

Так, профессиональная деятельность специалиста по физической культуре должна быть направлена на развитие, обучение и воспитание учащихся образовательных учреждений средствами физической культуры.

Преподаватель физической культуры должен уметь: использовать психолого-педагогическую и медико-биологическую диагностику при реализации профессиональных функций, планировать образовательную деятельность, использовать методики развития физических качеств, владеть технологией обучения двигательным действиям; должен знать: содержание Закона РФ «Об образовании», законодательных и нормативных документов по вопросам физической культуры и спорта, принципы организации и методику воспитательной работы, современные технологии и системы физического развития человека, содержание физического воспитания в различных типах образовательных учреждений.

Для повышения эффективности обучения важным моментом является решение проблемы установления межпредметных связей, которые предполагают взаимную систематизированную согласованность содержания обучения по различным дисциплинам. В современных условиях обучения проблема межпредметных связей трансформируется в проблему оптимизации содержания образования. При этом показателями качества системы обучения являются обоснованная последовательность изучения учебных дисциплин, их взаимосвязь на уровне содержания обучения, оптимальное соотношение уровня усвоения и объема изучаемого материала.

Профессиональное образование представляет собой сложную, многоуровневую, динамическую систему. Результатом ее деятельности и показателем качества является качество выпускника-специалиста, подготовленного к выполнению профессиональной деятельности.

М.В. Горонович, Т.Б. Соколова

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МТН-ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПОВЫШЕНИИ КВАЛИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА УЧРЕЖДЕНИЙ НАЧАЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ МАРКЕТИНГА

Управление в сфере профессионального образования в современных социально-экономических условиях предполагает использование маркетинговых технологий, применение которых в практике работы учебного

заведения должно обеспечиваться соответствующим специалистом, владеющим основами маркетинга и менеджмента в образовании, – маркетологом профессионального образовательного учреждения (ПОУ) [4].

Однако в настоящее время должность маркетолога и соответствующие службы в ПОУ, как правило, отсутствуют. Выполнением маркетинговых функций в учреждениях начального профессионального образования занимаются различные категории работников. При этом зачастую используются лишь отдельные элементы маркетинговой деятельности, что снижает эффект от ее применения.

Адекватному использованию маркетинговых технологий в образовательных учреждениях данного уровня призвано способствовать повышение квалификации педагогических и руководящих работников сферы начального профессионального образования в области маркетинга, которое может осуществляться в соответствии с предложенной концепцией, выполненной при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации (проект ГО 2-2.1-253) [5].

Подготовка управленческих кадров сферы профессионального образования должна отражать специфику их маркетинговой деятельности и осуществляться по специально разработанным образовательным программам.

В учреждениях начального профессионального образования маркетинговую деятельность необходимо организовывать в русле целевых установок вышестоящего органа управления с помощью предложенных технологий, ограниченных рамками собственного профессионального поля, т.е. номенклатурой профессий, по которым осуществляется профессиональная подготовка в данном учебном заведении [4]. Следовательно, специалисты, реализующие маркетинговую деятельность, должны владеть основами маркетинговой технологии и быть способны трансформировать ее под конкретные условия.

Анализ должностных инструкций различных категорий персонала учреждений начального профессионального образования позволил выявить объем, характер и степень участия специалистов в реализации маркетинговой деятельности (таблица) [6]. При анализе была использована типовая структура управления учреждением начального профессионального образования, которая состоит из директора (Д), заместителей директора (ЗД) по учебно-производственной (УПР), учебной (ТО) и воспитательной (УВР) работе, методиста (М).

**Распределение функций маркетолога
в учреждении начального профессионального образования**

Функции маркетолога	Д	ЗД по УПР	ЗД по ТО	ЗД по УВР	М	Другой персонал
Создание информационной системы маркетинга	И	Р, И	И	И	Р, П, И *	И
Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов	Р	П, И *	И	П	П	–
Составление планов маркетинга по целевым сегментам	Р, И	Р, И, П *	И	–	И	И
Реализация планов маркетинга	И	И, Р*	И, П	И	И	И
Контроль маркетинга	К, Р, П *	П	И, П	И	–	И

Примечание. Р – принятие решения (утверждение, подписание приказа и др.); П – подготовка решения (комплексная подготовка решения с привлечением необходимых подразделений); И – исполнение решения; К – контроль исполнения решения; * координатор направления деятельности маркетолога.

