

- она достаточно удобна для коллективной разработки и реализации описанной методической системы;
- гибкость и доступность системы позволяют легко ее модифицировать и наращивать ее возможности;
- такой подход позволяет на достаточно высоком уровне организовать не только обычный учебный процесс, но и самообучение и дистанционное обучение;
- как показал наш опыт, такой подход позволяет самим преподавателям достаточно эффективно повышать свою квалификацию.

**А.И. Дружинин,
Д.Г. Матюнин,
Л.А. Малышева**

РАЗВИТИЕ СВЯЗЕЙ МЕЖДУ ОБРАЗОВАНИЕМ И БИЗНЕСОМ: ОПЫТ УЧАСТИЯ В ПРОГРАММЕ DELPHI

Одной из актуальных проблем в области профессионального образования является востребованность специалиста на рынке труда. В этом отношении система дополнительного профессионального образования (ДПО) имеет гораздо больше преимуществ по сравнению с академическим образованием, поскольку, с одной стороны, ориентируется на потребности рынка труда, а с другой – не сдерживается образовательными стандартами.

Продвижение образовательных программ требует комплексного подхода. Здесь очень полезным может оказаться опыт зарубежных бизнес-школ, распространяемый в России.

Одним из подобных проектов является DELPHI EDUS 9706 (Development of Educational Links & Professional and Higher Education Initiatives), реализуемый совместно Министерством образования и Европейским фондом подготовки кадров в рамках программы TACIS с 1999 г.

Цель программы заключается в создании предпосылок для развития бизнес-образования в России. Изменения касаются, прежде всего, самих образовательных учреждений. В институтах должны быть разработаны стратегические планы развития, в которых формулируется миссия, опре-

деляются цели и задачи и выделяются в качестве одного из приоритетных направлений программы ДПО. Для достижения целей необходимо сформулировать корпоративную стратегию и выделить все возможные образовательные продукты в стратегические единицы бизнеса (СЕБ). Продвижение каждой СЕБ предполагает следующие этапы:

- 1) анализ образовательных потребностей;
- 2) характеристику целевой аудитории;
- 3) анализ конкурентов;
- 4) определение целей и задач продукта;
- 5) выявление компетенций, выраженных в форме новых знаний, навыков, умений;
- 6) анализ сильных и слабых сторон программы;
- 7) определение формы и формата обучения;
- 8) определение стратегии продвижения образовательного продукта на рынок;
- 9) формулирование маркетинговых целей;
- 10) определение ценовой политики;
- 11) планирование каналов и инструментов продвижения образовательной программы.

Наибольшие затруднения вызывают изучение образовательных потребностей и анализ конкурентов. Сложными моментами являются определение целевой аудитории и разработка учебно-тематического плана в соответствии с потребностями клиента. Потребителей интересуют не столько знания, сколько умения и навыки, т.е. услуги бизнес-образования должны иметь практическую направленность, для чего используются активные формы обучения. Предприятия отдают предпочтение внутрикорпоративному обучению, в ходе которого формируется команда единомышленников. Повышаются требования к преподавательскому составу. Формат проведения курса предполагает изменение учебно-методического обеспечения. Институтам следует разработать фирменный стиль представления учебных материалов. Необходима корректировка ценовой политики в зависимости от потребностей клиента. Изменяется роль преподавателя. Опыт участия в проекте DELPHI свидетельствует о том, что преподаватель переходит из категории исполнителя в категорию предпринимателя. Изменение зоны ответственности преподавателя возможно в том случае, когда организационная структура института является проектно-матричной.

Таким образом, решение о развитии бизнес-образовательных услуг требует разработки стратегического плана с учетом маркетинговой, финансовой, производственной, инновационной стратегий, стратегии развития персонала. Результатом стратегического планирования должен стать план реструктуризации. Реализация стратегического плана повлияет на организационную культуру. Комплексный подход к развитию связей между образованием и бизнесом влечет существенные изменения в организации и содержании процесса обучения. Классические вузы не всегда готовы к подобным изменениям, полагая, что введение краткосрочных программ – это и есть бизнес-образование. На самом деле это далеко не так.

**А.И. Дружинин,
Л.Е. Стровский,
Т.П. Майорова**

**МЕЖДУНАРОДНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В СИСТЕМЕ ДПО:
ОПЫТ ИНСТИТУТА ПЕРЕПОДГОТОВКИ КАДРОВ УРАЛЬСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПО РЕАЛИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ
ПРОЕКТОВ И ПРОГРАММ**

Интеграция России в мировое экономическое пространство повлекла за собой необходимость ее интеграции и в мировое образовательное пространство с целью подготовки менеджеров и специалистов предприятий.

В 1990-е гг. в России и странах СНГ было реализовано значительное число международных проектов в области совершенствования подготовки управленческих кадров. Опыт международного сотрудничества в данной сфере позволяет сделать следующие выводы:

- сложилось сообщество партнеров, в котором не только обмен информацией, но и совместная реализация многосторонних образовательных проектов становится нормой взаимодействия;
- установлены прочные взаимосвязи между зарубежными партнерами и российскими участниками международных проектов на федеральном, региональном и местном уровнях;
- по инициативе Министерства образования РФ и при поддержке международных организаций созданы и успешно функционируют