

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;

- формирование потребности слушателей в получении образовательных услуг по изучению основ маркетинга менеджмента;

- оказание помощи слушателям по выбору и конкретизации индивидуальных образовательных траекторий в рамках предлагаемой профессиональной образовательной программы.

В результате изучения тематики модуля выпускник должен:

- знать кибернетическое представление модели регуляционного цикла, сущность менеджмента и маркетинга формальных организаций в сфере экономики;

- уметь формулировать цель деятельности социального субъекта в зависимости от внешних условий его функционирования в соответствии с кибернетической моделью мотивационного процесса;

- иметь представление о целях научного познания картины мира, трактовке понятия «технология», комплексе образовательных услуг по повышению квалификации в области маркетинг менеджмента в сфере профессионального образования;

- принять решение о целесообразности собственного участия в потреблении предлагаемой образовательной услуги; в случае положительного ответа определиться с набором предлагаемых модулей и личной образовательной траекторией, наметить тему выпускной работы, взаимно актуальную и для слушателя, и для сферы профессионального образования, встретиться с научным руководителем.

Т. А. Смолина

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА «КОЛЛЕДЖ – ВУЗ» ДЛЯ ПОДГОТОВКИ УЧИТЕЛЯ ТЕХНОЛОГИИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

С выходом в свет Закона Российской Федерации «Об образовании» право выпускников средних профессиональных учебных заведений обучаться в вузах по родственным специальностям в сокращенные сроки закреплено законодательно. Это вызвало рост приема в вузы выпускников средних профессиональных учебных заведений. В этом процессе не стал исключением и Шадринский государственный педагогический институт. Так, анализ контингента абитуриентов, зачисленных на факультет технологии и предпринимательства с 1994 г.