

Организован государственный центр тестирования и его представительства в областях. Осуществлена большая работа по обучению технологии тестовых испытаний абитуриентов, руководителей аудиторий и наблюдателей.

В этих целях Госцентром тестирования и его представителями в областях эффективно использовались средства массовой информации. Повсеместно в выпускных классах средних школ республики проведены занятия по тестированию.

Подготовлены и выпущены нормативно-инструктивные документы по технологии тестирования. Разработаны специальные тестовые вопросы для определения уровня подготовки ответственных секретарей приемных комиссий, руководителей и наблюдателей аудиторий.

Разработан новый банк тестовых испытаний, соответствующий стандартам образования и позволяющий выявить уровень знаний и творческого мышления будущих студентов.

К созданию банка тестов привлечены опытные учителя школ, ведущие преподаватели вузов. Большую роль в подготовке абитуриентов сыграло систематическое издание в республике научно-методического журнала «Ахборотнома» на узбекском, русском и каракалпакском языках.

В последующие годы система тестирования непрерывно совершенствовалась: устранялись технические погрешности и ошибки «человеческого фактора». Впоследствии была введена многовариантная технология тестирования, которая обеспечила соответствие требованиям конфиденциальности и исключила дублирование одинаковых вариантов.

Весьма интересными являются результаты анализа послетестовой обработки, разработок специальных программ исследования тенденций, а также результаты анализа распределения числа абитуриентов по количеству набранных баллов, по предметам, по регионам, по языкам и другим параметрам. В результате проведенного анализа были выявлены почти не исследованные стороны и недостатки школьного образования.

После введения метода тестирования значительно возросло число абитуриентов, желающих получить высшее образование.

Мировая тенденция развития образования показывает, что все больше государств рассматривают тестирование как метод объективной и быстрой оценки знаний и уровня интеллектуального развития.

Современная компьютерная технология все больше применяется в тестировании и совершенствовании системы образования, повышения эффективности работы педагога общеобразовательной школы, планирования учебного материала.

АДАПТАЦИЯ УЧРЕЖДЕНИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

Л. С. Сапунова

Екатеринбург

В условиях современной экономики все большее распространение получают различные формы объединения предприятий в процессе производства. Возрастающая конкуренция вынуждает предприятия использовать новые формы организации производства, стимулирует появление различных объединений.

На современном этапе развитие экономики характеризуется изменением отношений между экономическими агентами: от жесткой конкуренции к сочетанию кооперации и конкуренции в различных сферах. При этом предприятия объединяются на всех этапах создания продукции: от разработки до производства и организации сбыта. Сетевые объединения, основанные на добровольных взаимовыгодных соглашениях, позволяют предприятиям гибко и оперативно реагировать на изменение потребительских предпочтений. Межфирменная кооперация позволяет компенсировать недостаток определенных ресурсов

на предприятии, сконцентрировать усилия на ключевых направлениях и получить максимальную выгоду от специализации.

Гибкость предприятия определяется также и доступностью кадровых ресурсов необходимого качества, поэтому в процесс сетизации должны встраиваться и образовательные учреждения. Интеграция образовательных учреждений с бизнес сообществом является обязательным условием развития и модернизации образования, и связана прежде всего с необходимостью повышения конкурентоспособности вузов на рынке образовательных услуг и рынке труда. В условиях современной сетевой экономики активное стремление вузов к сотрудничеству с промышленными предприятиями позволяет конкурировать за место в технологической цепочке и получать дополнительный доход от реализации комплексных услуг и разработки и внедрения нововведений. Развитие ключевых компетенций вуза в образовательной и научной деятельности должно базироваться на выявлении потребностей работодателей как конечных потребителей и учете взаимосвязанных интересов других контактных организации.

Адаптация профессиональных учреждений в соответствии с новыми условиями взаимодействия хозяйствующих субъектов происходит по следующим направлениям: развитие различных форм сотрудничества с предпринимательскими организациями, изменение содержания образовательных программ, применение прогрессивных методов обучения.

В последнее время все более широкое распространение получают три формы сотрудничества: взаимодействие с потенциальными работодателями, совместные проекты с предпринимательскими организациями, развитие малого предпринимательства в рамках вуза. Непосредственное взаимодействие с потенциальными работодателями происходит в процессе подготовки специалистов под заказ определенного промышленного предприятия или государственных и муниципальных структур. Данная форма сотрудничества должна развиваться в первую очередь в отношении узконаправленных специальностей. Узкая направленность делает возможным и необходимым более тесное сотрудничество с потенциальными работодателями при определении целей подготовки кадров и корректировке содержания образовательных программ и программ практики с учетом индивидуальных проблем предприятий-партнеров. Даже при отсутствии у потенциальных работодателей четкого представления о структуре и потребностях в кадрах, в процессе проведения вузом поиска и закрепления мест практики могут решаться задачи формирования у менеджмента предприятий представлений о выгодах и возможных способах организации индивидуальной подготовки кадров.

