Проект № BG051PO001-3.1.08-0010
«Ключ към качеството»



Европейски съюз

Качеството на обучение, преподаване, администриране и представянето им чрез комуникационна стратегия на СУ “Св. Климент Охридски”

Проф. д.ф.н. Иванка Мавродиева

Научно-приложна конференция
«Качество на управление във висшите училища»
7 – 8 ноември 2014 г., Боровец

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа
на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси”,
съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз
„Инвестира във вашето бъдеще!”

Резултати от интервюта с деканите на факултети в СУ “Св. Климент Охридски”

- Интервютата с 22 души
- 16 от интервютата се проведеха чрез аудиозаписи.
- 1 е попълнено и изпратено в писмен вид чрез електронна поща.
- 60 - общият обем на страниците на интервютата.
- Всички участници се включиха с готовност и предоставиха обстойна и точна информация.
- Всички аудио записи са съхранени и са свалени отговорите от тях в текстова форма.



Резултати от интервюта с деканите на факултети в СУ “Св. Климент Охридски”

- Биологически факултет – проф. д-р Мариела Оджакова – декан и зам.-декани: проф. д-р Христо Гагов, доц. д-р Стоян Шишков и доц. д-р Пламен Митов
- Богословски факултет – доц. д-р Александър Омарчевски – декан и проф. д-р Божидар Андонов – зам.декан
- Геолого-географски факултет – доц. д-р Марин Иванова – декан
- Исторически факултет – проф. д-р Красимира Табакова – зам.-декан
- Медицински факултет – проф. дн Върбан Ганев – зам.-декан
- Стопански факултет – доц. д-р Теодор Седларски – зам.-декан
- Факултет за начална и предучилищна педагогика – проф. д-р Димитър Гюров – декан
- Факултет по класически и нови филологии – доц. д-р Галина Русинова – зам.-декан
- Факултет по журналистика и масова комуникация – доц. д-р Теодора Петрова – декан, доц. д-р Лилия Райчева – бивш зам.-декан и доц. д-р Чавдар Христов – заместник-декан
- Факултет по математика и информатика – доц. д-р Велинова декан и проф. д-р Нишева – зам.-декан
- Факултет по педагогика – доц. д-р Бончо Господинов – декан
- Факултет по славянски филологии – проф. дн - декан и доц. д-р Владимир Жобов – зам.-декан
- Факултет по химия и фармация – доц. д-р Кръстана Маринова – зам.-декан
- Физически факултет – проф. дфн Иван Дрейшу – декан
- Философски факултет – проф. дфн Оля Харизанова – зам.-декан
- Юридически факултет – проф. д-р Сашо Пенев – декан
- НИС – Софийски университет – Божил Добрев



Научни продукти в “Св. Климент Охридски”

Отговорите от 16 факултета могат да се обединят в няколко групи :

- За научни продукти, които са резултат от специално организирана научно-изследователска дейност от отделните факултети може да се говори на равнище факултет, факултети и СУ.
- Използва се терминът „научно-приложни“ продукти.



Научни продукти в “Св. Климент Охридски”

Опити за дефиниции и синоними:

- Научният продукт невинаги е материален, много изследвания, които се правят от преподаватели и учени, директно и индиректно засягат работата в отделни институции.
- Научните публикации в електронните списания или отпечатаните на хартия са на свободен достъп, т.е. те са достояние на широк кръг читатели извън университетските среди.

Другите термини са:

- модели и концепции
- експертни оценки
- консултантски услуги.



Европейски социален фонд

Проект № BG051PO001-3.1.08-0010

“Ключ към качеството”



Европейски съюз

Научни продукти в “Св. Климент Охридски”

Опити за дефиниране на научен продукт

- Някои научни продукти се огласяват в статии и се цитират в научни публикации и реномирани научни списания след това, без обаче да стигат до практиката.
- Други научни продукти са основа за следващи изследвания и влизат в някои от следващите проекти.
- Третата група научни продукти са тези, които могат да се използват от бизнеса, в различни области на индустрията, от общините.



