



**Astana IT University**  
**Департамент обеспечения качества**

**Регламент проведения социологических опросов**

**Астана**

**2023**

## **1 Область применения**

1. Настоящий **Регламент** по проведению опросов (далее – Регламент) определяет порядок проведения опросов по оценке удовлетворенности внутренних и внешних стейкхолдеров Университета качеством предоставляемых образовательных услуг.

## **2. Обозначения и сокращения**

**Университет** - Astana IT University

**ППС** - профессорско-преподавательский состав

**ОП** – образовательная программа

## **3. Цель и задачи**

1. Цель – реализация Политики в области обеспечения качества Astana IT University

2. Основные задачи:

– Разработка и актуализация инструментария социологического исследования/опросов

– Установление обратной связи со стейкхолдерами;

– Выявление основных факторов, влияющих на удовлетворенность стейкхолдеров образовательной услугой Университета.

## **2 Порядок проведения опросов**

1. Под опросом в Университете понимается анкетирование, предполагающее заполнение анкеты в бумажном или онлайн-формате стейкхолдерами Университета.

2. Процедура организации и проведения опросов состоит из следующих этапов:

– Определение целей, задач и субъектов опроса (респондентов);

– Формирование объема выборки;

– Выбор метода сбора данных;

– Разработка анкет и шкалы измерения;

– Проведение опроса;

– Проверка корректности заполнения анкет и мониторинг заполняемости анкет;

– Обработка полученных данных;

– Анализ полученных результатов и подготовка отчетов;

– Представление результатов опроса руководству и заинтересованным подразделениям;

– Принятие мер по совершенствованию деятельности на основе результатов опроса;

– Доведение до стейкхолдеров Университета информации о принятых мерах по результатам опросов.

3. Опросы проводятся с целью изучения мнения, оценки удовлетворенности:

– обучающихся качеством преподавания дисциплин и условиями обучения;

– профессорско-преподавательского состава и сотрудников Университета условиями труда;

– выпускников качеством образовательных услуг, предоставляемых Университетом;

– работодателей качеством подготовки выпускников Университета.

4. Опросы проводятся анонимно.

5. Периодичность опроса определяется в зависимости от цели опроса.

### **3 Формирование объема выборки**

1. Выборка субъектов опроса должна быть репрезентативной и иметь соотношение по типу выборки (вероятностные и невероятностные). При интернет-опросе используется «стихийная выборка». Опрашиваются наиболее доступные респонденты. Типичные примеры стихийных выборок – опросы в газетах/журналах, анкеты, отданные респондентам на самозаполнение, большинство интернет-опросов. Размер и состав стихийных выборок заранее не известен, и определяется только одним параметром – активностью респондентов.

2. Для получения наиболее полной (достоверной) информации рекомендуется применить калькуляторы для расчета статистических показателей и определения значимости различий.

3. В опросе по оценке удовлетворенности обучающихся качеством преподавания дисциплин, проведения практики и условиями обучения, принимают участие:

*обучающиеся бакалавриата;*

*магистранты;*

*выпускники Университета;*

работодатели.

4. В опросе по оценке удовлетворенности работодателей качеством подготовки выпускников Университета принимают участие представители организаций, в которых работают выпускники Университета не менее 1 (одного) года. Анкеты рассылаются организациям Отделом карьеры и бизнес партнерства Университета либо департаментами Университета.

5. В опросе по оценке удовлетворенности ППС и сотрудников условиями работы в Университете принимают участие: ППС, сотрудники.

### **4 Требования к опросам**

1. В анкетах указываются тема и цель опроса, пояснения по ответам на вопросы (по заполнению анкеты), в конце анкеты – благодарность за участие в опросе и предоставленную информацию.

2. Анкета может содержать:

– вопросы с числовым ответом;

– вопросы со словесным ответом:

в закрытой форме – формализованные варианты ответа;

в открытой форме – свободное изложение ответа.

3. Вопросы анкет должны в полной мере раскрывать цели и задачи анкетирования и при необходимости давать дополнительную возможность анализа (гендерный анализ, анализы в разрезе факультетов, образовательных программ, языков обучения, уровней образования и др.).