Распределение маркетинговых функций между персоналом конкретных учебных заведений может варьироваться и отличаться от приведенного выше, так как могут существовать различные варианты структуры управления и должностных обязанностей.

При проектировании содержания и системы организации обучения необходимо учитывать следующие особенности повышения квалификации персонала учреждений начального профессионального образования в области маркетинга:

- разнородность состава учебных групп, сформированных из работников профессиональных учебных заведений (по функциям при выполнении маркетинговой деятельности, по возрасту, уровню базовой подготовки, по опыту маркетинговой и организационно-педагогической деятельности);
- необходимость ориентации обучения на формирование не только знаний в области маркетинга, а, прежде всего, умений в реализации маркетинговой деятельности;

• необходимость учета при обучении слушателей (взрослых людей) андрогогических принципов, таких, как самостоятельность обучающегося при организации процесса своего обучения, опора на опыт обучающегося, индивидуализация содержания обучения с учетом образовательных потребностей, опыта, уровня подготовки, психофизиологических и когнитивных особенностей, стиля учебной деятельности, участие обучаемых в планировании, оценивании и коррекции процесса обучения, контекстность обучения (обучение строится с учетом социальной и профессиональной деятельности обучаемых), актуализация результатов обучения, т.е. безотлагательное применение на практике приобретенных знаний, умений, навыков, качеств, эклектичность обучения, т.е. предоставление обучаемому возможности выбора содержания, методов, форм, средств, сроков, времени и места обучения, а также преподавателей и др. [3].

Учет все вышеуказанные особенности позволяет применение модульных технологий обучения, с помощью которых можно решить следующие задачи:

1) оптимизировать объем теоретического учебного материала на основе принципа необходимости и достаточности, так как отбор и структурирование содержания осуществляется на деятельностной основе;

2) индивидуализировать содержание и темп обучения;

3) гарантировать качество обучения благодаря систематическому и системному контролю и корректированию результатов обучения;

4) активизировать деятельность обучаемого, комбинировать модульные технологии с другими.

Программу повышения квалификации целесообразно проектировать на основе положений концепции «Модули трудовых навыков» (МТН-концепции), разработанной специалистами Международной организации труда в 1970-е гг. а в настоящее время успешно используемой в учреждениях профессионального образования различного уровня. Данная концепция, по сравнению с другими концепциями модульного обучения, обладает следующими преимуществами: при ее разработке сделана попытка упорядочения терминологического аппарата; разработана технология проектирования модульных программ обучения, ориентированных на обучение тем или иным видам деятельности при необходимом и достаточном объеме теоретического учебного материала; приняты единые требования к структуре и форме представления содержания в модульных учебных пособиях; предложены процедуры индивидуализации содержания и темпа изучения модульной программы с учетом уровня подготовленности, опыта, познава-

тельных потребностей обучаемого; описана методика организации процесса обучения [1, 2].

Согласно МТН-концепции, программа обучения (МТН-программа) представляется совокупностью модульных блоков (МБ) – единиц содержания профессиональной деятельности с точно обозначенным началом и окончанием, которые определяются на основе анализа профессиональной деятельности. Для отбора содержания в модульную программу проводят системный анализ деятельности в рамках каждого МБ, выявляя шаги работы, навыки для выполнения каждого шага, а затем определяя наименования порций содержания, которые необходимо усвоить для формирования каждого из выявленных навыков. Носителем учебной информации в МТН-технологии является учебный элемент (УЭ) – учебно-методическое пособие, включающее следующие блоки: *координирующий*, в котором представлены учебные цели, необходимые дидактические средства и предшествующие внутрпрограммные связи; *информационно-инструктивный*, содержащий иллюстрированные, логически связанные единицы учебного материала теоретического и (или) прикладного характера; *контролирующий*, включающий контрольные тесты и задания для проверки качества усвоения учебного материала.