Научни продукти в “Св. Климент Охридски”

- Изведени са следните интересни позиции:
- Ако няма сериозна научна подготовка и научна продукция от колегите, те не биха били подготвени като експерти в отделните области, в това число и областта на законодателството, даване на съвети по тълкувателни решения, експертни оценки.

-



Европейски социален фонд

Проект № BG051PO001-3.1.08-0010

“Ключ към качеството”



Европейски съюз

Предложения за централизирани звена в СУ

- Звеното да работи за:
- за оформяне на патенти
- за популяризиране и разпространение на резултатите от научната работа (не само в научни публикации, а и сред широката публика)
- за превръщане научните резултати в пазарни продукти,
- за връзка с предприятия, които биха били заинтересовани от научните резултати



Предложения за звена в СУ

- Маркетолози и специалисти по уеб маркетинг
- Да се промотират постиженията на СУ
- Образователен маркетинг
- Комуникационна кампания
- Координация между Информационен център и факултети



Европейски социален фонд

Проект № BG051PO001-3.1.08-0010

“Ключ към качеството“



Европейски съюз

Студентите и качеството на обучение в СУ “Св. Климент Охридски”

- Сред предимствата се очертават следните:
- Много добра и отлична базова теоретична подготовка, която получават студентите, което позволява по-бърза адаптация в различни сектори чрез обучение на базата на широкопрофилната подготовка.
- Работодателите ценят и практическата им подготвеност, почти всички специалности имат стажове, учебни практики, теренни практики, в някои факултети те са почти всяка учебна година и има наслагване на умения.



Студентите и качеството на обучение в СУ “Св. Климент Охридски”

- Добрата подготовка на част от преподавателите, високото качество на тяхната научна продукция, издаването на научни списания, както традиционно на хартия, така и на електронни списания.
- Преподавателите имат участия в международни конференции и екипи.
- Двустранни и многостранни научни колективи включват и български учени от СУ.
- Мотивираност и ангажираност в ученето от страна на студентите е другото предимство.



Резултати от интервюта с деканите на факултети в СУ “Св. Климент Охридски”

- Атестацията:
 - все още не се приема като ефективно действащ механизъм – като критерии и периодичност
 - не рефлектира върху оценката на преподавателите
 - няма възможност да повлияе върху заплащането
 - е и стимул за работа на тези преподаватели, които действително работят и допринасят за качеството на обучение във факултета и СУ. До голяма степен е формализирана.
- Няма ясни критерии за оценяване на научната продукция и преподаването на преподавателите.



Резултати от интервюта с деканите на факултети в СУ “Св. Климент Охридски”

- Алумни клуб като утвърдена практика в чуждестранни университети в Софийския университет все още не работи успешно.
- Събиране на данни и информация за реализацията на студентите и връзката университет – бизнес може успешно да става и през този формат.
- Засега Алумни клуб– работи интензивно и успешно и има устойчиви традиции в Стопански факултет, започва работа по изграждането на Алумни клубове в почти всички университети.



Резултати от интервюта с деканите на факултети в СУ “Св. Климент Охридски”

- Предложения за промени в субсидиите по факултети и специалности, което е един от механизмите за повишаване на качеството, имайки предвид особено ОКС бакалавър.
- Предложения за законодателни промени в тази посока.
-

Комуникационна стратегия на СУ “Св. Климент Охридски”

- Условия на труд, обучение и преподаване
- Квалификация на служители и преподаватели
- Отчитане постиженията на преподаватели, катедри, факултети, СУ
- Комуникацията в СУ между студенти – преподаватели – администрация
- Съвременни методи на преподаване
- Подобряване на качеството при обучението на студенти и докторанти
- Библиотеките и обучението в СУ
- СУ и мястото му на пазара на образователни услуги в България
- СУ и връзките – университетско образование – бизнес
- ПР комуникации в вътрешни и външни публики
- Използване на медиите за изграждане и поддържане на репутация на СУ
- Медиите изяви на преподаватели от СУ и популярността на СУ
- Новите медийни канали и СУ ПР комуникации в вътрешни и външни публики



