

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОДЕЯТЕЛЬНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТА

Современная социально-экономическая ситуация, характеризующаяся стремительным научно-техническим прогрессом, увеличением значимости информации, влечет за собой повышение роли интеллектуально развитой личности, способной анализировать происходящие процессы, принимать самостоятельные компетентные решения в условиях динамично развивающейся экономики, роста роли группового взаимодействия путем ориентации личности на достижение успеха.

Ориентация на достижение успеха требует разработки новой конкурентоспособной стратегии, позволяющей максимально эффективно учитывать динамику запросов потребителей, способствовать реализации потребностей студентов в свободе самоопределения, формировать уверенность в своих силах, позволяющих реализовать собственный творческий потенциал. Однако это возможно при сформированности у студента способности выдерживать конкуренцию на рынке труда, достигать успеха в профессиональной карьере.

В этой связи, важным видится рассмотрение позиций участников образовательного процесса, обосновывающих концепцию создания условий для личностно-ориентированного обучения по формированию конкурентоспособности выпускника в маркетинговой среде. Новая концепция направлена на развитие личности, способной к конкурентной борьбе. Процесс формирования строится на основе маркетинговой средовой адаптации субъектов Мелеузовского механико-технологического техникума, в которой студент становится субъектом маркетинговой деятельности, способствующей мотивации личности к достижению цели и ориентации на само-развитие.

В процессе личностно-ориентированного обучения, направленного на формирование конкурентоспособности выпускника в маркетинговой среде, происходит взаимодействие субъектов (студента, преподавателя, управляющей системы техникума) в маркетинговой деятельности. Преподаватель и управляющая система техникума управляют траекторией развития студента, являющегося открытой системой [1]. Суть управления за-

ключается не в воздействии извне, а в иницировании возможностей системы, во взаимодействии с ней. Главная проблема заключается в том, как управлять, не управляя; как маркетинговой деятельностью подтолкнуть субъектов на один из собственных и благоприятных для них путей развития; как обеспечить самоуправление и самоподдерживаемое развитие; как преодолеть хаос, не преодолевая, а делая его творческим, превращая его в процесс формирования конкурентоспособности выпускника в маркетинговой среде.

Характерной особенностью обозначенных направлений выступает то, что одной из приоритетных задач образования становится формирование у конкурентоспособного выпускника базисного качества развивающейся личности. Направляющей основой процессов формирования конкурентоспособного выпускника служит маркетинговый анализ факторов социально-экономического развития. Среди них, глобализация и связанная с ней интернационализация рынков, растущие темпы мобильности производственно-технического сектора экономики за счет развития и внедрения продуктов искусственного интеллекта, сопровождающие формирование постиндустриального общества, в котором ведущая роль отводится уровню знаний, обеспечивающих формирование мобильной личности, свободной и ответственной, способной к творческой деятельности, готовой к масштабной реализации своих потенциальных возможностей.

Очевидно, что в сложившихся условиях приоритетные позиции занимают вопросы анализа сущности, механизмов, движущих сил, путей повышения качества процесса обучения, его динамики и осмысления особенностей конкурентоспособности выпускника. Для успешной реализации данной задачи необходимо научно обосновать структуру компетенций выпускника техникума для отраслей агропромышленного комплекса. Определить концепцию деятельности образовательного учреждения по формированию конкурентоспособности выпускника на основе маркетинговой информации, требующей достижения уровня качества в образовательном процессе. При этом необходимо отождествить связь между зависимостью параметров готовности выпускника к конкурентоспособной борьбе от процессов реформирования социально-экономической среды и динамики развития рынка труда.

Истинность наших рассуждений имеет логическую основу, достоверную в официальных документах РФ, где конкуренция определяется

как состязательность субъектов, что и указывает на функциональную принадлежность к деятельности [2, с. 12].

В научно-педагогической и психологической литературе сформировалась точка зрения о том, что конкурентоспособность в условиях лично-ориентированного подхода целесообразнее формировать, ориентируясь на компетенции деятельностного характера, с выделением основных критериев представленных направлениями [4]: информационно-аналитические, коммуникативные, характеризующими уровень компетенций студента в отношении конкурентной деятельности (самомаркетинг, PR, самоменеджмент, умение убеждать, осуществлять продуктивный личный контакт, осмысленность действий) [3].

Библиографический список

1. *Ганаева Е. А.* Маркетинг в управлении образовательным учреждением: монография / Е. А. Ганаева. Москва: Компания Спутник +, 2006. 184 с.

2. *Оганесов В. А.* Подготовка конкурентоспособного специалиста в условиях диверсификации высшего образования: автореферат диссертации ... кандидата педагогических наук / В. А. Оганесов. Ставрополь, 2003. 27 с.

3. *Орлов Ю. М.* Стимулирование побуждения к учению / Ю. М. Орлов, Н. Д. Творогова, В. И. Шкуркин. Москва, 1988. 86 с.

4. *Чудновский В. Э.* Психологические составляющие оптимального смысла жизни / В. Э. Чудновский // Вопросы психологии. 2003. № 3. С. 3–12.

**А. И. Лыжин,
М. А. Федулова**

АКТУАЛИЗАЦИЯ СОДЕРЖАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

На сегодняшний день сфера нанотехнологий считается во всем мире ключевой темой для технологий XXI в. Возможности их разностороннего применения во многих областях производства несут в себе огромный потенциал. Применение продукции нанотехнологий позволит сэкономить сырье и потребление энергии, сократить выбросы в атмосферу и тем самым будет способствовать устойчивому развитию экономики и производства.