

4. наличие критериев и показателей сформированности ИГК будущих специалистов; наличие методических рекомендаций по организации учебно-воспитательного процесса реализации информационно-графической подготовки студентов;
5. владение преподавателем современными средствами реализации информационно-графической подготовки будущих учителей.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Вербицкий А.А. Новая образовательная парадигма и контекстное обучение. М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 1999. – 75 с.
2. Татур Ю.Г. Проектирование образовательного процесса в вузе: Учеб. Пособие. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2005. – 97с.
3. Савельев А.Я. Модель формирования специалиста с высшим образованием на современном этапе / [А.Я. Савельев, Л.Г. Семушина, В.С. Кагерманьян]. – М., 2005. – 72 с.

**Ковалева А.В., Матвеева Т.В.**

#### СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

*andromaxa@rambler.ru*

ГОУ ВПО УГТУ-УПИ

г. Екатеринбург

*Автором рассматриваются особенности стратегического маркетинга в сфере дополнительного профессионального образования. В статье предложены к внедрению основные формы инновационных образовательных технологий с учетом современных требований рынка труда.*

*The author examines the peculiarities of the strategic marketing for the additional professional education. There were offered the principal kinds of the innovative educational technologies in accordance with the present demands of employers.*

Новые условия предоставления образовательных услуг вызвали одновременно и необходимость перестройки всей работы образовательных учреждений. Как отмечает Матвеева Т.В., к настоящему времени рынок услуг в области образования вплотную подошел к «точке маркетинга», особенно в сфере дополнительного профессионального образования (далее ДПО) [4, с. 35]. Стратегический маркетинг в образовательном учреждении и процесс принятия решения о внедрении в практику инновационных образовательных технологий проходит в следующем порядке:

ВУЗ → Рынок образовательных услуг → Рынок труда

Общая схема такого взаимодействия выглядит следующим образом:

1. начинается с анализа собственных возможностей,
2. исследования и оценка потребностей (возможно создание условий для своего будущего продукта) рынков услуг, труда и образовательных технологий, реализация которых может заинтересовать спонсоров и работодателей, привлечь денежные средства,
3. мониторинг спроса на рынке образовательных услуг,
4. оценка прибыли, которая должна покрыть затраты на исследования рынков и быть выше, чем при выпуске стандартных технологий и специалистов,
5. информирование потенциальных клиентов и работодателей (через рекламу и связи с общественностью),
6. внедрение результатов и обслуживание потребностей.
7. В зависимости от цели и тактики возможны следующие маркетинговые модели:
  - to pull сначала выявляет потребность, затем производит и выводит на рынок продукт (необходимого специалиста),
  - to push, при которой не зависимо от потребностей на рынок проталкивается уже готовый продукт (новый специалист).

Для исследования проблем, вопросов и бюджета стратегического маркетинга в образовательных учреждениях целесообразно создавать проектные команды.

В зависимости от степени инновационной активности и используемой модели продвижения своих услуг можно разделить образовательные центры на:

- инноваторов – лидеров,
- последователей.

Инноваторы осуществляют постоянную динамику и мониторинг своих специалистов и поиск необходимых для развития технологий, придерживаются более совершенной маркетинговой модели to pull. Лидерство способствует более эффективному и успешному функционированию.

Последователи занимаются в большей степени копированием, усовершенствованием уже существующих технологий и используют в качестве основного маркетингового инструмента способ to push.

Одним из важнейших аспектов профессионального развития личности, а также ее самореализации является сознательное планирование карьеры. Критериями удавшейся карьеры являются удовлетворенность жизненной ситуацией (субъективный критерий) и социальный успех (объективный критерий). Согласно американской социальной психологии, существуют следующие «карьерные ориентации» или «якоря карьеры»: профессиональная компетентность, менеджмент, независимость, стабильность, служение, интеграция стилей жизни, предпринимательство [5, с. 91].

Т.В. Матвеева отмечает, что личностно ориентированные инновационные технологии профессионального развития направлены на перестройку сознания

специалиста, ориентацию его на новые ценности, развитие профессионально важных качеств и способностей. Свыше 80% выпускников Центра занимают руководящие должности в качестве директоров крупных холдингов, коммерческих фирм и менеджеров государственных предприятий таких как ОАО «Уральские авиалинии», Инспекция страхового надзора по УрФО, Белоярская АЭС, Министерство торговли, питания и услуг Свердловской области.

