

ные центры высшей школы (г. Челябинск), Региональные центры конверсии (г. Санкт-Петербург), Региональные научно-образовательные комплексы (г. Кемерово), Научные и технологические парки (г. Томск), Областные центры новых информационных технологий (г. Тверь), Центры (федеральные и региональные) подготовки менеджеров и специалистов рыночной экономики (г. Санкт-Петербург), разнообразные научно-образовательные центры (г. Москва).

Процесс создания образовательных центров имеет место и в РГППУ. Достаточно отметить, что список филиалов и представительств РГППУ насчитывает более десятка наименований. Они были созданы как в Свердловской области, так и на территории других субъектов РФ (например, Ханты-Мансийский АО, Ямало-Ненецкий АО, Тюменская область, Пермский край и т. д. Однако эти структуры не всегда соответствуют социально-экономическому потенциалу территории, на которой они функционируют. Это приводит к тому, что представительства и филиалы университета нередко закрываются в силу того, что социально-экономический потенциал муниципальных образований оказывается исчерпанным. Отсюда требуется корректировка территориальной организации представительств и филиалов университета с учетом меняющейся социально-экономической ситуации. По нашему мнению, необходимо преобразование существующих образовательных центров в научно-производственно-образовательные комплексы (НПОК). Примеры создания таких НПОК в России имеются, в частности, в РГУ нефти и газа им. И. М. Губкина, не говоря о зарубежном опыте.

**И. М. Аликперов**

*Екатеринбург*

### **Инновационные подходы к развитию образовательного учреждения**

Инновационное развитие экономики реально может начаться только с изменения управления образовательными организациями и учебным процессом. Успешная организация, а тем более связанная с развитием человеческого капитала, будет ориентироваться на стратегические инновации, направленные на достижение ее конкурентоспособности

в перспективе. С этих позиций рассмотрим условия формирования и развития инновационной модели высшего образовательного учреждения.

Номинально считаясь унитарными бюджетными заведениями, ВУ-Зам все больше приходится погружаться в рыночную среду с целью зарабатывания внебюджетных средств, которые необходимы для развития материально-технической базы, модернизации основных фондов, продвижения своих услуг, увеличения фонда заработной платы сотрудников, решения социальных вопросов. Рынок образовательных услуг все больше становится типичным конкурентным бизнес-рынком, на котором действуют те же рыночные законы и тенденции, как и на любом рынке потребительских коммерческих услуг (что не исключает специфики их содержания), а это предполагает изучение бизнес-процессов и их учет в управлении бюджетной организацией. Таким образом, современные университеты, как и другие бюджетные организации, все больше превращаются в самостоятельные бизнес-единицы, что требует новых подходов в управлении ими.

Деятельность современной организации нацелена на достижение определенных стратегических целей и повышение конкурентоспособности. В условиях рыночной конкуренции, а тем более в период кризиса, университеты активно продвигают не только свои специальности, факультеты, но и формируют (более или менее успешно) имидж своих заведений в глазах общественного мнения. Звеном такого имиджмейкерства стала разработка миссий высших учебных заведений.

Миссия Уральского государственного педагогического университета, к сожалению, отражает типичное воспроизводство профессиональных педагогических кадров, а также совсем не уделяет внимания развитию профессиональных способностей, самореализации субъектов педагогической деятельности.

В организации учебного процесса инновационной организации важны материальная база, управленческие коммуникации и уровень мотивации. Нельзя не заметить, как довольно успешно обновляется материально-техническая база университетов, правда финансируемая в основном обучающимися платно студентами. К сожалению, спроектированные и построенные еще при советской власти учебные корпуса не вписываются в сегодняшнюю, и главное, в завтрашнюю модель образовательного процесса и организацию труда преподавателей, так как перенесение акцента с массового поточного образования на индивидуальный и дистанционный

процесс требует и соответствующую организацию рабочего места преподавателей. Как ни странно, в большинстве университетов, современно технически оснащенные места есть только у административного и вспомогательного персонала, а не у преподавателей, которым к тому же приходится чаще всего использовать для работы домашние технические средства.

Инновационность нельзя запрограммировать – это творческий процесс, который необходимо мотивировать и создавать для него не только технические условия, но также социальные и моральные. Последнее государственное реформирование заработной платы в бюджетной сфере не оправдало надежд высококвалифицированных университетских преподавателей, которое не только не подняла уровень оплаты труда преподавателей на достойный уровень, но и не стало сильным инструментом в мотивации инноваций, так как абсолютное большинство из них заинтересованы в увеличении количества работы с целью поддержания уровня жизни на воспроизводственном уровне, а не в развитии профессиональных качеств и инноваций (к сожалению, это остается делом личной чести!).

В университетской среде сконцентрировано большое количество научно-педагогических работников, имеющих свои амбиции, представления мнения о состоянии и уровне развития организации, а учитывая, что большинство работающих являются женщинами, это не может не вызывать не только профессиональные противоречия и разногласия, но и интриги, клановость и пр. Это разрушает изнутри организацию, не способствует созданию дружеской творческой атмосферы, способствующей инновационному развитию. Для преодоления этой проблемы существует различные профессиональные процедуры и тренинги, которые формируют и развивают команду единомышленников – *teambuilding*.

В качестве важного ресурса повышения качества обучения и развития новых подходов в организации учебного процесса следует выделить продвижение преподавателей, формирующих как базовые знания, так и практические. Как показывает мировой опыт, подготовленные и мотивированные для получения новых знаний студенты все больше заинтересованы не только в профессиональных и личностных качествах преподавателей. Учебные коммуникации во многом должны основываться на таком важном факторе образовательного процесса как доверие, а это должно отразиться на системе продвижения преподавателей.

Конкурентоспособность предложения на рынке образовательных услуг все больше определяется не столько тем, что предлагается университетом, но и как. Это связано с расширением профилей и универсализации в предложении учебных специальностей. Кроме качества самого учебного процесса при выборе заведения потребитель услуг также все больше учитывают и оценивают качество их предоставления. У взрослого потребителя есть сегодня достойный выбор в наполнении нерабочего времени – не случайно образование все больше будет превращаться в сферу качественного обслуживания клиентов в получении образовательных услуг, то, что на Западе называют *educament*- сочетание образования с развлечением.

В действующей системе управления высшими учебными заведениями отчетность включает в основном показатели, связанные с результативностью в учебной, научной, воспитательной деятельности, но практически никто не оценивает результаты деятельности с точки зрения повышения конкурентоспособности университета (подразделений). Такая недооценка в скором времени может негативно сказаться и на самой научной, учебной деятельности в связи с государственной политикой автономизации и увеличения роли и доли внебюджетных средств в финансировании университетов, поэтому необходим постоянный аудит конкурентоспособности учебных заведений.

**И. Н. Сосунова**

*Екатеринбург*

### **Использование электронных презентаций в учебном процессе как инновационный фактор педагогического образования**

Происходящие в стране демократические преобразования вызвали поиск эффективных линий переустройства различных сторон жизни общества, его социальных институтов, в том числе и системы высшего образования. Высшая школа ориентируется в своем развитии на качественную подготовку специалистов, отвечающую изменениям происходящим на рынке труда.

Особый интерес, с точки зрения проблемы существенного повышения эффективности лекционных занятий, представляет вопрос о конструировании и использовании электронных презентаций по профильным дисциплинам. Подготовка электронных презентаций по эконо-