Определение структуры МТН-программы начинается обычно с определения и ограничения деятельности, взятой за основу проектирования. В случае, когда разрабатывается программа повышения квалификации персонала учреждений начального профессионального образования в области маркетинга, возможны два варианта: формирование программы для каждой категории персонала либо формирование программы для маркетолога с последующей ее индивидуализацией для конкретной категории персонала. Второй вариант в настоящее время является наиболее предпочтительным, так как его использование не исключает возможность для слушателя одной категории в процессе повышения квалификации расширить круг изучаемых вопросов и освоить дополнительные знания и умения. Однако при таком варианте формирования программы необходимо выполнить следующие условия:

1. Программа должна включать две части: инвариантную, содержание которой обязательно для изучения независимо от категории персонала, и вариативную, ориентированную на обучение выполнению различных маркетинговых функций.

2. Инвариантная часть программы может быть представлена (а впоследствии изучаться) как в модульном, так и в традиционном варианте.

3. Деятельность в рамках каждого из выявленных МБ может выполняться от начала и до конца только одним специалистом профессионального образовательного учреждения (независимо от его функций), а не коллективом.

4. Все МБ в МТН-программе в совокупности должны полностью отражать содержание деятельности маркетолога учреждения начального профессионального образования.

5. Деятельность в каждом МБ в соответствии с МТН-концепцией должна быть не только логически законченной, но и иметь социально значимый результат, который может выражаться в виде рекламных листов, сценариев, приказов, отчетов, планов и других документов.

6. Состав модульных блоков МТН-программы должен быть таким, чтобы, изучив хотя бы один из них, специалист мог выполнять законченный фрагмент маркетинговой деятельности.

Нами была предложена программа повышения квалификации педагогических и руководящих работников учреждений начального профессионального образования, выполняющих маркетинговую деятельность, – «Маркетинговая деятельность профессионального образовательного учреждения» [5].

Целью программы является формирование востребованной системы знаний и умений в области маркетингового управления для корректирования деятельности образовательного учреждения с учетом рыночной ситуации.

Программа включает две части: инвариантную и вариативную. Инвариантная часть традиционна, а вариативная часть разрабатывается на основе анализа деятельности в соответствии с МТН-концепцией. Она должна включать модули трудовых навыков пяти областей работы (ОР) маркетолога учреждения начального профессионального образования, для каждой из которых предлагаются МБ (рис.1).

Предлагаемая структура программы позволяет индивидуализировать содержание в зависимости от степени включенности слушателей в маркетинговую деятельность, их опыта работы в области маркетинга в учреждении начального профессионального образования, функциональных обязанностей конкретного специалиста в учебном заведении. Вариант индивидуализации содержания вариативной части программы в зависимости от выполняемых функций (с учетом типовой структуры управления) показан на рис. 2.

