

РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА В ПРАКТИКЕ ВНУТРИФИРМЕННОГО ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

Современная социально-экономическая ситуация в стране и развитие рыночных отношений привели к необходимости формирования и развития отделов маркетинга, которые пришли на смену привычным отделам сбыта и снабжения в условиях плановой экономики. Сложившаяся в настоящее время ситуация на российских промышленных предприятиях характеризуется противоречием между потребностью в высококвалифицированных специалистах отдела маркетинга и неготовностью системы профессионального образования в полной мере удовлетворить эту потребность. Вследствие этого практика как единственный способ освоения профессиональных функций становится основным фактором развития профессиональной компетентности специалиста.

Компетентность – совокупность соответствующих знаний, умений и навыков, позволяющих судить о чем-либо со знанием дела; глубокое и доскональное знание своего дела, способов и средств достижения намеченных целей.

Целями исследования явились: 1) разработка и адаптация методики оценки компетентности; 2) экспериментальная оценка уровня компетентности специалистов отдела маркетинга; 3) разработка на основе полученной оценки рекомендации по обучению и планированию карьеры; 4) доработка и внедрение методики оценки компетентности в практику служб маркетинга. На основе сравнительного психологического анализа содержания профессиональной деятельности специалистов отдела маркетинга и специалистов производственных подразделений можно выделить четыре области компетентности специалиста отдела маркетинга: инструментальную, когнитивную, эмоциональную и коммуникативную. В свою очередь, каждая область состоит из нескольких элементов.

Результаты анализа экспертной оценки позволили выделить по одному наиболее значимому элементу в каждой области: в инструментальной – умение оперировать ценностями и адаптировать их к изменениям внешней среды; интеллектуальной – умение осуществлять синтез информации и использовать ее в условиях быстро изменяющейся внешней среды; эмоциональной – умение приобщаться к эмоциональным переживаниям партнера по взаимодействию;

в коммуникативной – умение вставать на точку зрения партнера и гибко реагировать на коммуникативную ситуацию. В настоящее время ведется работа по внедрению программы «Развитие профессиональной компетентности специалистов отдела маркетинга» в практику внутрифирменного обучения персонала.

В. Б. Полуянов, В. Б. Савельев

ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНИКАМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ «ОСНОВЫ ТЕОРИИ И ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ»

Уральский государственный профессионально-педагогический университет и Институт развития регионального образования Свердловской области при финансовой поддержке Министерства образования РФ (грант ГОО–2.1–122) приступают к реализации комплексного проекта по повышению квалификации работников сферы образования в области маркетинг менеджмента. Проект предусматривает последовательное повышение квалификации выпускников профессиональной образовательной программы, состоящей из четырех логически завершенных концентров-модулей: нулевой модуль «Основы теории и технологии управления»; первый модуль «Основы маркетинга менеджмента»; второй модуль «Маркетинговая деятельность профессионального образовательного учреждения»; третий модуль «Планирование и организация маркетинговых исследований».

Нулевой модуль, объемом 28 часов, предназначен для формирования представлений о тотальном характере управленческой деятельности и содержании образовательных услуг по обучению управленческой культуре и предполагает решение следующих задач:

- уяснение необходимости изучения и применения теории в практике управления;
- ознакомление с современными представлениями категории «технология»;
- уяснение концепции инварианта управленческой деятельности;
- формирование общего представления о современном менеджменте и его функциях;
- изучение кибернетической модели мотивационного процесса;
- ознакомление с целями, содержанием, формами и организацией обучения по повышению квалификации в области маркетинга менеджмента;