Наиболее распространенными инновационными технологиями последипломного образования являются:

1. словесно-иллюстративные методы: лекции, семинары и практические занятия;
2. интерактивные способы обучения: имитационные, ролевые и деловые игры. Эти методы позволяют развить такие профессионально значимые компетенции, как способность сформулировать проблему, инициативность, самостоятельность, умение работать в команде.
3. тренинги корпоративности, повышения социально-профессионального статуса, социально-профессиональной адаптивности, ведения переговоров. Они дают возможность развивать многие ключевые квалификации и компетенции специалистов.
4. развивающая диагностика – диагностика проблем развития организации, социального и профессионального потенциала специалиста.
5. группы развития организации - решают тактические профессиональные проблемы. Это приводит к консолидации ведущих специалистов вокруг инновационных проектов организации и сводит до минимума сопротивление нововведениям.
6. метод «кейс-стади». Суть его заключается в том, что обучаемым предлагается реальная производственная проблема или ситуация. Исходным материалом при обучении является пакет (кейс), содержащий информацию о проблеме.

В процессе анализа и поиска оптимального решения развиваются такие важные для специалиста компетенции, как мотивация достижений, гибкость мышления, корпоративность и ответственность.

Так как ДПО является некоторым аналогом МВА в России, то возможно использование некоторого западного опыта в данной сфере образования. Острогорский А. отмечает, что реальный фокус западного МВА – в отработке практических навыков, формировании у выпускников понимания бизнеса в целом, понимании последствия решений, системном мышлении [7, с. 4]. МВА готовит руководителя, который в состоянии принимать стратегические решения и обладает качествами лидера. Так самыми лучшими в Стэнфорде были курсы, посвященные развитию soft skills – межличностному общению, выявлению личных сильных и слабых сторон, использованию разных стилей лидерства. Чтобы стать руководителем необходимо стать менеджером широкого профиля, то есть нужно знать основы менеджмента, финансы, маркетинг, управление персоналом.

Так студенты Yale School of Management изучают не традиционные «финансы» или «маркетинг», а «организационные перспективы». В этом курсе акцент сделан на различной роли менеджера, например, «новатора» или «мотора бизнеса», а также разных акционеров, в том числе клиентов и инвесторов.

По данным исследований Kelly Financial Resources, представленных в диаграмме, в настоящее время на кадровом рынке Екатеринбурга уже давно отмечается дефицит специалистов финансовой сферы [11, с. 45].

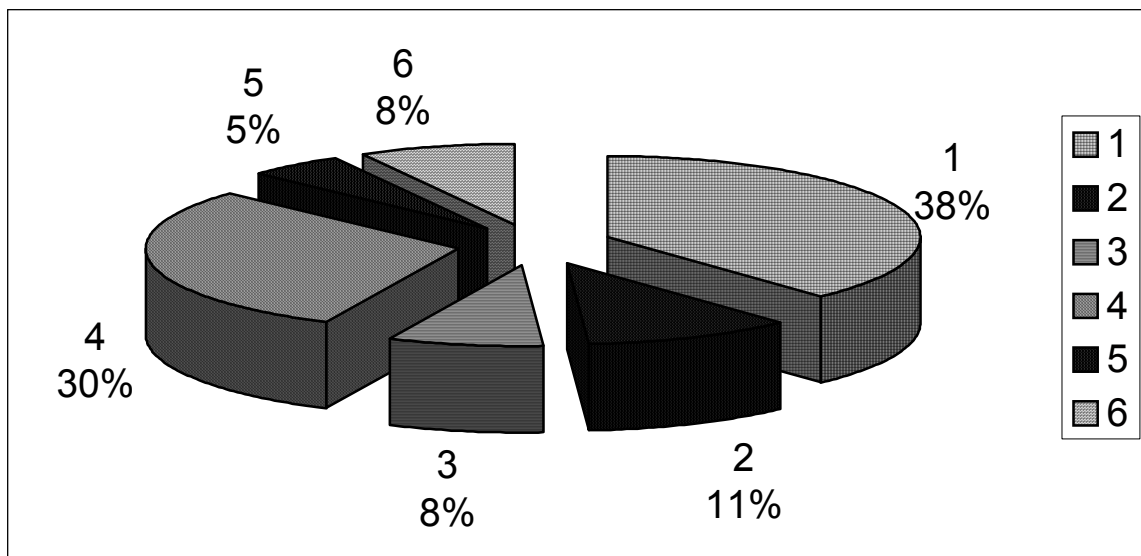


Рис. 1 Спрос на рынке труда, сфера управления финансами (Kelly Services, 2007)

