

## РАЗДЕЛ 5

### ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Д.В. Андриянова, А.В. Козлова

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

#### **ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ БАКАЛАВРОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ (В ЭКОНОМИКЕ) С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВОССТРЕБОВАННОСТИ НА РЫНКЕ ТРУДА**

В настоящее время в России на рынке труда преобладает рыночный тип экономики, а значит, основой успешности личности является конкурентоспособность. В современных условиях востребованными являются такие качества, как умение работать в команде, знание информационных технологий, умение быстро ориентироваться в условиях неопределенности, умения ведения переговоров, знание нормативно-правовой базы.

В основе конкурентоспособности лежат компетенции, выраженные в федеральном государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования в качестве требований к результатам освоения основных образовательных программ.

Попытаемся проанализировать компетенции федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 051000 Профессиональное обучение (по отраслям) (квалификация (степень) «бакалавр») введенного в действие приказом № 781 от 22 декабря 2009 года.

Данный федеральный государственный образовательный стандарт представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации образовательных программ этого направления. Под требованиями к результатам основных образовательных программ понимается то, что выпускник должен обладать универсальными (общенаучными, инструментальными, социально-личностными и общекультурными) и профессиональными (концептуальными и технологическими) компетенциями. Поскольку выпускник данной специальности имеет возможность работать как в образовании, так и в экономике, то и требования к компетенциям, которыми он должен обладать, должны предъявляться различной направленности.

Даже при не глубоком анализе мы видим, что в федеральном государственном образовательном стандарте говорится лишь о способности организовывать профессионально-педагогическую деятельность на нормативно-правовой основе. А, например, о такой компетенции как знания информационных технологий речь вообще не идет. Исходя из приведенного примера, можно сказать, что компетенции, которыми должен обладать выпускник, не полностью соответствуют требованию рынка труда в современных условиях.

Таким образом, поскольку ФГОС ВПО 3 предполагает вариативную часть, которая разрабатывается самим образовательным учреждением, то необходимо, проанализировав данный стандарт, выявить недостающие компетенции и включить в нее дисциплины, формирующие данные компетенции.

**М.С. Башурова, В.И. Накарякова**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **К ВОПРОСУ О ВАЖНОСТИ ОБУЧЕНИЯ ОСНОВАМ НЕЙМИНГА ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ – МАРКЕТОЛОГОВ**

В современной России, как и во всем мире, в условиях непрерывно растущих и изменяющихся потребностей людей, а также в условиях ужесточения конкуренции и развития технологий особенно важным является такое направление маркетинговой деятельности предприятий, как разработка и внедрение на рынок новых товаров.

В данной связи достаточно большую популярность в последнее время приобретают программы подготовки специалистов по маркетингу, обязательно включающие в себя разделы, посвященные теории и практике в области разработки новых товаров. Изучение данного вопроса во многом основывается на подробном рассмотрении этапов разработки товара.

Важно отметить, что в настоящее время в науке отсутствует единое мнение о том, какие именно этапы можно выделить в процессе разработки товара. Так, Е.Л. Басовский, Т. С. Бронникова, А.Г. Чернявский и другие исследователи данного вопроса выделяют следующие основные этапы: формирование и отбор идей, экономический анализ, разработка концепции и стратегии маркетинга, разработка товара, испытание в рыночных условиях, развертывание коммерческого производства. При этом некоторые ученые такие, как Е.В. Попов и др. выделяют еще один немаловажный этап – создание торговой марки, в частности – разработку названия товара (нейминг).