

2.3. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИЙ

В.Б. Полуянов

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ 030547 - МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Данная специализация появилась в результате дальнейшего развития инженерно-педагогического образования и представляет собой интеграцию инженерного, педагогического и социально-гуманитарного знания на базе концепции социально-этичного маркетинга. Она предполагает подготовку специалиста с поливалентной квалификацией *“инженер-педагог, маркетолог образовательного учреждения”* и подразумевает реализацию двух целей:

- обучение профессии, не имеющей аналогов в мировой практике, но востребованной современной системой образования;
- обеспечение социальной защищенности выпускников за счет расширения спектра возможностей их будущей профессиональной деятельности.

Содержание подготовки разрабатывалось при финансовой поддержке РГНФ (проект № 96-06-04077) и было направлено на реализацию рекламной формулы “шесть в одном”, в соответствии с которой выпускники могут реализовать себя в шести нишах профессиональной деятельности, получая в одном профессионально-педагогическом образовании профессионально-технологическую подготовку по отдельной отрасли знания, что характерно для большинства вузов (специалист), педагогическую подготовку, которая позволяет осуществлять обучение этим знаниям других (педагог), и проектно-аналитическую подготовку для конструирования востребованных технологий и услуг (маркетолог). В результате в сфере образования выпускники смогут работать мастерами производственного обучения, преподавателями и маркетологами в учебных заведениях начального, среднего и высшего

профессионального образования, в отделах технического обучения предприятий, в службах занятости населения. В сфере производства - смогут не только непосредственно участвовать в технологическом процессе в избранной отрасли в качестве рядового исполнителя, но и оптимально взаимодействовать с коллегами по труду, что способствует сокращению периода адаптации и ускоренному продвижению выпускников по служебной лестнице. Кроме того, полученное образование позволит “настраивать” осуществляемый технологический процесс на рыночного потребителя, что характерно для сферы предпринимательства и бизнеса.

Подобный специалист, помимо выполнения традиционных функций инженера-педагога, должен:

Выявлять, анализировать, конкретизировать и формулировать в педагогических категориях образовательные потребности всех социальных деятелей, взаимодействующих с образовательным учреждением.

Анализировать, измерять и оценивать возможности образовательного учреждения по обеспечению собственного функционирования.

Разрабатывать альтернативные варианты тактического обеспечения деятельности образовательного учреждения путем:

а) проектирования востребованных образовательных услуг (концепция, содержание, технологии реализации и оценки результативности, сбыт);

б) рационального объединения образовательных услуг в различные целевые комплексы (образовательные программы);

в) рациональной организации и управления реализацией целевых комплексов образовательных услуг;

г) измерения и оценки проектируемого и фактического качества образовательных услуг, а также степени их соответствия ожиданиям потребителей.

4. Осуществлять мониторинг конкурентоспособности образовательного учреждения на рынке образовательных услуг и предпринимать шаги по формированию его имиджа.

Разработанный учебный план предназначен для реализации Государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников высшего учебного заведения по очной форме обучения на базе среднего (полного) общего образования с нормативной трудоемкостью 8 424 ч.

Предусмотрена возможность реализации профессиональной образовательной программы с нормативной длительностью обучения в зависимости от желания студента: 4 года - квалификационная академическая степень бакалавра образования и 5 лет - специалист с поливалентной квалификацией “инженер-педагог”, “маркетолог образовательного учреждения”. В первом случае итоговая аттестация предполагает защиту выпускной работы в ГЭК и один государственный экзамен по психолого-педагогической подготовке, не связанный с тематикой выпускной работы.

Профессиональная образовательная программа подготовки специалиста интегрирует профессионально-педагогическое образование (по отраслям) с маркетинговой концепцией и методологически базируется на использовании маркетингового инструментария. В основу учебного плана положен Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования, утвержденный Министерством общего и профессионального образования РФ 31 декабря 1996 г.

Структура учебного плана приведена в табл. 2, а его разработка производилась на основе следующих данных (табл. 1).

Таблица 1

Нормативы временных затрат на выполнение учебного плана

Структурная единица плана	Затраты времени в неделю, ч	Итоговые затраты	
		в неделях	в часах
Теоретическое обучение	54	156	8424
Сессии	-	21	-
Практика	-	35	-
Итоговая аттестация	-	4	-
Каникулы	-	37	-

Структура учебного плана

№ п/п	Индекс	Наименование дисциплин	Затраты времени, ч
1	ГСЭ	Цикл общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин	1650
2	ЕН	Цикл общих математических и естественнонаучных дисциплин	1380
3	ДПП	Цикл дисциплин профессиональной подготовки	5394
3.1	ДПП.ОД	Общие дисциплины профессиональной подготовки	3050
3.1.1	ДПП.ОД.ПП	Общие психолого-педагогические дисциплины	1050
3.1.2	ДПП.ОД.ОП	Общие отраслевые дисциплины	2000
3.2	ДПП.СД	Специальные дисциплины профессиональной подготовки	2344
3.2.1	ДПП.СД.ПП	Специальные психолого-педагогические дисциплины	250
3.2.2	ДПП.СД.ОП	Специальные отраслевые дисциплины	2094

Объем обязательных аудиторных занятий студентов за период теоретического обучения составляет 27 ч в неделю. В указанный объем не входят занятия по факультативным предметам.

