

СИСТЕМА ЗАДАЧ КОНКРЕТИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪКТОВ РЕГИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ¹

The system of problems which decision will allow to organize marketing interaction of subjects of regional educational policy is discussed.

В настоящее время существует противоречие между необходимостью выявления, учета, оценки и прогнозирования разноплановых интересов и ожиданий многочисленных и разнообразных потребителей результатов функционирования системы профессионального образования (СПО) и отсутствием организационных структур, реализующих подобную деятельность на всех уровнях управления государственной СПО.

Эффективное удовлетворение актуальных и перспективных потребностей в качестве профессионального образования обуславливает необходимость соответствующей перестройки существующей модели управления региональной СПО с привлечением маркетинговых технологий. Реализация любой технологии предполагает выделение, конкретизацию, распределение и согласование соответствующих функций между исполнителями, для чего необходимы:

- разработка методики изучения и оценки состояния и тенденций развития маркетингового управления в иерархии управления региональной СПО;
- когнитивное, структурное и функциональное моделирование детерминизма социального взаимодействия основных субъектов образовательной политики (человек, общество, государство, субъект РФ, региональная система органов управления образованием, профессиональное образовательное учреждение);
- структурное и функциональное моделирование реализации обменного взаимодействия субъектов образовательной политики; конкретизация содержания обменов и обеспечивающих их отношений;
- обоснование и трактовка качества (критериальная база и возможные параметры) «входных» и «выходных» результатов функционирования в иерархии субъектов СПО;

¹ Работа осуществляется при финансовой поддержке РГНФ (проект № 05–06–06419а).

- разработка методик сегментирования реальных субъектов территориального образовательного пространства и систематизации их в «представительские» группы, определения реальных и перспективных потребностей в результатах функционирования региональной СПО, формализации ожиданий каждого представителя групп субъектов образовательного пространства в педагогических категориях; выделение показателей качества, востребованных представителем каждой группы; параметризация показателей качества;
- разработка механизмов маркетинговой оценки результатов образовательной деятельности субъектов региональной СПО, конкретизация критериев оценки;
- разработка методики распределения и согласования маркетинговых компетенций и полномочий в иерархии субъектов региональной СПО;
- обоснование и конкретизация видов и содержания маркетинговых работ учреждения профессионального образования (УПО), необходимых и достаточных для его функционирования и развития; структурно-функциональное моделирование маркетинговой деятельности УПО;
- разработка методики определения рыночных целей с учетом возможностей УПО;
- обоснование и отбор необходимой системы знаний и умений в области маркетингового управления УПО; разработка и апробация профессиональной образовательной программы и соответствующего методического обеспечения повышения квалификации работников УПО, создание «персонала» модернизации.

М. А. Процкая,
Т. Е. Могилевская

ТРАДИЦИОННЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ

The main component of teacher's qualification characteristic includes skills of lesson organization technology. Various sides of making such skills are the subject of theoretical and practical researches in the process of physical training as well as in the methods of different subjects' teaching.