Реализация совместных интересов с партнерами производственных предприятий – например с поставщиками оборудования – происходит в форме создания учебных центров и одновременно учитывает интересы трех сторон: производителей оборудования, производственных предприятий и вуза. Производитель/поставщик оборудования совместно с вузом реализует комплексную услугу по поставке оборудования и обеспечения квалифицированными кадрами, в сотрудничестве создавая большую добавленную стоимость. Производственные предприятия получают квалифицированных специалистов, что позволяет им снизить затраты на поиск и обучение персонала, уменьшить время освоения нового оборудования.

На базе учебных центров может также развиваться формы малого предпринимательства в рамках вуза. В этом направлении учитываются интересы трех сторон: вуза, с точки зрения более четкого определения актуальных для практики тем; органов региональной государственной власти – развитие малого бизнеса; предприятий, как возможных потребителей созданных инновационных продуктов.

Содержание образовательных программ должно гарантировать достижение таких объема и качества знаний, умений и навыков специалистов, которые не просто позволяют им выполнять формально должностные обязанности, но и обеспечивают заданные стратегическими планами развития предприятия целевые показатели его деятельности. Помимо этого в содержании программ экономических специальностей должны учитываться последние тенденции менеджмента – создание сетевых объединений на основе кооперации. С целью формирования критических компетенций будущих специалистов – а именно уме-

ние работать в сотрудничестве – необходимо дополнение образовательных программ, применение междисциплинарного подхода к формированию содержания курса.

Таким образом, взаимодействие профессионального образовательного учреждения с предпринимательскими организациями по указанным направлениям позволяет не только эффективно осуществлять основную деятельность, но и постоянно увеличивать свою конкурентоспособность по сравнению с другими образовательными учреждениями, а также с коммерческими образовательными и кадровыми организациями.

НЕОБХОДИМОСТЬ НОВОГО ОСМЫСЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ «ОТВЕТСТВЕННОСТЬ» СПЕЦИАЛИСТОВ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НА РЫНКЕ ТРУДА

Е. В. Скоринова
Екатеринбург

Конкурентоспособность как понятие рыночных отношений, постиндустриальной информационной цивилизации определяется по-разному. Но так или иначе не вызывает сомнения, что конкурентные преимущества создаются прежде всего людьми, персоналом компаний и организаций, специалистами как работниками. Огромную роль в становлении профессионала принадлежит высшим учебным заведениям как основным факторам роста капитализации каждого студента на рынке труда. Ориентируясь на ожидания и требования рынка, прежде всего, работодателя – учебные заведения должны решать проблемы конкурентоспособности выпускников.

Образовательный стандарт третьего поколения закрепляет рыночноориентированный и работодателеориентированный подход, в рамках которого образовательный процесс нацелен на исполнение заказа работодателя, учитывающего потребности рынка, и призван обеспечить в качестве результата образования формирование заданных стандартом общекультурных и профессиональных компетенций. Поэтому акцент делается на такие характеристики современного общества как постиндустриальность, технологичность, глобальность мира, информационность, когда информация является одним из основных мировых экономических, политических, культурологических и педагогических ресурсов.

В данных условиях особое звучание приобретает такой компонент многих компетенций как ответственность: «Никогда в прошлом, ни в качественном, ни в количественном плане, предметом ответственности не могло сделаться то, за что возможно отвечать сегодня. Как знание, так и сила были слишком ограничены для того, чтобы включать в предвидение более удаленное будущее, а весь земной шар – в сознание собственной каузальности», – пишет Ганс Йонас [1, с. 32].

Компонент ответственности прочитывается прямо или косвенно в содержании трех общекультурных компетенций (ОК) проектов ФГОС ВПО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью». В ОК-1 читается косвенно, так как целеполагание и выбор путей достижения целей всегда подразумевает ответственность за этичность сделанного выбора и полученных результатов. Более прямое прочтение того, что ответственность должна быть частью сформированной во время учебы компетенции мы находим в ОК-4 проекта МГИМО МИД России – речь идет о принятии решений в нестандартных ситуациях и принятии на себя ответственности за принятые решения. В другом же проекте данная компетенция сводится к ответственности за овладение способами защиты от психологических манипуляций. В ОК-11 так же прямо говорится о необходимости сформировать осмысленное понимание ответственности специалиста по рекламе и связям с общественностью в деле обеспечения информационной безопасности, в том числе государственной [2, 3].

Что касается профессиональных компетенций образовательного стандарта подготовки бакалавров по специальности «реклама и связи с общественностью», то мы обнару-