

знаний, а прежде всего интеллигенцию нашего российского общества. На современном этапе общественного самосознания мы подошли к тому, что учебу в вузе надо рассматривать в аспекте общекультурной значимости.

Библиографический список

1. Борисова И.С. Гуманистическая основа образования // Актуальные проблемы высшего профессионального образования. -Кострома: КГСХА, 2005. - С.75.
2. Волхонская, Ю.Н. Психологические барьеры профессионально-личностной самореализации творчески-ориентированных студентов в учебном процессе / Ю.Н. Волхонская // Социальная психология XXI столетия / под ред. В.В. Козлова. - Ярославль, 2004.- Т.1. - С.147-149.
3. Кузьмина В.М. Проблема адаптации первокурсников к процессу обучения в вузе: от теории к практике // Психология. Социология. Педагогика.-2012.-№10.-С.14-20
4. Кузьмина В.М. Сравнительный анализ ценностных ориентаций сельской и городской студенческой молодежи, обучающейся в Курской государственной сельскохозяйственной академии // Общество: социология, психология, педагогика.-2012.-№3.-С.22-28.
5. Фуйлинг Т.Б. Формирование профессиональных компетенций студентов вузов в процессе дополнительного образования. Электронный ресурс // Режим доступа: http://www.obrazovanie21.narod.ru/Files/2011-3_p070-074.pdf

УДК 37.014.54

Гусев Олег Александрович,
доцент, зам. директора ИРИТ-РтФ;
Зяблова Анна Юрьевна, студент,
УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург

ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УРФУ

Аннотация: рассмотрены первоочередные задачи, решаемые университетами в конкурентной среде, мировой рейтинг университетов и ориентация на потребителя.

Сформулированы предложения, направленные на совершенствование образовательного процесса.

Ключевые слова: рынок, конкуренция, потребитель, образование, мировой рейтинг.

Gusev Oleg A.,
Zyablova Anna Yu

PROSPECTS IMPROVE COMPETITIVENESS URFU

Abstract: We consider the priority tasks to be undertaken by universities in a competitive environment, the global ranking of universities and customer orientation.

Proposals aimed at improving the educational process.

Keywords: market, competition, consumer, education, world ranking.

По мнению ряда исследователей рынка образовательных услуг конкурентоспособность ВУЗа определяется имиджем, престижем учебного заведения с учётом соотношения качества его образовательных услуг к стоимости [1].

В отличие от других продуктов образовательные услуги характеризуются следующими особенностями:

- они имеют глубокую социальную направленность;

- выступают проводником всего нового и передового, но одновременно характеризуются бережным отношением к лучшим отечественным и зарубежным традициям в образовании;

- некоторые вузы, включая УРФУ, часто не нуждаются в дополнительной рекламе, изменения в их деятельности и статусе не остаются незамеченными общественностью;

- рыночная экономика поставила перед вузами новые задачи, и вузы стали значительно свободнее в их реализации;

- в последнее время Вузы активно включились в борьбу за лидирующее положение в мире.

Для успешного выживания в конкурентной среде университетам традиционно принято решать следующие задачи [2]:

- поддерживать высокий уровень качества образовательных услуг;
- обеспечивать минимизацию затрат на обучение;
- обеспечивать мобильность на рынке.

В последнее время перспективным является подход, при котором определяющей для развития системы образования являются требования потребителя, то есть предприятий, организаций, где будет работать сегодняшний студент [3].

Умение выпускника работать с современной техникой является его неоспоримым преимуществом. С этой целью институт постоянно переоснащается современным оборудованием, лабораториями, опытными участками.

Главным требованием работодателя является способность работника решать поставленные задачи в кратчайшие сроки с минимумом ресурсов, включая информационные. Только высококвалифицированные специалисты способны организовать и производить высококонкурентный продукт. Поэтому к современным выпускникам предъявляются всё более жёсткие требования [4].

В перечне показателей, определяющих мировой рейтинг университетов, не последнее место занимает трудоустройство студентов после завершения учёбы.

Таким образом, подход, связанный с ориентацией на потребителя-работодателя одновременно решает и задачу роста рейтинга университета [5].

Не подвергая принципиальной критике сложившиеся взаимоотношения ВУЗ-предприятия, основой которых является многоступенчатая практика студентов, хотелось бы высказать ряд предложений, которые, на взгляд авторов, после всестороннего обсуждения могли бы быть реализованы в будущих образовательных процессах.

1. Процесс стажировки студентов на предприятии должен быть максимально приближен к производственным и с точки зрения трудовых обязанностей, и ориентации на результат, и поощрения результатов деятельности.

2. Основными задачами практики должны быть: во-первых, формирование умения у выпускника использовать имеющиеся теоретические знания для решения конкретных производственных задач и, во-вторых, образование у молодого специалиста объективного представления и понимания реального производства.

3. Кроме того, за время практики студентов предприятие-потребитель образовательных услуг должно сформировать предложения по совершенствованию результата образовательного процесса.

4. Представляется целесообразным университету проводить регулярные стажировки ведущих преподавателей на предприятиях, чтобы в дальнейшем в более полной мере удовлетворить потребности потенциальных работодателей.

5. Не последнее значение имело бы усиление преподавательского состава университета ведущими специалистами предприятий, например, на совместительской или другой договорной основе.

6. Необходимо постоянно уточнять учебный план с точки зрения его соответствия специальности.

7. Обращает на себя внимание некоторое несоответствие требований к сдаче экзаменов, как подтверждение получения знаний, требованиям реального производства – способности специалиста решать сколь угодно сложные задачи, опираясь, как на собственные знания, так и на знания более узких специалистов, достижения мирового опыта из различных источников, на коллективное решение проблем.

8. Можно отметить также целесообразность посещения и обсуждения студентами вместе с преподавателями специализированных выставок, которые довольно часто проводятся в Екатеринбурге.

Библиографический список

1. Взаимодействие ВУЗов и предприятий
<http://www.bestreferat.ru/referat-125538.html>
2. Магомедов Г.О. Совершенствование процесса обучения выпускников при взаимодействии Вуза с работодателем. Материалы IX Всероссийской конференции «Проблемы практической подготовки студентов совершенствование механизма взаимодействия Вузов с работодателями. 2013, с. 3.
3. Асаул А.Н., Караров Б.М. Управление высшим учебным заведением в условиях инновационной экономики. http://www.aup.ru/books/m13/5_1.htm
4. Усманова В.Х. Развитие химических компетенций студентов.
<http://www.dissercat.com/content/razvitie-khimicheskikh-kompetentsii-studentov-v-protsesse-professionalnoi-podgotovki-inzhene>
5. Позиции УрФУ в мировых и национальных рейтингах
<http://urfu.ru/home/about/pozicii-v-reitingakh/>

УДК 378.147

Дегтярева Татьяна Петровна,

кандидат педагогических наук, доцент, trconsult@mail.ru,

УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург

ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ РЕФЛЕКСИЯ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА У СТУДЕНТОВ ВУЗА

Аннотация: В статье дан сравнительный анализ традиционной и дистанционной формы обучения в вузе дисциплинам управленческого цикла и их соответствия Государственному образовательному стандарту.

Ключевые слова: социальный капитал, педагогическая рефлексия, педагогика сотрудничества, педагогические технологии, компетенции.