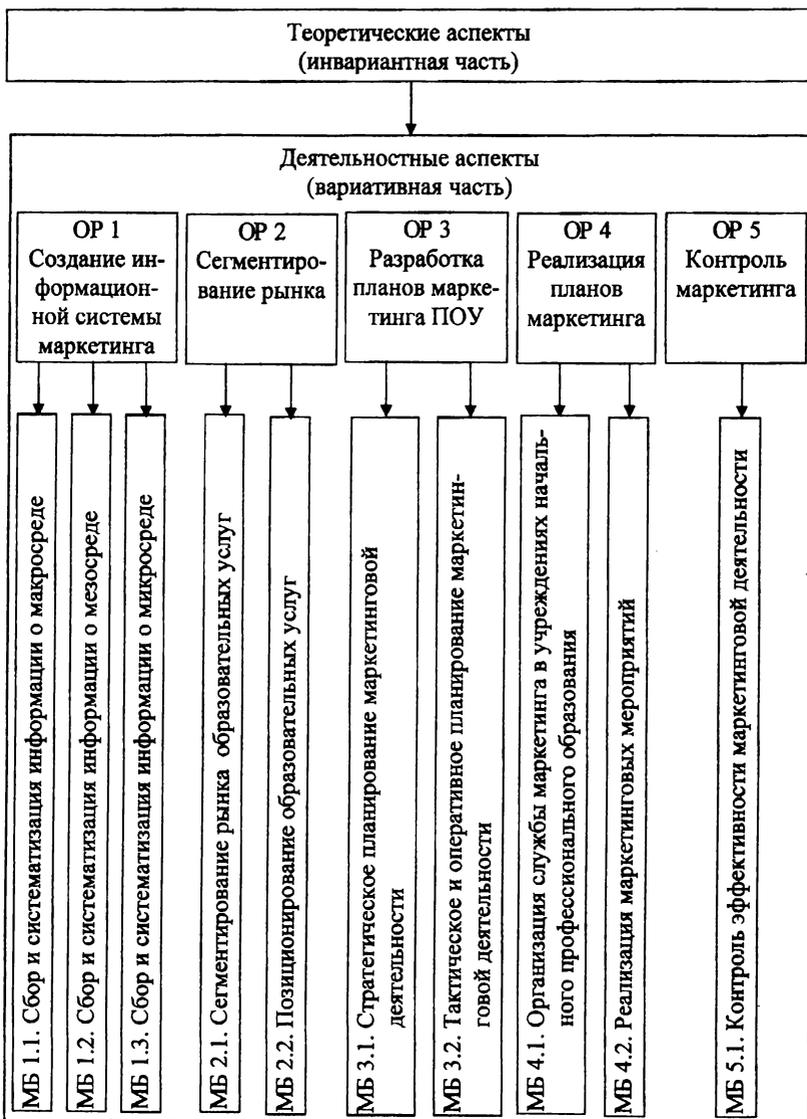


Рис. 1. Структура программы повышения квалификации персонала учреждения начального профессионального образования в области маркетинга «Маркетинговая деятельность ПОУ»

Процесс повышения квалификации по разработанной программе предлагается осуществлять поэтапно. Он включает теоретический этап, этап дифференциации, а также контекстный и аттестационный этапы.

На *теоретическом этапе* сначала определяется уровень подготовленности слушателей в области маркетинга в форме тестирования, затем предлагается краткая презентация программы и структуры процесса повышения квалификации. Основное внимание уделяется изучению теоретических основ маркетинговой деятельности ПОУ, в том числе структуры маркетинговой деятельности в учреждении начального профессионального образования, характеристики этапов ее реализации (инвариантная часть). Занятия проводятся фронтально в лекционно-семинарской форме. В заключение этапа по содержанию этой части программы осуществляется контроль в форме промежуточного тестирования, положительные результаты которого являются обязательным условием перехода к изучению вариативной части программы. В случае получения неудовлетворительных результатов производится корректирование, индивидуальные или групповые консультации, а затем проводится повторное тестирование.

На *этапе дифференциации* предусматривается анкетирование слушателей по вопросам их учебно-познавательных и профессиональных интересов, функций. Затем обучающимся предлагается ознакомиться с МТН-программами тех областей работы, которые были выявлены при анкетировании в качестве необходимых для изучения. В МТН-программах обучающиеся должны выделить известные им, по их мнению, учебные элементы. Для слушателей, отметивших УЭ, проводится контроль по содержанию этих элементов. Положительные результаты такого контроля позволяют исключить те или иные УЭ из программы слушателей, подтвердивших свои знания и умения. В остальных случаях МТН-программа изучается полностью. Таким образом, для каждого слушателя составляется индивидуальная программа обучения, в соответствии с которой далее формируются пакеты УЭ.

На этом же этапе проводится вводная лекция по МТН-технологии: слушателям сообщаются ее сущность, основные понятия, график и особенности организации процесса обучения. Итак, учебная группа слушателей дифференцирована по содержанию обучения, сформированы мини-группы по категориям персонала.

