

и действовать в условиях дефицита информации о нем, опираясь на опыт, хранящийся в подсознании. Используют в общении рациональный канал эмпатии 13,6% респонденток, направляя свое внимание, восприятие и мышление на сущность собеседника, его состояние, проблемы и поведение. В 18% случаев девушки имеют установки, способствующие или препятствующие эмпатии. Среди юношей в равном проценте случаев (16,7%) встречаются индивидуумы, имеющие интуитивный, рациональный эмпатийные каналы и канал идентификации, позволяющий понять другого человека на основе сопереживания, постановки себя на место партнера; 11% юношей имеют установки, способствующие или препятствующие эмпатии. В общей массе респондентов часто встречаются юноши (22,7%) и редко девушки (9%), использующие в общении каналы проникающей эмпатии как важное коммуникативное свойство, создающее атмосферу открытости, доверительности, задушевности.

Таким образом, студенты университета имеют природоопределенные каналы эмпатии, необходимые для реализации здоровьесберегающего и развивающего педагогического общения. Однако недостаточный уровень развития эмпатических способностей снижает возможность полной функциональной активности врожденных каналов эмпатии. Реализация общения затрудняется, проявляются формы патогенного общения. В связи с этим в вузе необходимо уделять особое внимание развитию эмпатических способностей как необходимого инструмента и условия деятельности студентов, способствующего профилактике патогенного общения, напряжения, стресса, функциональных нарушений в организме участников образовательного процесса, сохранению их здоровья, самореализации и самоактуализации в процессе педагогического общения.

Т. Б. Соколова

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ФОРМИРОВАНИИ СОДЕРЖАНИЯ КУРСА «СТАНДАРТИЗАЦИЯ ИЗДЕЛИЙ И ТЕХНОЛОГИЙ ПРОИЗВОДСТВА В МАШИНОСТРОЕНИИ»**

*The theses about the proposed approach to the use of market technologies when forming the course «Standardisation of wares and technologies of industry production in machine-building».*

В настоящее время маркетинговые технологии используются образовательными учреждениями для достижения различных целей. Их применение возможно и на уровне выпускающих кафедр вузов как при проведении органи-

зационных мероприятий, таких как прием абитуриентов, так и для формирования содержания отдельных дисциплин.

При отборе содержания специальных дисциплин, адекватного потребностям потребителей, предлагаем на уровне кафедры осуществить следующие этапы, основанные на маркетинговых функциях образовательного учреждения (рассмотрим их реализацию на примере курса «Стандартизация изделий и технологий производства в машиностроении»).

На первом этапе необходимо создать информационную систему на трех уровнях. На макроуровне для рассматриваемого курса наиболее актуально изучение правовых, экономических, научно-технических факторов внешней среды: изучение законодательной базы стандартизации и сферы образования, государственных образовательных стандартов, новаций машиностроительного производства и др. На мезоуровне целесообразно оценить требования к подготовке по данному предмету со стороны производства (из числа предприятий машиностроительного профиля), пожелания самих студентов. На микроуровне анализируются учебно-методические, хозяйственно-экономические аспекты реализации учебной дисциплины (в нашем случае наличие в библиотеке образовательного учреждения базы стандартов, периодических изданий по профилю дисциплины, методическое обеспечение и др.). Реализация первого этапа возможна методами социологических исследований в рамках научно-исследовательской работы студентов.

На втором этапе на основе собранной информации и результатов ее анализа проводится сегментирование рынка потребителей и выделение целевых сегментов для данного учебного курса. Сегментация осуществляется по группам потребителей и по параметрам образовательной услуги. Потребителями рассматриваемой образовательной услуги являются слушатели очной и заочной форм обучения специализации 030502.08 – Сертификация, метрология и управление качеством в машиностроении и студенты специальности «Экономика и управление» в рамках курса «Сертификация, стандартизация и метрология».

На третьем этапе для каждого из выбранных сегментов составляется план маркетинга. При этом могут быть поставлены рыночные цели, например, организация углубленного изучения данной дисциплины на платной основе для студентов заочной формы со сроком обучения 5,5 лет специальности 030500 – Профессиональное обучение. На этом этапе формируется комплекс маркетинга по группам регулируемых инструментов. Для рассматриваемой дисциплины на уровне кафедры можно регулировать место оказания услуги (учебная аудитория, библиотека стандартов, предприятие и т. п.), продвижение услуги (создание благоприятного имиджа для ее изучения и др.), персонал, материальные свидетель-

ства качества (отзывы студентов, прошедших обучение по дисциплине), технологию предложения учебного материала, цену (для услуг на платной основе).

Четвертый этап (выполнение планов) и пятый (контроль за исполнением планов) при формировании содержания отдельной дисциплины могут носить традиционный характер и включать дополнительно выполнение и контроль рыночных целей.

Таким образом, предлагаемая деятельность позволит организовать реализацию дисциплин специализации с максимальным учетом интересов студентов, с одной стороны, и потребителей (предприятий), с другой.

Т. Б. Соколова, М. Ю. Большакова

## **ПРИМЕНЕНИЕ ТЕСТОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «СТАНДАРТИЗАЦИЯ ИЗДЕЛИЙ И ТЕХНОЛОГИЙ ПРОИЗВОДСТВА В МАШИНОСТРОЕНИИ»**

*The reliable information about the level of knowledge of students one can receive by help of test control. The results of studies one control on every theme and have a summing theme test at the end of studies.*

В последнее время активно развиваются тестовые технологии. Они особенно эффективны в тех подсистемах современных педагогических технологий, которые создаются для контроля и самоконтроля знаний.

Тесты позволяют получить объективную оценку уровня знаний, умений, навыков и представлений, выявить индивидуальный темп обучения, пробелы в текущей и итоговой подготовке студентов. В сочетании с новыми программно-педагогическими средствами тесты помогают перейти к созданию современных систем адаптивного обучения и контроля.

Целью изучения курса «Стандартизация изделий и технологий производства в машиностроении» является формирование у студентов специализации «Сертификация, метрология и управление качеством в машиностроении» знаний и умений в области стандартизации, лежащей в основе современных научных и производственных технологий, а также в области обеспечения качества продукции. Курс тесно связан с другими дисциплинами специализации и является базой для последующего изучения таких предметов, как «Организация и управление качеством», «Методы и средства измерений, испытаний и контроля» и др. Предмет «Стандартизация изделий и технологий производства в машиностроении» состоит из трех разделов: основные положения в области стандартизации; системы