- 1- Финансовый аналитик – 38%
- 2- Финансовый клерк – 11%
- 3- Специалист по казначейству – 8%
- 4- Финансовый контролер – 30%
- 5- Финансовый директор – 5%
- 6- Кредитный контролер – 8%

По причине открытия филиалов и представительств многих международных корпораций и банков, усиления системы внутреннего контроля российских предприятий – во многие крупные компании требуются внутренние аудиторы, высок спрос на финансовых контролеров, аналитиков. Поэтому и в центрах ДПО наиболее популярными являются специализации: «Стратегический менеджмент и предпринимательство», «Управление финансами», «Маркетинг», «Внешнеэкономическая деятельность», «Управление персоналом».

Стратегия развития ДПО тесно связана с тенденциями развития рыночной экономики и рынка труда. В соответствии с этим необходимо сначала выявлять потребности, затем выпускать востребованных специалистов. Поэтому в рамках инновационных образовательных технологий необходимо учитывать, что современные работодатели предлагают претендентам решать разнообразные кейсы, разработать и презентовать различные программы для разносторон-

ней проверки кандидата. Целесообразно приглашать на занятия представителей компаний для обсуждения реальных проблем, нахождения возможных стратегий развития и выработке рекомендаций. Это уже - инновационный нетрадиционный способ обучения. Но для такой методики необходима аудитория, обладающая некоторым багажом практических знаний, навыков и умений, приобретенных в ходе профессиональной деятельности.

Представляется, что одним из эффективных методов активизации учебного процесса и совмещения учебной, научной и практической деятельности может стать, например, новый подход к организации практики студентов и самостоятельной работы по учебным дисциплинам, которые можно организовать, по существу, в форме аутсорсинговых услуг для организаций малого бизнеса.

Таким образом, проявляется стремление бизнес-школ интегрировать разные академические дисциплины, большую роль межличностных и лидерских качеств, большую международную составляющую и более практическое и экспериментальное обучение. Необходим переход от экстенсивного образования к интенсивному с гибкими учебными планами.

Зарубежные кампании, пришедшие на российский рынок со своими требованиями к системам менеджмента, грузо- и документооборота, спровоцировали значительные изменения потребностей аудитории образовательных центров. Сейчас с популярными темами управления и финансов успешно соперничают кадровый менеджмент и логистика. По данным компании «Апрайт» в 2007 г., от обычных «Технологий и техник продаж» спрос на образовательные программы смещается к «Удержанию клиентов», «Работе с возражениями», «Работе с дебиторской задолженностью» и т.д. [11, с. 43]. Обычные бухгалтерские программы занимают не более четверти от общего объема образовательных услуг. Уже достаточно долго аналитики наблюдают устойчивый рост спроса на специалистов в области консалтинга и аудита. Кадровый голод испытывают как крупные аудиторско-консалтинговые группы, так и небольшие фирмы.

Также дополнительное профессиональное образование желают получать выпускники технических вузов, которым не хватает навыков для пользования новыми финансовыми технологиями. Поэтому стремительно возрос интерес к программам категории «Финансы для неспециалистов».

Среди предложений работодателей по развитию системы дополнительного профессионального образования наиболее актуальны:

1. обучение будущих специалистов методам поиска работы, правилам поведения в деловой среде;
2. развитие навыков публичной самопрезентации и результатов труда, коммуникативные навыки, навыки командной и проектной работы;
3. воспитание адекватной самооценки и готовности начать работу с низшей ступени карьерной лестницы;
4. сотрудничество вузов с работодателями на всех стадиях подготовки специалиста;

5. более продолжительные и содержательные практики студентов за счет организаций и предприятий;

Наряду с собеседованием работодатели заполняли анкеты по качеству подготовки молодых специалистов и оценивали по 10 – бальной шкале следующие качества молодых специалистов:

- 5,6 – знания по специальности;
- 5,9 – кругозор;
- 6,2 – профессиональные навыки;
- 4,5 – навыки делового общения и работы в коллективе;
- 4,9 – профессиональные качества личности молодых специалистов;
- 4,5 – общее соответствие уровня подготовки выпускников требованиям работодателей.

