

В связи с этим, ВУЗам просто необходимо выстоять в этом нелегком бою. Где победой будет отличная приемная кампания!

Для большинства образовательных учреждений рекомендуется начинать с увещательной рекламы, убеждающей потенциальных потребителей в серьезности своих намерений и потенциала, качестве предлагаемых услуг и т. п. При этом возможны такие аргументы, как размеры вложенного капитала и материально-технической базы, уже заключенные соглашения, полученные и исполненные заказы. Увещательная реклама формирует расположение к данному учреждению, к его продукции, марке, убеждает немедленно обратиться за дополнительной информацией или просто совершить покупку.

Напоминающая реклама на образовательном рынке используется уже известными, признанными образовательными учреждениями или теми, кто уже провел увещательную и информационную рекламную кампанию. Поддерживающая реклама обычно реализуется в стенах образовательного учреждения и имеет целью убедить обучающихся в правильности сделанного выбора, в открывающихся перед ними перспективах, чтобы предотвратить возможный отток слушателей.

**А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина**

*Екатеринбург*

### **Формирование и использование предпринимательского потенциала вуза**

Активизация предпринимательской деятельности в сфере высшего профессионального образования обуславливает актуальность проблемы формирования и эффективного использования предпринимательского потенциала вузов. Однако до настоящего времени существуют различные точки зрения на экономическую сущность понятия «предпринимательский потенциал», отсутствуют общепринятые методические подходы к его измерению.

Термин «потенциал» широко применяется в экономической литературе в качестве количественной оценки и рассматривается в различных аспектах, в том числе как экономический, трудовой, инновационный, образовательный и других видов. В этимологическом значении термин «потенциал» происходит от латинского «potential», означающего «действительность и возможность», т. е. характеризует средства, запасы, источники,

имеющиеся в наличии и могущие быть использованными для достижения определенных целей. Потенциал – фактор реальной и возможной интенсивности осуществления того или иного процесса.

Различают несколько видов оценки потенциала: ресурсный (использование ограниченных ресурсов), результативный (удовлетворение потребностей) и интегральный.

Предпринимательский потенциал отражает возможности предпринимательства вуза, рассматриваемого, во-первых, как метод хозяйствования, ориентированный на увеличения дохода и сопровождающийся риском; во-вторых, как преобразующую силу инноваций, своеобразной питательной средой которой служит конкуренция; в третьих – как особый механизм экономической координации, предполагающий организационные преобразования на основе контрактных отношений.

Предпринимательский потенциал вуза отражает способности и результативность его предпринимательской деятельности в трех сферах:

генерации знаний, на основе применения новых исследовательских методов, изучения новых областей знания или новых проблем в уже известных областях;

трансфера знаний, путем развития инновационные методов обучения, модификации его содержания, на основе новейших достижений науки и практики;

внедрении знаний в практику с помощью инновационных видов взаимодействия с внешней средой.

Развитие вуза во всех трех указанных сферах всегда сопряжено с дефицитом основных видов ресурсов. Для того чтобы эффективно использовать имеющиеся ресурсы и привлекать недостающие ресурсы из внешней среды, вуз должен обладать определенным набором ключевых компетенций.

С учетом вышесказанного, под предпринимательским потенциалом вуза следует понимать его ключевые компетенции по преобразованию интеллектуального ресурса в производство, обеспечению инновационной трансформации внутренней среды и ее структурного сопряжения с внешней средой.

Предпринимательский потенциал вуза включает ряд субпотенциалов личностного характера и тесно взаимодействует с другими видами потенциалов, в том числе творческим, инновационным, трудовым и др.

Задачу повышения эффективности использования предпринимательского потенциала вуза необходимо рассматривать с учетом обеспечения его конкурентоспособности, оцениваемой по двум составляющим: достигнутой эффективности деятельности и умению стратегического позиционирования.

Конкурентоспособность вуза предполагает высокую операционную эффективность. Понятие операционной эффективности охватывает практически все виды деятельности вуза, т. е. рациональное использование имеющихся ресурсов в сфере выполнения научно – исследовательских работ, оказания образовательных услуг, инновационной деятельности.

Стратегическое позиционирование вуза определяется факторами конкурентной среды и заключается в создании уникальной и выгодной рыночной позиции, на основе сочетания видов деятельности, отличных от видов деятельности конкурентов.

В этой связи предпринимательский потенциал вуза следует понимать как его способности по расширению предельных возможностей существующих ресурсов внутренней среды, а также возможностей адекватного ответа на вызовы внешней среды.

**Т. К. Руткаускас, А. П. Третьяков,  
К. В. Руткаускас**

*Екатеринбург*

### **Образовательные и практические аспекты реализации энергосберегающей политики**

Энергосбережение рассматривается как глобальная проблема, решаемая совместными усилиями специалистов различного профиля, последовательно и прочно занимает свое достойное место в образовательном процессе. Образовательные и практические аспекты реализации энергосберегающей политики можно рассмотреть через призму деятельности научно-образовательного центра (НОЦ) Экономика-образовательных инноваций Российского государственного профессионально-педагогического университета (РГППУ). НОЦ Экономика-образовательных инноваций РГППУ создан как инновационная, организационная форма интеграции научного и образовательного потенциала подразделений РГППУ в партнерстве с научными и образовательными учреждениями, производственными организациями и бизнес-структурами.