

стоятельств, принимая во внимание других людей, ограничения социальных структур и собственные требования.

В заключение отметим, для того, чтобы составить базу компетентностей (количество и содержание компетентностей каждого вида), необходимо тщательно определить круг полномочий, функции педагога профессионального обучения, выполняя которые он должен проявлять свою компетентность.

Литература

1. *Зимняя, И.А.* Педагогическая психология [Текст] / И.А. Зимняя. — Ростов-на-Дону: Феникс, 1997.
2. *Зимняя, И.А.* Ключевые компетенции — новая парадигма результата образования [Текст] / И.А. Зимняя. — М.: Высшее образование сегодня, 2003. — № 5.
3. Материалы для опытно-экспериментальной работы в рамках Концепции модернизации российского образования на период до 2010 года [Текст] — М., 2002.
4. *Ромек, В.Г.* Уверенность в себе: этический аспект / [Текст] / В.Г. Ромек // Журнал практического психолога. — 1999. — № 9.

Обишвалкина Т.А.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ССУЗОВ

В системе среднего профессионального образования сохраняются многочисленные проблемы, требующие совершенствования механизма государственной поддержки данного сектора образования.

Механизм формирования государственной политики в системе среднего профессионального образования — это система органов, ресурсов и процедур разработки, обсуждения, экспертизы, согласования и утверждения основополагающих и дополняющих политических документов, выработанных органами государства по развитию экономики среднего профессионального образования, подготовленных в соответствии с объективно заданной структурой государственной политики в сфере образования как разновидности государственной политики в целом.

На сегодняшний день в России сформирована основная законодательная и нормативно-правовая базы системы среднего профессионального образования, однако по отдельным направлениям, касающихся, например, нормативов финансирования, обеспечения самостоятельности в использовании финансовых средств, льгот и преференций образовательным учреждениям среднего профессионального образования и финансирующим образование лицам и др. требуются существенные дополнения существующего правового поля в интересах развития системы среднего профессионального образования.

Требуют определенной доработки и финансовые механизмы регулирования среднего профессионального образования.

Необходимо привести в соответствие структуру механизма финансового обеспечения среднего профессионального образования, элементами которой выступают:

- финансирование текущих расходов ссузов на основе дифференцированных нормативов с использованием государственных финансовых обязательств или иных, схожих по своей природе, инструментов;

- финансирование стипендий и иных социальных выплат в сфере среднего профессионального образования;

- финансирование подготовки специалистов для государственных и муниципальных нужд на основе субсидий и субвенций;

- финансирование развития ссузов на основе среднесрочных (3—5 лет) программ;

- финансирование проводимых ссузами научных исследований;

- финансирование специального пакета для ссузов;

- государственную поддержку образовательных кредитов на получение среднего профессионального образования;

- предоставление налоговых льгот ссузам, а также физическим и юридическим лицам, вкладывающим средства в подготовку специалистов, оказывающим среднему профессиональному образованию материальную поддержку.

Одним из важных механизмов является маркетинговая служба предоставляемых услуг. Под маркетингом в образовании будем понимать вид деятельности образовательного учреждения, направленный на удовлетворение потребностей социального заказа общества на подготовку специалиста с конкретно заданными личностными и профессиональными качествами.

Сегодня как никогда актуально применение механизмов маркетинга в управлении системой образования. Маркетинг в системе среднего профессионального образования реализуется через совокупность рыночных отношений в стратегии и тактике взаимодействия потребителей, посредников и производителей образовательных услуг, что способствует удовлетворению потребностей личности — в приобретении среднего профессионального образования, общества и различных организаций — в воспроизводстве интеллектуального потенциала. Реализация маркетинга в среднем профессиональном образовании как социальной функции управления предполагает изучение задач, стоящих перед образовательными учреждениями в сфере принятия управленческих решений, в том числе:

- изучение макро- и микросреды маркетинга, в которой функционирует конкретное образовательное учреждение;

- изучение рынка образовательных услуг, а также факторов, влияющих на формирование и изменение образовательных потребностей представителей разных социальных групп;

- изучение возможностей выхода образовательных учреждений на рынок образовательных услуг, что предполагает установление контактов с потребителями образовательных услуг.

Маркетинг ссуза представляет собой процесс выявления потребностей отдельного гражданина, предприятия и общества (государства) в соответствующих услугах, продукции и удовлетворения спроса на них посредством обмена, который происходит при соблюдении общих функций управления, т. е. его деятельность планируется, организуется, регулируется, учитывается, анализируется и контролируется.

Обратим внимание на то, что принятие управленческих решений на всех уровнях системы среднего профессионального образования связано с проблемой получения полной, актуальной и достоверной информации. Системообразующим элементом должен стать состав показателей деятельности образовательных учреждений. Эта система должна способствовать решению таких задач, как:

- получение объективной оценки результатов деятельности образовательного учреждения, образовательных комплексов, образовательных систем различных уровней управления;

- идентификация критичных элементов образовательных систем различных уровней с целью разработки и реализации комплекса мер перевода их из стабильного состояния с последующим развитием;

— сравнительный анализ состояния и потенциала образовательных учреждений и образовательных систем различных уровней;

— создание информационной базы для формирования программ развития образования;

— мониторинг процесса реализации программ развития образования;

— оценка результатов реализации программ развития образования.

Выбранный состав показателей может стать основой структуры и содержания нормативных документов, банка данных и аналитических материалов по каждому образовательному учреждению и образовательной системе различного уровня.

Литература

1. Методика формирования, реализации и мониторинга исполнения бюджета развития системы образования. // Журнал «Университетское управление», № 3, 2002 г.

2. Методика формирования, реализации и мониторинга исполнения бюджета развития системы образования. // Журнал «Университетское управление», № 3, 2002 г.

3. Роль образовательного маркетинга в удовлетворении потребностей личности. // «Развитие личности», Режим доступа: <http://rl-online.ru/info/authors/115.html>

4. Служба тематических толковых словарей // Режим доступа: <http://www.glossary.ru/>, 2008 г.

Подгорных Е.М.

ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ БУДУЩЕГО ПЕДАГОГА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

В обучении современного педагога необходимым компонентом становится воспитание эмоциональной культуры. Управление эмоциональными состояниями — важная, но не единственная составляющая эмоциональной культуры личности. Мы можем говорить о высоком уровне эмоциональной культуры только тогда, когда развиты высшие чувства человека: способность к эмоциональному восприятию и глубокому переживанию пре-