

## КОМПОНЕНТЫ КАЧЕСТВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Плужникова И.И.<sup>1</sup>, Макаренко Ю.П.<sup>2</sup>, Берестова В.В.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Плужникова Ирина Ивановна - кандидат технических наук, доцент;

<sup>2</sup>Макаренко Юлия Петровна – магистрант;

<sup>3</sup>Берестова Варвара Владимировна – магистрант,  
кафедра экономики, управления и права,

Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет,  
г. Челябинск

**Аннотация:** статья посвящена проблеме качества экономического образования в системе профессионального образования в современных социально-экономических условиях. Рассмотрены компоненты качества экономического образования: разработка основной профессиональной образовательной программы, качество преподавательской деятельности, маркетинг партнерских отношений.

**Ключевые слова:** разработка основной профессиональной образовательной программы, рейтинговая оценка качества деятельности педагогических работников, маркетинг партнерских отношений.

На сегодняшний день в условиях жесткой конкуренции современного рынка маркетинг играет важную роль в деятельности любой организации, потому что он позволяет установить оптимальную взаимосвязь между организацией и внешней средой, частью которой она является. Сегодня маркетинг понимается как выражение ориентированного на рынок управленческого стиля мышления, для которого характерны творческие, стабильные и гибкие подходы. Маркетинговая деятельность организации должна быть направлена на ее долговременное существование на рынке, на ее устойчивость, прочные и длительные связи с потребителями или другими участниками рынка, повышение конкурентоспособности предлагаемых товаров (услуг). Для достижения вышеперечисленных целей организации необходимо создание маркетинговой службы деятельность, которой позволит ответить на основные вопросы отражающие сущность маркетинга:

- 1) что необходимо рынку, и в каком количестве;
- 2) какой сегмента рынка, и кто наш клиент;
- 3) по какой цене подать товар или услугу;
- 4) как продвигать товар или услугу на рынке [3]

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года сказано: «Обновление организационно-экономических механизмов на всех уровнях системы образования обеспечит ее соответствие перспективным тенденциям экономического развития и общественным потребностям, повысит практическую ориентацию отрасли, ее инвестиционную привлекательность» [1].

Маркетинговая деятельность образовательного учреждения в настоящее время становится одной из важнейшей функцией управления. Для образовательных учреждений системы профессионального образования основой планирования являются федеральные государственные образовательные стандарты, введенные в действие в 2009 году, в которых говорится, что перед началом разработки основной профессиональной образовательной программы образовательное учреждение должно определить ее специфику с учетом направленности на удовлетворение потребностей рынка труда и работодателей, конкретизировать конечные результаты обучения в виде компетенций, умений и знаний, приобретаемого практического опыта.

При мониторинге качества экономического образования со стороны преподавателя уделяют внимание качеству преподавательской деятельности, осуществляющемуся по рейтинговой оценке качества деятельности педагогических работников. Рейтинговая оценка проводится в строгом соответствии с законами Российской Федерации, постановлениями Правительства Российской Федерации, нормативными и инструктивными документами Министерства образования и науки Российской Федерации, уставом колледжа, решениями учебно-методического совета, а также приказами руководителя [2, с. 67]. Основной целью рейтинговой оценки качества деятельности педагогических работников является стимулирование роста квалификации, профессионализма, продуктивности научной и учебной работы, развитие творческой инициативы преподавателей и сотрудников, направленной на инновационное развитие колледжа и повышения качества его деятельности.

Для повышения качества экономического образования профессиональных образовательных организаций необходимо воздействие с нескольких позиций. С одной стороны рейтинговая оценка качества деятельности педагогических работников в сфере экономического образования повышает уровень и качество профессиональной деятельности преподавателя, непосредственно отражающиеся на качестве приобретаемых компетенций обучающегося. Чем выше качество профессиональных компетенций обучающегося, тем больше вероятность получения по прохождению всего периода обучения высококвалифицированного и конкурентоспособного специалиста. С другой стороны развитие маркетинга

партнерских отношений используется как механизм интеграции образования и производства. В его основе лежит работа колледжа и потенциальных работодателей по созданию ценности, которая позволит обеспечить совместное конкурентное преимущество. В ходе работы планируется, что предприятия будут получать практические решения своих проблем на базе деятельности студентов, которые совместно с преподавателями будут находить оптимальные управленческие решения для реально смоделированной практической ситуации в учебном процессе. Соответственно, на этапах своего развития предприятие может обращаться к услугам вуза либо для получения информации по актуальным для него вопросам, либо для поиска нужных специалистов, так как профессиональная образовательная организация - это место пополнения кадрового потенциала, что также немаловажно для работодателя. Стоит отметить, что для студентов внедрение такого подхода также будет большим плюсом, так как на практике они реализуют свои знания, нарабатывают определенные навыки, участвуют в принятии управленческих решений. Все это происходит благодаря моделированию производственных ситуаций, участию в деловых играх. В основе проекта заложена мотивация, заинтересованность, соперничество между студентами, самореализация, нацеленность на конечный результат.

Для эффективной деятельности маркетинга партнерских отношений необходимо:

- комплексно изучать рынок работодателей (партнеров) в определенной сфере деятельности;
- производить ежегодную координацию действий по планированию перечня образовательных услуг, исходя из своих возможностей;

Таким образом, для повышения качества экономического образования образовательные учреждения профессионального образования необходимо уделять внимание разработке основной профессиональной образовательной программе, определяя ее специфику, конкретизируя конечные результаты обучения в виде компетенций, умений и знаний, приобретаемого практического опыта, качеству преподавательской деятельности, а также маркетингу партнерских отношений. Именно та профессиональная организация, которая эффективно использует все вышеизложенные компоненты, сможет качество экономического образования, а также в большем объеме использовать свои возможности по улучшению конкурентных преимуществ на рынке образовательных услуг и удержать лидирующую позицию. Образовательная деятельность будет успешной, если колледж ориентируется непосредственно на потенциального потребителя: студента, цель которого - получение качественного образования и реализация себя в обществе, и работодателя, желающего принять на работу квалифицированного специалиста, имеющего профессиональные знания для своего дальнейшего развития.

#### *Список литературы*

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года: утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р.
2. *Гончарова Н.И.* Мониторинг результативности педагогической деятельности [Текст] / Н. И.Гончарова // Педагогическая диагностика. № 4, 2013. С. 94.
3. *Плужникова И.И.* Использование идей маркетинга в образовательной сфере. [Электронный ресурс] // И.И. Плужникова, Т.А. Ветлугина // Научная интеграция в современном мире: сборник статей Международной научно-практической конференции 22 апреля 2017 г. в г. Санкт-Петербурге. Самара: ЦНИК, 2017. С. 21-22. 88 с. ISBN: 978-5-9909863-5-0.
4. *Плужникова И.И.* Проектирование образовательной среды. [Электронный ресурс]. И.И. Плужникова, Н.Ю. Мишуткин // Педагогические и психологические науки: актуальные вопросы теории и практики: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции 31 мая 2017 г. в г. Казани. Научно-издательский центр «Открытое знание», 2017. С. 62-66. 97 с. ISBN: 978-5-00007851-9.