

мерный общий объем часов, отводимых на данную дисциплину, последовательность прохождения дисциплин, заносит в эту таблицу название дисциплины, определяя количество недельной нагрузки на эту дисциплину. Как правило, аудиторное количество часов, отводимых на дисциплину, примерно в 2 раза меньше общего объема часов, так как в ГОС указано, что максимальный объем учебной нагрузки студента, включая все виды его аудиторной и внеаудиторной работы, не должен превышать 54 ч. в неделю, а объем обязательных аудиторных занятий студента не должен превышать за период теоретического обучения в среднем 27 ч. в неделю¹. Затем, заполнив данную таблицу, разработчик определяет контрольные точки (указывает наличие курсовой работы или курсового проекта, зачета или экзамена).

Данная методика позволяет четко следить за использованием недельной нагрузки и наглядно представить последовательность изучения дисциплин. Кроме того, она дает возможность проследить за количеством контрольных точек, которое тоже строго ограничено. Например, в семестре возможно устанавливать определенное количество экзаменов согласно количеству дней, отводимых на экзаменационную сессию (предусматривается не менее 4 дней на подготовку к экзамену) и т.д. Имея такую таблицу, можно очень быстро и безошибочно заполнить стандартный бланк учебного плана. Разработка плана завершается конкретизацией вида итоговой аттестации.

Е.Н. Литвинова,
В.Б. Полюянов

ОСОБЕННОСТИ УЧЕБНОГО ПЛАНА СПЕЦИАЛИЗАЦИИ "МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ"

The invariant and main differences of vocational training course curricular "Training services marketing" for USVPU is discussing.

В основу разработки учебного плана специализации заложена квалификационная характеристика специалиста, разработанная при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проект N 96-03-04077).

План составлен в соответствии с государственным стандартом специальности 030500 "Профессиональное обучение". Особенность плана тесно свя-

зана с многообразием профессиональных функций, которые будет выполнять будущий специалист.

В основу отбора содержания плана заложено положение, что будущий специалист должен хорошо знать вопросы планирования, проектирования и организации учебного процесса, а именно: понимать весь учебный процесс изнутри, т.е. его психолого-педагогическая подготовка должна полностью соответствовать существующей подготовке инженера-педагога. В качестве базовой инженерной подготовки выбрана специализация "Метрология и технология контроля в машиностроении", которая обеспечивает знание не только специфики производства, но и технологий обеспечения качества продукции - актуальной проблемы и для сферы образования.

Второй особенностью подготовки маркетолога образовательного учреждения является необходимость хорошей фундаментальной подготовки как по общим математическим, естественнонаучным дисциплинам, так и специальным, профессиональным. Поэтому наряду с прикладными дисциплинами студенты будут изучать не только технологию маркетинга образовательных услуг, но и методологию, при этом выполняя курсовые работы по обеим дисциплинам.

При составлении плана учитывалась возможность ступенчатой подготовки специалиста (бакалавра). Если для бакалавра превалирует практическая прикладная подготовка, то для студентов 5-го курса введены методологические курсы.

Представленное построение учебного плана даст выпускнику более широкие возможности трудоустройства в сфере как производства, так и образования.

**В.И. Лобанов,
В.А. Бегалов**

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ МЕЖУНИВЕРСИТЕТСКОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ КООПЕРАЦИИ В УРАЛЬСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ ТЕХНИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

This report overviews the main aspects of the international inter-university cooperation: internationalization of the curricula and educational services' quality guarantee.