

Наибольшим эффектом обладают не разрозненные, не связанные друг с другом акции, а проведение рекламной кампании, т.е. системы мероприятий, объединенных одной целью, охватывающих определенный период времени и распределенных так, чтобы одно рекламное мероприятие дополняло другое. Рекламная кампания строится на основе следующих принципов:

- системности (проведение рекламных акций в системе, воздействие на потребителей всеми доступными средствами, использование всевозможных каналов и форм рекламы);
- адаптивности (приспособление рекламной кампании к потребностям и нуждам потребителей, особенностям их восприятия, систематическое отслеживание состояния и динамики спроса, специфики маркетинговой деятельности конкурентов при разработке комплекса специальных мероприятий для целевых потребителей);
- стратегичности (ориентация не на сиюминутные выгоды, а на долгосрочную перспективу, связанную с достижением устойчивого позитивного образа данного учреждения в глазах клиентов).

Маркетинговые мероприятия при проведении рекламной кампании обычно включают увеличение первичного спроса (появление новых потребителей и необходимость стимулировать спрос); увеличение вторичного спроса (когда потенциальный первичный спрос небольшой по объему); усиление конкурентоспособности (за счет укрепления материальной базы, привлечения известных специалистов, профессионалов, формирования корпоративной культуры и корпоративного сознания внутри образовательного учреждения).

**Е.А. Шуклина**

## **ПРЕДМЕТ СОЦИОЛОГИИ САМООБРАЗОВАНИЯ**

Социология самообразования - это отрасль социологического знания, изучающая самообразование как вид деятельности социального субъекта, социальную обусловленность, роль и место самообразования в структуре образа жизни личности, системе жизнедеятельности социальной группы и общества.

Анализируя данное определение, подчеркнем, что в самом абстрактном виде предметом социологии самообразования выступает взаимосвязь самообразовательной деятельности человека и социального контекста, в рамках которого она возникает. Собственно, такое определение предмета отраслевой дисциплины указывает на ее место в системе социологии, поскольку в качестве ядра предметной области социологии самообразования рассматривается определенный тип социального взаимодействия.

С нашей точки зрения, специфика данного взаимодействия заключается, во-первых, в том, что механизм его разворачивания осуществляется исключительно в сознании и деятельности субъекта самообразования.

Во-вторых, самообразование, как и любой другой тип “самоцентрированной” деятельности, в предельно абстрактной форме представляет собой взаимодействие индивидуального и социального в чистом виде. (К примеру, самовоспитание - это взаимодействие индивида с социальными нормами, самоорганизация - с социально приемлемыми формами организации жизнедеятельности.) Самообразование выступает как “взаимодействие” индивида с потребностью общества в сформированном субъекте социальной деятельности, поскольку любая социальная деятельность имеет самообразование в качестве своей составляющей. Характер деятельности и степень зрелости ее субъекта определяются мерой и уровнем развития самообразования в ней. Самообразование придает завершенный характер любой деятельности и является источником ее развития.

Однако необходимо особо подчеркнуть, что специфика самообразования как вида социального “взаимодействия” индивида с потребностью общества в сформированном субъекте социальной деятельности ограничивается сферой знания. Самообразование выступает как процесс формирования некоей целостности, единства знания на уровне субъекта, обеспечивающий его индивидуальную и социально-функциональную самостоятельность.

Итак, в качестве ядра предметной области социологии самообразования мы выделили социальное взаимодействие. Суть его в том, что самообразование как вид социального взаимодействия представляет собой процесс становления субъектности. Это, с одной стороны, процесс самореализации, саморазвития субъекта самообразовательной деятельности, с другой - “процедура” включения его в систему социальных связей и отношений и социальное закрепление в ней в статусной либо символической форме.

Мы, ограничивая предметное поле социологии самообразования сферой знания, рассматриваем в качестве основной детерминанты процесса становления субъектности характер социального распределения знания, а в качестве его результата - формирование структуры знания личности, социальной группы, социума.

Данная логика приводит нас к необходимости изучения содержания социального взаимодействия через анализ двух взаимосвязанных проблем, которые являются основными в предметном поле социологии самообразования. Это изучение процессов саморегуляции сферы знания субъекта самообразования и их социальной обусловленности.

Применение микро- и макроподходов к определению предмета социологии самообразования приводит к дифференциации субъектов самообразования и характера его реализации:

- на индивидуальном уровне самообразование как вид деятельности определяется потребностями, целями, интересами личности;
- социальная группа является носителем типичных стратегий самообразовательной деятельности, которые задаются через систему групповых норм и социальных ролей. Поэтому можно говорить о социальной группе одновременно как о субъекте самообразовательной деятельности и условии ее возникновения и реализации;
- крупные социальные образования, социум в целом порождают исторически востребованные и социокультурно обусловленные технологии самообразования. Именно поэтому социум - и носитель самообразовательной деятельности, и социальная среда ее формирования.

Примененный уровневый подход демонстрирует роль и значение индивидуальной самообразовательной деятельности как для социальной группы, так и для общества в целом, с одной стороны, а с другой - показывает зависимость самообразовательных процессов личности от социальных условий их возникновения, формирования и протекания.

**С.Н. Айрапетова**

## **ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОРИЕНТАЦИЯ ВЫПУСКНИКОВ ШКОЛ НОЯБРЬСКА**

Система высшего и среднего профессионального образования России находится в сложном финансовом положении. В сложившихся условиях образованию оставлен один путь - "выживание за счет развития": мягкое вхождение в рыночные отношения, удовлетворение разнообразных (и по содержанию, и по готовности оплатить их частично или полностью) образовательных запросов и потребностей учащихся и их родителей и т.д. Определение образовательным учреждением своей "ниши" основывается на анализе рынка региональных образовательных услуг. Многие екатеринбургские вузы создали свои филиалы в достаточно благополучных в материальном отношении северных регионах.

Исследовательская задача данного проекта - проблемы развития педагогического образования в Ноябрьске (Ямало-Ненецкий округ), реализация образовательных программ населения Севера. В качестве объекта исследования выступали группы, непосредственно связанные с системой педагогического образования, а также учащиеся-выпускники и их родители, имеющие свое представление о будущей профессии детей, назначении школы и т.д. Одновременно изучались профессиональные ориентации выпускников школ, влияние школы и родителей на выбор профессии, степень удовлетворенности полученным образованием, потребность в дополнительных образовательных услугах и пр. Всего в январе - апреле 1998 г. бы-