Инновации – это средство решения организационно-технологических, производственных и коммерческих задач. Также инновации – это основа выпуска конкурентоспособных образовательных услуг. Работодатели выступают за развитие инновационного и эффективного ДПО в России. Намечившиеся положительные тенденции в инновационном развитии системы ДПО и взаимодействия с рынком труда отвечают в целом целям Болонского соглашения, однако необходимо проводить постоянный мониторинг и прогнозирование потребностей рынка труда с целью формирования ответной реорганизации рынка образовательных услуг.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бакалинский И.А. Современный рынок услуг: технологии привлечения и удержания клиентов. 2007.
2. Бутко Г.П. Основы инновационного менеджмента. – Екатеринбург: Уральский государственный лесотехнический университет, 2005.
3. Кельчевская Н.Р. Формирование инновационной стратегии развития УГ-ТУ-УПИ, 2006.
4. Матвеева Т.В. Дополнительное профессиональное образование в условиях реформирования высшей школы. - Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ - УПИ, 2006.
5. Сорокина Н. Предпринимательский университет (Шведский опыт). // Высшее образование в России, № 3, 2002, с. 89-92.
6. Розова Т., Ивашова В. Современная стратегия управления качеством в вузе. // Высшее образование в России, № 2, 2006, с. 122-125.
7. Хохряков П. Фокус МВА – практика. // Бизнес-образование, № 174, 17.09.2007, с.4.
8. Robert Salmon. The future of Management. – Blackwell Business, 2004.
9. Robert B. Tucker. Managing the Future. New York: G.P. Putnam and Sons, 1991.

10. Книга топ-листов 2007. Тенденции развития 46 рынков. // Деловой квартал, 2007, с. 42 – 47.

**Колясникова Л.В., Мугинова Г.Р.**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ СИСТЕМ ЗАДАНИЙ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ, ПРИМЕНЯЕМЫХ НА ЭТАПЕ ОБУЧЕНИЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ УЧАЩИХСЯ (НА ПРИМЕРЕ ПОДГОТОВКИ ПОВАРОВ)**

*muginova72@rambler.ru*

*ГОУ ВПО РГППУ*

*г. Екатеринбург*

Системы заданий в тестовой форме образуют такие задания, которые имеют все признаки, присущие заданиям в тестовой форме, но не обладают свойствами тестовых заданий. Системы заданий в тестовой форме разрабатывают и применяют для педагогического оценивания, не претендующего на соответствие строгим требованиям научно-педагогического измерения.

Системы заданий в тестовой форме представляют собой ценность для организации самостоятельной учебной работы, могут включаться в учебный процесс, мотивируя ежедневную самостоятельную работу учащихся.

*Система заданий в тестовой форме* – это содержательная система, охватывающая взаимосвязанные элементы знаний. В отличие от тестов, в системах заданий вероятность правильного ответа на последующее задание может зависеть от вероятности правильного ответа на предыдущие задания.

В концепции тестового процесса В.С. Аванесова выделяются четыре основные системы заданий в тестовой форме: цепные, тематические, текстовые и ситуационные задания [2].

### **Цепные задания**

*Цепные* - это такие задания, в которых правильный ответ на последующее задание зависит от ответа на предыдущее задание. Основная причина возникновения такого свойства – содержательная зависимость. Цепные задания могут быть любой формы. Рассмотрим примеры.

1. шницель по-московски панируют в

- 1) белой
- 2) фигурной
- 3) сухарной

ПАНИРОВКЕ

2. ХЛЕБ ДЛЯ ЭТОЙ ПАНИРОВКИ

- 1) нарезают тонкой соломкой
- 2) нарезают мелкими кубиками
- 3) измельчают

3. МАССА ВЫХОДА РОМШТЕКСА СОСТАВЛЯЕТ \_\_\_\_\_.

4. ТАКОЙ ПОЛУФАБРИКАТ ОТНОСИТСЯ К \_\_\_\_\_.