Комуникационна стратегия на СУ “Св. Климент Охридски”

- Комуникацията в СУ между студенти – преподаватели – администрация
- Комуникацията невинаги е ефективна.
- Да се подобри комуникацията с вътрешни публики – студенти, преподаватели, администрация.
- Да се повиши координацията между университетска администрация на различни равнища и между университетска и факултетска администрация с преподаватели и студенти.



Комуникационна стратегия на СУ “Св. Климент Охридски”

- **Подобряване на качеството при обучението на студенти и докторанти**
- Да се повиши качеството на обучение на докторантите.
- Да се създава база данни за докторанти, които са защитили – къде и какво работят, да се използват техния потенциал и статус, именно с оглед бранда и репутацията на СУ.



Комуникационна стратегия на СУ “Св. Климент Охридски”

- **СУ и връзките – университетско образование – бизнес**
- Да има образователни програми в съответствие с потребностите на бизнеса.
- Връзката образование – кариера - няма актуални данни.
- Да се осигуряват възможности за кариера на млади специалисти.
- Да се работи комплексно в посока засилване връзките СУ – бизнес – държавни институции – НПО при търсене на информация какво се търси на пазара на труда и какви кадри да се подготвят.
- СУ да е инициатор на дискусии и конференции с други университети за качеството на обучението, пазара на труда и актуални теми, свързани с образованието.



Комуникационна стратегия на СУ “Св. Климент Охридски”

- Постиженията и контактите с чужди университети.
- Да има версии на английски език на основни събития в СУ.
- Комуникацията с преподаватели и служители все още не достигнала добра координация, твърде йерархизирана и бюрократизирана е.
- Трябва да се работи в посока социално отговорна политика на СУ по отношение на служители, преподаватели и студенти.
- Да се премине от еднопосочна комуникация към диалог с вътрешните публики – към интерактивна комуникация, като се отчита своевременно сигналите и се реагира навреме.



Комуникационна стратегия на СУ “Св. Климент Охридски”

- Медиите изяви на преподаватели от СУ и популярността на СУ
- Ползват се услугите на Информационния център.
- Прилагат се традиционни ПР подходи и техники.
- Досега не се открояват медийните изяви на СУ като цяло, а само на факултети и преподаватели.
- Медийният анализ да е с поне 6 месец назад във времето, а изграждането на техники да е изготвено и под формата на наръчник.
- Фрагментарността при отразяване на постиженията
- Налага се да се създаде медийна стратегия, която да включва използване на медиите и социалните мрежи.
- На този етап не се наблюдава стиковане между разпространение на информация при активно и ефективно използване на социалните мрежи.



Комуникационна стратегия на СУ “Св. Климент Охридски”

Използване на медиите за изграждане и поддържане на репутация на СУ

- Привнасянето от персонален към институционален университетски имидж и обратно е една от стъпките в бъдеще.
- СУ и проблемът с идентичността остават отворени за решаване.
- Няма кохерентност и цялостност, завършеност и яснота.

Комуникационна стратегия на СУ “Св. Климент Охридски”

- **Новите медийни канали и СУ**
- СУ разчита на конвенционални и утвърдени канали за комуникация.
- Трябва да се съчетават традиционни и дигитални подходи, PR 2.0 за академични цели.
- Необходимо е да се генерират текстове и видеосъдържание.
- Да има активно разпространение на това съдържание чрез уеб 2.0, социални мрежи, чрез възможностите на новите технологии и приложения.
- Да се постигне устойчивост и ефективност.



БЛАГОДАРЯ ЗА ВНИМАНИЕТО!



Европейски социален фонд

Проект № BG051PO001-3.1.08-0010

“Ключ към качеството”



Европейски съюз