Е.В. Евлашина
Уральский государственный университет им. А.М. Горького

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

За последнее десятилетие в нашей стране произошли кардинальные перемены. Россия перешла на новые методы хозяйствования. Мы отказались от командной экономики, начали и почти завершили переход к рынку. Одновременно с осуществление реформ в экономике необходимо проводить преобразования и в других сферах социальной жизни. Исключением не является и образование. В настоящее время экономические решения вынуждены принимать не только экономисты-профессионалы, но и отдельный индивид в повседневной жизни.

Экономическое образование в средней школе – сравнительно новые для российского общества структура и сфера деятельности людей. Достаточно широко распространено представление об экономике как о бизнесе, в котором господствует выгода. Все социальные аспекты экономической жизни сводятся к удовлетворению материальных и денежных потребностей. Чтобы избежать подобных ложных представлений об экономике, необходимо разрабатывать программы экономического школьного образования, учитывая концептуальные, основополагающие принципы экономического поведения. Важной становиться не сумма знаний об экономике в целом, а образ мышления, стиль жизни, которые должны постепенно складываться, проявляясь как элемент культуры. Экономическая культура должна стать важным фактором социально-политического развития страны.

Большинство ученых, организаторов и руководителей системы образования рассматривают экономическое образование школьников как процесс и результат усвоения экономических знаний и умений, формирование экономического мышления и поведения, экономической культуры, а так же определенных нравственных качеств личности. Именно поэтому главной целью экономического образования должно стать формирование экономической культуры школьников, понимаемой как развитие определенных ценностных ориентаций, сформированных на основе полученных знаний, практических навыков и умений.

А.А Зенюков
Уральский государственный технический университет

О НЕОБХОДИМОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ КЛИЕНТОВ В СИСТЕМЕ КЛИЕНТО-ОРИЕНТИРОВАННОГО БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА

В системе банковского маркетинга на текущий момент существуют, как известно, проблемы с доступностью (осознанием, когнитивностью) информации о банковском продукте (далее – продукт). Эти проблемы обусловлены следующими основными вопросами:

- какое кредитное учреждение выбрать в качестве стратегического партнера, учитывая его деловую репутацию и финансовое состояние на рынке;
- какой продукт наиболее эффективен, удобен и выгоден для потенциального клиента банка;
- какой эффект от пользования продуктом достигается в результате изменения экономических предпосылок развития России;

Решение этих вопросов представляется нам возможным в следующем направлении. Традиционная организационная структура банка не позволяет осуществлять стратегию, ориентированную на клиента. На сегодняшний день в

большинстве кредитных учреждений существует линейно-функциональная, иерархическая структура управления, в основе которой лежит многофункциональность продавцов и параллельность процессов, ориентированных на продукт. Очевидно, что внедрение клиенто-ориентированной стратегии требует изменения корпоративной культуры и психологии сотрудников, перестройки ключевых бизнес-процессов кредитного учреждения, которую следует начинать с четкого разделения функций по специализированным подразделениям с одновременным формированием горизонтальных связей внутри компании.

При реализации клиенто-ориентированной стратегии резко возрастают роль и значение маркетинга, поскольку разработка новых банковских услуг невозможна без изучения потребностей клиента. Маркетинговое подразделение банка превращается в организатора комплексных продаж банковских услуг, в основе которых лежит системный подход к клиенту, предполагающий рассмотрение объекта как совокупности взаимосвязанных элементов, сочетание которых как раз и позволяет клиенту финансово защитить свои ресурсы. При такой перестройке бизнес-процессов необходимо наряду с комплексностью осуществить сегментацию по корпоративным и индивидуальным клиентам, а также по массовым и специальным продуктам. Отмеченные направления нуждаются в дальнейших дополнительных исследованиях.

А.С. Зуева
Российский государственный профессионально-педагогический университет

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ САМООБРАЗОВАНИЯ

Чем самостоятельней мы учимся, чем активнее занимаемся самообразованием, тем сильнее нуждаемся в помощи. Как учиться, чтобы добиться успеха в этом сложнейшем деле, чтобы оно приносило удовлетворение, побуждало к дальнейшему знанию?

Активизация познавательной деятельности учащейся молодежи во многом зависит от инициативной позиции преподавателя на каждом этапе обучения. Характеристикой этой позиции являются: высокий уровень педагогического мышления и его критичность, способность и стремление к проблемному обучению, к ведению диалога со студентом, стремление к обоснованию своих взглядов, способность к самооценке своей преподавательской деятельности.

Содержательной стороной активизации учебного процесса является подбор материала, составление заданий, конструирование образовательных и педагогических задач на основе проблемного обучения с учетом индивидуальных особенностей каждого студента. Активизация учебного процесса начинается с диагностирования и целеполагания в педагогической деятельности. Это первый этап работы. При этом преподаватель помнит, прежде всего, о создании положительно-эмоционального отношения у студента к предмету, к себе и к своей деятельности.

Далее, на втором этапе, преподаватель создает условия для систематической, поисковой учебно-познавательной деятельности студентов, обеспечивая условия для адекватной самооценки учащихся в ходе процесса учения на основе самоконтроля и самокоррекции. На третьем этапе преподаватель стремится создать условия для самостоятельной познавательности учащихся и для индивидуально-творческой деятельности с учетом сформированных интересов. При этом преподаватель проводит индивидуально-дифференцированную работу с учащимся с учетом его опыта отношений, способов мышления, ценностных ориентации.

Учебно-познавательная деятельность – многоуровневая система, включающая активные формы регуляции и преобразования разных систем: теоретических и