

3. Коккота В.А. Лингводидактическое тестирование. - М. -1989. - С. 36.

**С.Г. Азовцева**  
**Н.И. Лавриненко**

### **ПРЕДЛОЖЕНИЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ: ПОИСК НОВЫХ ФОРМ РАБОТЫ ВУЗА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Новый статус вуза как самостоятельного учреждения, определяющего стратегию и тактику своего существования без патерналистской поддержки государства, стал реальностью. Стратегическое поведение вуза обусловлено нарастанием в современном мире постиндустриальных тенденций, среди которых определяющей является выдвижение на первый план человека – творца инноваций, носителя сложной рабочей силы. Производство такой рабочей силы осуществляется в сфере услуг, в её важнейшем блоке – образовании. Тактическое поведение определяется функционированием вуза в рыночной среде и теми проблемами, которые он решает как производитель образовательных услуг, формируя их предложение для потребителей. Они, в соответствии с динамикой рынка труда, определяют спрос на услуги образования.

В свете этих задач, во-первых, идёт процесс поиска новых подходов к содержанию программ, учебных планов, к технологиям образования. Во-вторых, существование в условиях рынка диктует необходимость перехода учебных заведений к новым организационным формам. Это определяет круг вопросов, собственно, менеджмента образования. Но вопросы менеджмента нельзя рассматривать в отрыве от среды, которая обуславливает объём конкретных сегментов рынка образовательных услуг. То есть необходимо решение задач, связанных с маркетингом, а далее с проблемами public relations, или формирование благоприятного общественного мнения об учреждении и его продукции. Философские и экономические аспекты учебного процесса в свете современной концепции образования широко обсуждаются в научной литературе. В этой связи представляется актуальным и важным осмысление деятельности вуза по набору абитуриентов.

---

*Азовцева Светлана Георгиевна* – кандидат философских наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин ЧИ ИГЭА.

*Лавриненко Наталья Ивановна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин ЧИ ИГЭА.

тов в соответствии с его стратегическим и тактическим поведением в современных условиях.

До недавнего времени профориентационная работа рассматривалась как система государственных мероприятий, осуществляемая вузом и призванная помочь человеку, выбирающему жизненный путь или вынужденному сменить специальность. В сегодняшних условиях содержание этой работы нуждается в ориентации на современные цели вуза. Прежде всего целевая функция вуза состоит в подготовке выпускников - профессионалов высокого уровня, способных осуществлять новации в сфере экономической деятельности. Это в значительной мере определяет престиж вуза на рынке образовательных услуг. Конечный продукт образовательной деятельности зависит от привлечения в вуз людей с хорошей подготовкой, способных обучаться по новым технологиям.

Такое направление вуз может реализовать через подготовку старшеклассников в экономическом лицейском классе. В ЧИИГЭА уже ряд лет ведётся подготовка старшеклассников средних школ №4, №9, №42, №49 г. Читы. В проблематике курса экономической теории заложен большой потенциал, позволяющий на основе современных дидактических приёмов преподавания ориентировать будущих абитуриентов на осознанную, плодотворную учёбу, восприятие ими сложных проблем экономической реальности.

В методике преподавания целесообразно исходить из следующих посылок. Во-первых, учащийся должен иметь чёткое представление, что его решение о получении высшего экономического образования сопоставимо с инвестиционным решением, которое приходится принимать любому субъекту рыночных отношений при распределении ресурсов. Лицеисты через изучение фундаментальных положений экономической теории должны усвоить, что в условиях ограниченных ресурсов (затраченных денег, времени) эффективное их использование зависит от их оптимального выбора. А в конкретном случае они его уже сделали, приняв решение о поступлении в экономический вуз. При обучении лицеистов принципиально важным становится включение в программу положений современной теории человеческого капитала. Её исходные постулаты состоят в том, что мера накопленных человеком способностей и профессиональных качеств при их целесообразном использовании способствует росту доходов собственника человеческого капитала не только в виде более высоких заработков, но и обеспечивает моральный выигрыш, создаёт стартовые условия для самореализации. Разъяснение положений экономической теории имеет важное воспитательное значение, нацеливая учащихся на восприятие того факта, что в условиях рыночной экономики благополучие и профессиональный успех зависят от продуктивности их собственных усилий, прежде всего в учебном процессе.