Содержание дисциплин циклов ГСЭ, ДПП.ОД.ПП и ДПП.ОД.ОП формируется с учетом пожеланий и заказа выпускающей кафедры специализации, а формирование приведенного функционала маркетолога обеспечивается следующими дисциплинами учебного плана:

- Основы технологии проектирования (реализация, преимущественно, функций 3а и 3б);
- Теория и практика социологического исследования (1, 2, 3а, 3г, 4);
- Теория и методика тестирования (1, 2, 3а, 3г, 4);
- Маркетинг образовательных услуг технология (1, 2, 3в, 3г, 4);
- Технология маркетингового исследования (1, 2, 3г, 4);
- Организация и управление в сфере образования (2, 3б, 3в, 4);

- Организация и управление качеством продукции (3а, 3б, 3г);
- Бухгалтерский учет, финансы и кредит (2, 3а, 3б, 3в);
- Математическая статистика (2, 3а, 3г, 4);
- Маркетинг образовательных услуг методология (3).

Курсовые проекты (работы) выполняются в пределах часов, отводимых на изучение соответствующей дисциплины. По общим психолого-педагогическим дисциплинам “Психология профессионального образования” и “Общая профессиональная педагогика” выполняется комплексная курсовая работа, а по специальным психолого-педагогическим дисциплинам “Методика профессионального обучения” и “Педагогические технологии” курсовая работа выполняется по выбору студента.

Получение отраслевой рабочей профессии осуществляется в процессе производственного обучения в течение 11 недель (396 аудиторных часов). Формы обучения предусматривают аудиторные, лекционные, лабораторно-практические занятия и самостоятельную работу студентов. Выполняется 9 курсовых проектов и работ. Предполагается прохождение квалификационной практики по профессии (4-й и 6-й семестры), производственно-технологической (8-й семестр), педагогической (8-й и 9-й семестры) и преддипломной (10-й семестр) практик.

Итоговая аттестация предполагает два государственных экзамена по гуманитарной и психолого-педагогической подготовке и защиту в ГЭК дипломного проекта или дипломной работы.

Перспективы развития содержания предлагаемой подготовки неразрывно связаны с необходимостью дальнейших исследований в сфере маркетинга услуг, выделившейся в последние десятилетия в самостоятельное научное направление. В частности, задача переориентации преобладающего типа управления в системе образования, нацеленного собственно на процесс управления, а не на конечный результат, может быть решена с помощью использования методологии менеджмента для проектирования, организации и реализации функционирования всей системы. Попытка ее решения

осуществлена в разработанном и впервые введенном в учебный процесс УГППУ интегративном курсе “Организация и управление в сфере образования”. Курс соединяет и увязывает различные аспекты образовательной деятельности в единую систему с помощью маркетинговой концепции и реализует методами последовательного формирования основ базовой культуры “от общего к частному” следующие цели обучения:

- уяснение современных представлений о сущности и содержании управления в демократичном обществе с рыночной экономикой;
- ознакомление с новой философией образования, обеспечивающей адаптацию системы образования к современным условиям политической, экономической и социальной жизни России;
- уяснение возможности и необходимости использования инструментария менеджмента и маркетинга в проектировании и реализации образовательного процесса;
- формирование определенной системы знаний по содержанию и последовательности действий для организации и реализации образовательной услуги.

Указанные цели достигаются посредством решения следующих задач:

- изучение основ теории управления в технической и социальной системах;
- ознакомление с существующими подходами к мотивации человека; изучение процесса мотивации;
- уяснение особенностей маркетинга в сфере образования; изучение модели обменного взаимодействия основных субъектов системы образования;
- формирование умений по организации деятельности при проектировании образовательной услуги.

В результате изучения дисциплины студент должен:

а) знать:

- основные принципы управления и регулирования;

- содержание и последовательность действий по планированию, организации, исполнению и контролированию процессов и результатов деятельности;

- сущность, содержание и основные компоненты образовательной услуги;

б) уметь:

- использовать инструментарий менеджмента и социально-этичного маркетинга при проектировании и организации образовательных систем;

- оптимизировать функционирование элементов образовательной системы на уровне образовательного учреждения;

- организовать проектирование образовательной услуги;

в) иметь представление:

- об особенностях управления социальными системами;
- о сущности, содержании и процессах мотивации человеческой активности;

- современной системе образования;

- методологии проектирования образовательных систем;

- об основных методических приемах преподавания курса.

В настоящее время изыскиваются возможности инвестиционного обеспечения дальнейших исследований по конкретизации маркетингового инструментария в сфере образования и его практического использования.