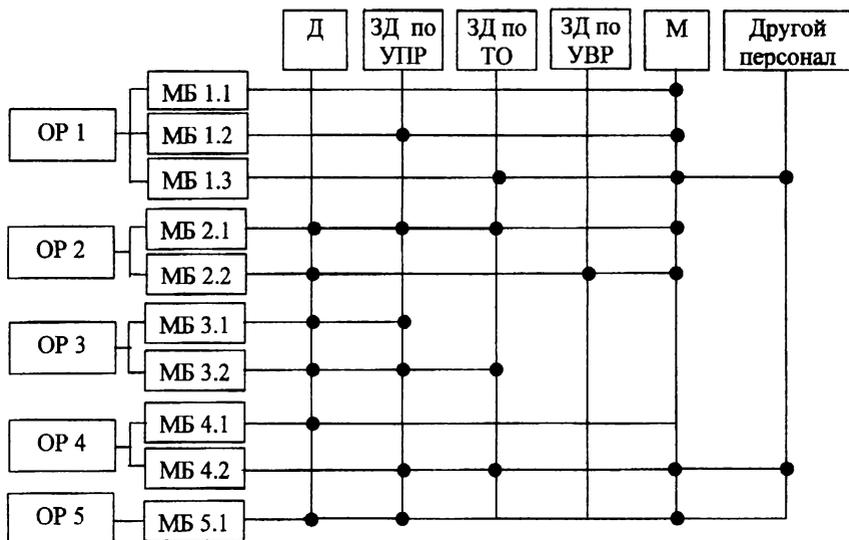


Рис. 2. Вариант дифференцирования содержания вариативной части программы повышения квалификации

На *контекстном этапе* предусматриваются самостоятельное изучение слушателями учебных элементов как теоретического (при необходимости), так и деятельностного характера, а также текущий контроль после изучения каждого УЭ. Преподаватель выполняет консультационную, контролирующую, управляющую функции. Промежуточный контроль по результатам изучения каждого модульного блока проводится для каждой мини-группы в отдельный учебный день, при этом используются разные формы деятельности: семинары, круглые столы, ролевые игры, дискуссии, тренинги. Параллельно слушатели должны выполнить выпускную работу, в которой им необходимо оценить позиции учреждения начального профессионального образования, представителями которого они являются, на рынке, а также разработать план маркетинговой деятельности данного учебного заведения на ближайший учебный год. Контекстный этап составляет вариативную часть обучения. Основное внимание при этом уделяется формированию умений.

На *аттестационном этапе* предусмотрен итоговый контроль по содержанию всей программы с участием всех слушателей группы в форме защиты выпускных работ.

Таким образом, предложен вариант подготовки руководящих и педагогических работников учреждений начального профессионального образования при повышении их квалификации в области маркетинга с применением МТН-технологии, что позволяет учесть образовательные потребности потенциальных слушателей. Реализация данной программы с применением предложенной технологии в полном объеме возможна после разработки учебных элементов, что является направлением дальнейшей работы.

Библиографический список

1. *Бородина Н.В., Самойлова Е.С.* Модульные технологии в профессиональном образовании: Учеб. пособие. Екатеринбург, 1997.

2. *Горонович М.В.* Организационно-педагогические условия подготовки профессионально-педагогического персонала к применению модульных технологий обучения: Дис. ... канд. пед. наук / Урал. гос. проф.-пед. ун-т. Екатеринбург, 1999.

3. *Змеев С.И.* Технология обучения взрослых: Учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. М., 2002.

4. *Полуянов В.Б.* Теория и практика маркетинга в управлении профессиональным образованием: Дис. ... д-ра пед. наук / Рос. гос. проф.-пед. ун-т. Екатеринбург, 2001.

5. *Полуянов В.Б., Соколова Т.Б.* Концепция повышения квалификации педагогических и руководящих работников сферы начального профессионального образования в области маркетинга // Инновации в профессиональном и профессионально-педагогическом образовании: Тез. докл. 11-й Всерос. науч.- практ. конф., 24–27 мая 2004 г. Екатеринбург, 2004.

6. *Соколова Т.Б.* Организация маркетинговой деятельности в учреждениях начального профессионального образования // Образование в XXI веке: Материалы Всерос. науч. заоч. конф. Тверь, 2004.