Во-вторых, процесс обучения в лицейском классе строится на использовании вузовской методики преподавания. Такие формы учебного процесса, как лекции, семинарские занятия, работа с тестами, решение задач, индивидуальные задания, используемые в работе с лицеистами, готовят их к восприятию новых технологий обучения, которые внедряются в вузовской методике.

Процесс обучения в лицейских классах представляет лишь часть работы по набору. Главная и существенная часть профориентационной работы сосредоточена в рамках подготовительной деятельности к вступительным экзаменам. В условиях, когда вуз самостоятельно решает проблемы своего существования, профориентационная работа в традиционном ее понимании трансформируется в комплекс мероприятий, которые можно классифицировать как маркетинговые коммуникации. К ним относятся средства и процессы сбора и предоставления информации о рынке и предлагаемых образовательных услугах, ведение переговоров, заключение договоров. В комплекс коммуникаций входят также реклама, формирование благоприятного общественного мнения об учебном заведении.

В кризисных условиях недостаточного бюджетного финансирования перед большинством вузов встает непростая и новая для них задача – адаптация к неблагоприятным условиям, поиск современных форм и видов деятельности, которые позволили бы не только сохранить уже имеющуюся материально-техническую базу, кадровый, профессорско – преподавательский потенциал, но и обеспечили бы их дальнейшее развитие. В ситуации возрастающей конкуренции между вузами актуальным представляется, наряду с использованием известных, апробированных видов работы, поиск новых, нетрадиционных форм, что позволило бы максимально сориентировать абитуриентов на выбор той или иной специальности, обязательно востребуемой в новых экономических условиях.

Предоставляемая информация должна учитывать новые мотивации со стороны потребителей образовательных услуг. За последние 5–7 лет существенно изменилось представление о престижности некоторых специальностей, что объясняется их востребованностью на рынке труда, уровнем материального вознаграждения. Прогрессирует тенденция к получению второго высшего образования. Многие абитуриенты, поступающие на заочное отделение, уже имеют высшее образование или обучаются в институте на дневном отделении. Сильны мотивы овладеть в институте несколькими иностранными языками, а также получить прочные современные знания работы на компьютере.

Формы предоставления информации имеют глубокие традиции. Такая известная и важная форма работы, как проведение дня открытых дверей, дает возможность будущим абитуриентам ближе познакомиться с институ-

том, его библиотекой, кабинетами, учебными планами и программами интересующих их специальностей. Достаточно эффективным является использование средств массовой информации. В местной периодической печати систематически освещаются разные стороны жизни института, учебная и научная работа, студенческая жизнь, досуг, наиболее интересные мероприятия, проводимые студентами и преподавателями. Не менее важной формой деятельности по предоставлению информации о вузе является разъяснительная работа, проводимая преподавателями вуза в школах города и области. Традиционным становится участие ЧИИГЭА в рекламных ярмарках, проводимых по инициативе и при участии центров занятости. Здесь предоставляется возможность дать широкую информацию о своей специфике, а также с помощью стендов и фотографий, слайдов, другой наглядной агитации привлечь внимание будущих абитуриентов.

Достаточно новым, нетрадиционным, но, как показала практика, эффективным является привлечение к предоставлению информации студентами самого вуза. При этом большую роль играет эмоциональное начало. Студенты во время каникул посещают школы, которые они недавно закончили, где их знают и помнят. Во время этих посещений они неформально общаются со школьниками и дают им всю необходимую информацию об институте.

Осмысление особенностей поведения вуза на рынке образовательных услуг в свете современных задач образования имеет важное значение для корректировки его деятельности на всех этапах учебно-воспитательного процесса. Существование в рыночной среде требует от вуза использования новых форм деятельности, нацеленной на широкую и достоверную информацию о предлагаемых вузом образовательных услугах. От направленности проведения избранных вузом мероприятий во многом зависит его успешное функционирование.