

ОРГАНИЗАЦИЯ АПРОБАЦИИ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛА УЧРЕЖДЕНИЯ НАЧАЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ МАРКЕТИНГА

In work are determined: the primary vocational education establishment personnel marketing preparation program participants, a employment realization technique, the students categories individual education needs way of the account.

Организация процесса подготовки по образовательной программе предполагает определение участников педагогического процесса, цель их подготовки, содержание педагогического процесса, методику проведения занятий и их методическое обеспечение.

Анализ структурно-функциональной модели маркетинга учреждения начального профессионального образования (УНПО), разрабатываемой при финансовой поддержке МО РФ (проект ГО2–2.1–253) показал, что при отсутствии штатного маркетолога в УНПО наибольший объем работ по маркетингу в настоящее время осуществляют три сотрудника: директор, заместитель директора по учебно-производственной работе и методист. Следовательно, именно эти категории персонала необходимо обучать в первую очередь. Степень их участия в реализации маркетинговой деятельности различна, поэтому цели и содержание подготовки должны быть разработаны исходя из потребности практики и содержания работ УНПО в области маркетинга. Целесообразно дифференцировать учебный материал в зависимости от категорий.

Учитывая инновационный характер маркетинговой деятельности в сфере начального профессионального образования, а так же результаты опроса сотрудников УНПО Свердловской области, можно утверждать, что наиболее предпочтительными формами прохождения обучения для них являются курсы повышения квалификации и семинары по обмену опытом. Кроме этого, при повышении квалификации необходимо использовать технологии обучения, индивидуализирующие педагогический процесс, с учетом интересов и образовательных потребностей обучаемых.

Перед началом занятий необходим входной контроль в виде решения задач различных уровней сложности, работа над которыми поможет диаг-

ностировать исходный уровень знаний и умений в области маркетинга и определить индивидуальную траекторию обучения.

Начальный уровень знаний и умений слушателей может характеризоваться степенью их включенности в маркетинговую деятельность, опытом работы по данному направлению. Чтобы все обучающиеся могли достичь заданные программой требования к уровню усвоения материала, необходимо разработать набор модульных блоков и учебных элементов, используемых ими при самостоятельной работе.

Кроме самостоятельной работы методика обучения должна включать аудиторские лекционные и практические занятия. Лекционные занятия можно проводить фронтально; при проведении практических работ группу целесообразно разделить на подгруппы, сформированные по категориям. Каждая подгруппа решает задачи в области маркетинга, характерные для своей практической деятельности.

Для оценки результатов обучения используются задачи различного уровня сложности и выполненные самостоятельные работы, отражающие специфику организации маркетинговой деятельности конкретных УНПО.

Н. В. Ронкина

РОЛЬ СПЕЦКУРСОВ В ЦИКЛЕ ДИСЦИПЛИН ПРЕДМЕТНОЙ ПОДГОТОВКИ КАФЕДРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРАВА

Reform of education is one of the most actual problems in Russian Federation during next 10 years. Institution of pedagogical jurisprudence, pulpit of educational jurisprudence take's part in discussing laws in this sphere. Teachers of pulpit of educational jurisprudence offer's to create a system of special curses of disciplines subject training disciplines.

Реформа общего и профессионального образования в Российской Федерации в последнее десятилетие стала весьма насущной проблемой, которая на сегодняшний день имеет довольно обширный перечень предложений, проектов, постепенно воплощаемых в реальную жизнь, педагогическую практику.

Одним из достижений в сфере модернизации и совершенствования российского образования является разработка Кодекса Российской Федерации об образовании, обсуждение проекта которого довольно успешно