

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ТРАНСПОРТНОМУ МАРКЕТИНГУ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ВУЗАХ

В условиях реформирования железнодорожного транспорта в РФ как никогда актуальной становится проблема подготовки высококвалифицированных специалистов нового уровня и прежде всего менеджеров, маркетологов, коммерсантов, экономистов-международников и т. п.

Анализ действующих стандартов экономических специальностей, учебных планов и рабочих программ транспортных вузов Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Челябинска и Екатеринбурга показывает, что существует ряд общих проблем подготовки маркетологов в специализированных вузах. Мы выделяем, как наиболее существенные, следующие основные проблемы:

1. Недостаток высококвалифицированных преподавателей, одинаково хорошо знающих как экономические дисциплины, так и специфику железнодорожного транспорта, особенно в международном аспекте.

2. Редуцированное количество часов в учебных планах по таким учебным дисциплинам, как «Транспортный маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителя», «Квалиметрия», «Экспертные оценки», «Международный транспортный маркетинг» и т. д.

3. Отсутствие возможности изучения двух иностранных языков (за исключением специальности 060600 – Мировая экономика).

В рамках данного исследования считаем необходимым остановиться на вопросе о месте и роли иностранных языков в системе подготовки специалистов по маркетингу в транспортных вузах.

В современных условиях глобализации мировой экономики иностранный язык как средство межнационального общения приобретает особую роль: он становится не только средством коммуникации, но и одним из инструментов современного менеджмента и маркетинга. Изменение места и роли иностранного языка привело и к соответствующему изменению характера и содержания учебных программ в западных университетах.

Так, опыт работы европейских вузов, в частности Дрезденского транспортного института, показывает, что на текущий момент создаются и внедряются новые стандарты обучения, в рамках которых при поступлении в вуз одним из основных требований для абитуриентов является умение говорить, как минимум, на одном иностранном языке. Кроме того, по окончании университе-

та средний европейский студент в обязательном порядке владеет навыками общения на двух иностранных языках. Это требование возникает из необходимости иметь в штате межнациональных компаний людей, умеющих работать в многонациональном коллективе (международном представительстве компании) не только как узкие профессионалы, но и как специалисты, быстро адаптирующиеся к работе с клиентами различных национальностей, культурно-деловых традиций и других национальных особенностей.

Необходимо отметить, что в настоящее время правительством России проводятся экономические и законодательные меры по привлечению иностранных инвестиций. Прежде всего в качестве потенциальных инвесторов оцениваются европейские компании, требования которых необходимо будет учитывать при их функционировании на российском рынке. Подготовка специалистов, способных вписаться в современные тенденции развития рынка, становится одним из приоритетных направлений в системе образования. Владение иностранными языками как инструментом для ведения бизнеса, а не «интеллектуальной составляющей» будет широко востребовано в самое ближайшее время.

В связи с вышеизложенным считаем необходимым предложить пересмотреть учебные планы по специальности «Маркетинг» в транспортных вузах с тем, чтобы изыскать возможности для увеличения учебных часов не только для специальных дисциплин, но и иностранных языков.

Н. В. Бородина,
М. В. Горонович
Екатеринбург.

ПРИМЕНЕНИЕ МОДУЛЬНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ДИСТАНЦИОННОЙ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ

— На современном этапе развития система подготовки педагогов профессионального образования, много лет базирующаяся на очной и заочной формах обучения, включила в свой арсенал и дистанционную форму обучения. Включение в университетскую систему образования новой формы обучения актуализировало проблему поиска педагогических технологий, адекватных ее принципам, функциям, целям, возможностям и средствам.

Современная педагогическая наука выделяет среди новых педагогических технологий, обладающих требуемым потенциалом, модульную технологию обучения, отличающуюся деятельностно-обоснованной структуризацией, специфическим порционным предъявлением учебного материала, гибкостью, вариативностью, возможностью адаптации к потребностям и способностям обучаемого, поэтапностью отслеживания результатов обучения.