

Стратегическое позиционирование вуза обуславливается факторами конкурентной среды и заключается в создании уникальной и выгодной позиции, на основе сочетания видов деятельности, отличных от видов деятельности конкурентов.

Российский профессионально-педагогический университет (РГППУ), одним из первых в России зарегистрированный в статусе Федерального автономного образовательного учреждения, определил переход на предпринимательскую модель развития как главную стратегическую задачу, решение которой обеспечивает его устойчивую конкурентоспособность. Инновационная деятельность, реализуемая в рамках данной модели, предполагает превращение имеющихся ресурсов и интеллектуального потенциала университета в его рыночные конкурентные преимущества. В университете совершенствуется система стратегического планирования. Цели, задачи и приоритетные направления деятельности, намеченные в разработанной концепции развития на среднесрочную перспективу, являются ориентирами для годовых текущих планов структурных подразделений университета: институтов, отделов и кафедр, находят своё логическое завершение в индивидуальных планах.

Стратегия вуза направлена на обеспечение его динамичного развития, сохранение лидирующих позиций в области профессионально-педагогического образования.

Ю.А. Снегирева, И.Н. Маврина

*Российский государственный профессионально-педагогический
университет*

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ВУЗА: ПОНЯТИЕ И ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ

Проблема развития социального предпринимательства становится все более актуальной, что обусловлено ее значимостью в современной экономике,

вследствие обострения социальных проблем и противоречий и необходимостью их решения, а также формированием конкурентной среды в отраслях социальной сферы, в том числе в сфере высшего профессионального образования.

Понятие социального предпринимательства многогранно и отражает широкий спектр присущих ему задач и особенностей.

Характер влияния социального предпринимательства на общественное развитие можно охарактеризовать следующим образом:

- создает благоприятную почву для развития партнерских отношений между органами власти, бизнесом и местным сообществом;
- определяет новые нормы предпринимательского поведения через повышение ответственности юридических лиц;
- помогает решать экологические проблемы;
- дает возможность более продуктивно использовать ресурсы территорий в решении социальных проблем, в том числе и бюджетные;
- изменяет финансовые условия реализации социальных программ и проектов (сокращает грантовую и донорскую поддержку);
- повышает качество жизни населения, в том числе через преодоление социальной изолированности определенных групп;
- обеспечивает процесс развития общественных инициатив и формирование гражданского общества;
- улучшает демографическую ситуацию региона[1].

Авторы полагают, что социальное предпринимательство - это предпринимательская деятельность, характеризующаяся инновационными подходами и инициативностью в вопросах решения социальных проблем общества, самокупаемостью, измеримостью финансовых результатов, ответственностью со стороны предпринимателей за свои действия и решения, основная цель которой - положительные изменения в социальной сфере общества.

Конкурентные отношения в сфере образования закономерно активизируют процесс развития вузовского предпринимательства, которое неизбежно приобретает социальный характер. Выступая, как агент изменений, в социальном секторе вуз реализует социально-предпринимательскую миссию, способствуя росту самозанятости молодежи, становлению самоорганизационных процессов в сфере молодежной политики, инициированию формирования и развития некоммерческих организаций и фондов, реализации социальных проектов, в том числе путем меценатства и благотворительности. Социальное предпринимательство вуза находит, в частности, яркое проявление в создании вузами эндаумент-фондов, за счет которых инвестируются многие программы развития современных университетов.

Список литературы:

1 Татаркин, Маслов. Вестник УрФУ 2012г., №3

Ю.И. Шакирова, И.С. Изовская

*Российский государственный профессионально-педагогический
университет*

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТРУДА ВЫПУСКНИКОВ.

За последнее время ситуация с трудоустройством выпускников значительно осложнилась, что в большинстве своем отмечают многие аналитические источники, в том числе, это наглядно демонстрируют средства массовой информации, выделяя этому вопросу целые рубрики. Как же эти изменения повлияли на конкретную работу ВУЗов по содействию занятости молодых специалистов? Насколько согласованы две точки зрения основных игроков на рынке труда – ВУЗов и работодателей? Ведь зачастую от