

- изменение менталитета в вопросах важности объединенных подходов к обучению в течение всей жизни, совершенствованию навыков и способностей, а также развитию людских ресурсов.

Все эти задачи должны решаться с использованием индивидуальных для каждого контекста подходов и с учетом как формального, так и неформального секторов. В настоящее время существует острая потребность в более активном инвестировании в высококачественное профессиональное образование.

Нельзя недооценивать вклад профессионального образования в развитие российской национальной экономики, местного сообщества, в снижение уровня бедности и в демократизацию общества в целом.

**Е.В. Кузнецова, Л.А. Скороходова**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **К ВОПРОСУ ОБ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ДЕТЕРМИНАНТАХ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

Исследование поведения потребителей – это непочатый край работы для маркетологов. Для того чтобы выяснить чего хочет потребитель, ежегодно проводятся сотни маркетинговых исследований. Для того чтобы понять природу потребления товаров или услуг, нужно, прежде всего, выяснить что влияет на процесс принятия решения о покупке, т.е. изучить поведение потребителей.

Образовательная услуга как физический объект начинает восприниматься потребителем при удовлетворении определенных потребностей. Цели, которые преследует потребитель при выборе образовательной услуги можно подразделить на следующие типы:

- удовлетворение предельно рациональных, «естественных» потребностей, которые сконструированы самой природой. Это потребности, которые никто не может проигнорировать. В этом смысле оно носит универсальный, наднациональный и надисторический характер: во всех странах и во всех эпохах люди стремятся обеспечить удовлетворение одних и тех же потребностей, что не исключает различий в уровне этих потребностей и в методах их удовлетворения;

- удовлетворение потребностей, порожденных культурой. Поскольку культура прерывиста (в разных странах, у разных этносов и даже классов), то эта цель является рациональным только в пределах культуры, породившей данную цель. Вне ее оно смотрится абсурдным. Цели, порожденные культурой, носят

искусственный характер, но, будучи глубоко усвоенными, они превращаются почти в биологическую или психологическую проблему;

- игровая цель является развитием способностей личности или имитации их использования в случае отсутствия возможностей применения в реальной жизни (компенсаторная функция). Это социальное действие, развивающееся по заранее оговоренным правилам и имитирующее, моделирующее те или иные ситуации инструментального действия;

- аффективная социальная цель направлена на получение психологической разрядки. Если действие, обусловлено аффектом, находит свое выражение в сознательной эмоциональной разрядке, то это сублимация.

На механизм принятия решений также могут влиять такие действия как:

- целерациональное социальное действие может быть с точки зрения цели и инструментальным, и ценностно-ориентированным, и игровым, и иногда даже аффективным (человек сознательно отказывается себя контролировать и использует свое аффективное состояние во вполне рациональных целях);
- традиционное социальное действие основано на длительной привычке.

**Э.Ф. Лузин, Л.А. Скороходова**

*Уральский юридический институт МВД России*

## **К ВОПРОСУ О МЕНЕДЖМЕНТЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА В УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ СТРУКТУРЫ МВД**

Обучение курсантов в ВУЗах МВД проходит, в целом, по специальностям, аналогичным гражданским. Но, помимо учёбы курсанты ещё и проходят службу, а также изучают специальные дисциплины. Всё это вносит определённую сложность в обучение курсантов. В связи с этим, надо выстроить правильный менеджмент в образовательный процесс ВУЗа МВД.

Рекомендуются следующие элементы любого менеджмента:

- 1) миссия организации: каждому курсанту и слушателю милицейского института следует донести главную задачу существования их ВУЗа и министерства внутренних дел в целом – подготовку квалифицированных кадров и перемену стереотипов в отношении милиции, что должно способствовать выстраиванию мотивации для их обучения;

- 2) цели организации: выстраивание целей для института в целом и в частности для факультета, курса, учебной группы, курсанта. Учащимся следует разъяснить цели их поступления в ВУЗ. Это разъяснение должно проходить