Анкета может содержать от 5 до 25 вопросов. Языки опроса: казахский, русский (по необходимости на других языках).

4. В зависимости от контингента участников и характера опроса сбор данных может осуществляться:

– в бумажной форме, при этом ввод в базу данных производится ручным способом либо сканированием;

– в форме компьютерного анкетирования на google формах, интернет платформе Университета;

– через внешние Интернет-ресурсы.

5. Материалы опросов (анкеты) должны храниться: на бумажном носителе – в течение 1 (одного) года, на электронном – в течение 3 (трех) лет.

## **5. Проверка корректности заполнения анкет, мониторинг заполняемости анкет, обработка полученных данных**

1. Для охвата необходимой выборки проводится мониторинг вовлеченности стейкхолдеров в проводимый опрос, в случае недостаточного количества респондентов предпринимаются меры по активизации вовлечения стейкхолдеров в данный опрос.

2. До обработки полученных данных проводится проверка анкет на корректность заполнения. Анкеты, заполненные некорректно, исключаются из общего количества анкет.

3. Обработке подвергаются анкеты, прошедшие проверку на корректность.

4. На каждый вопрос анкеты рассчитывается процентное распределение предложенных формализованных ответов.

5. Ответы, отражающие степени удовлетворенности: «Отличное – Хорошее – Удовлетворительное – Слабое/Плохое – Очень слабое/Плохое», «Полностью удовлетворен – Скорее удовлетворен – Скорее не удовлетворен – Не удовлетворен», «Да – Частично – Нет», могут быть представлены в цифрах.

6. По вопросам анкеты с числовыми данными, в зависимости от критерия анкеты, рассчитываются максимальное, среднее и минимальное значение.

7. Обработка анкет и подготовка информации по результатам опроса осуществляется независимо от количества участников опроса (согласно принципам студентоцентрированного обучения).

8. Обработка анкет осуществляется с помощью специализированных программ и/или программы MS Excel, являющейся стандартным приложением в комплексе MS Office или в программе SPSS.

## **5 Анализ полученных результатов и подготовка отчетов**

1. Анализ полученных результатов представляется в отчете, в котором приводятся следующие данные:

- количество респондентов, принявших участие в опросе;
- оценка удовлетворенности по каждому вопросу анкеты;
- общая оценка удовлетворенности опрошенных в разрезе департаментов/ОП;
- ответы респондентов на открытые вопросы с сохранением орфографии и пунктуации респондента;
- основные выводы, полученные в результате анализа;
- предложения и рекомендации по совершенствованию деятельности Университета.

2. Отчет должен быть структурированным, конкретным. Для наглядности могут быть приложены графические материалы (сводные таблицы, графики, диаграммы).

## **6 Представление результатов опроса руководству и заинтересованным структурным подразделениям**

1. Результаты опросов представляются руководству Университета, декану департамента, директорам департаментов, руководителям структурных подразделений и краткая версия может быть размещена на сайте.

2. Информация, полученная в результате опросов, предназначена для служебного (внутреннего) пользования в Университете. Использование результатов опросов вне Университета: содержание и объем представляемой информации на семинарах и конференциях, публикация результатов опроса в научной и общественной печати, а также их оглашение в средствах массовой информации, согласовывается с руководством Университета.

3. Результаты опросов обсуждаются на заседаниях коллегиальных органов Университета, департаментов и учитываются при принятии управленческих решений. Информация о принятых мерах по результатам опросов доводится до стейкхолдеров.

Приложение 1. Описание проекта и инструментария сбора данных

<b>1. Название проекта, в рамках которого выполняется опрос</b>
<b>2. Цель проекта</b>
<b>3. Ответственный (ФИО, должность)</b>
<b>4. Контактная информация ответственного сотрудника (e-mail, телефон)</b>
<b>5. Департамент, в котором выполняется проект</b>
<b>6. Сроки проведения опроса</b>
<b>7. Описание выборки и способов доступа к респондентам</b>
<b>8. Инструментария</b>
<b>9. Анализ результатов</b>