

ПЕДАГОГИКА

Нургалиева Алина Айратовна

студентка

Трофимова Ярослава Владимировна

канд. экон. наук, доцент, преподаватель

ВГБОУ ВПО «Башкирский государственный
педагогический университет имени М. Акмуллы»

г. Уфа, Республика Башкортостан

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ К ПОДГОТОВКЕ СОВРЕМЕННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ МАРКЕТИНГА

Аннотация: в статье рассмотрена проблема экономического влияния к подготовке современных специалистов в области маркетинга. Цель исследования – теоретическое обоснование принципов и условий в подготовке конкурентоспособных специалистов в области маркетинга в высшем профессиональном учреждении. Актуальность темы обусловлена тем, что отечественные предприятия в целях признания себя конкурентоспособной организацией нуждаются в эффективной организации маркетинговой деятельности, сталкиваясь при этом с существенными трудностями в рамках подбора персонала. Обучение в ВПО – системный, целенаправленный, структурированный и ценностно-ориентированный процесс формирования высококвалифицированного, мобильного специалиста. На основе анализа ситуации экономики и рынка труда авторами были выделены основные принципы к организации профессионального обучения маркетологов.

Ключевые слова: культура образования, обучение, профессиональное становление личности, конкурентоспособность.

На сегодняшний день, как известно, остро обстоит вопросы ситуации на мировом рынке, которые обусловлены большими изменениями в экономической,

политической и социальной жизни стран. Данные вопросы не могли не повлечь за собой и проблемы в области рынка труда.

Ни для кого не секрет, что движущей силы экономического развития, без которой невозможно вхождение стран в мировую экономику, является предпринимательство, способное конкурировать с другими предприятиями мирового масштаба. Тема конкурентоспособности остается одной из важнейших проблем предприятий и современной экономики отдельных стран. Определение конкурентоспособности получает все более широкую трактовку, распространяясь не только на товары, страны, регионы, идеи, инвестиционные проекты, но и сферу услуг [3, с.190], в том числе образовательных.

В настоящее время развитию предпринимательства уделяют особое внимание. В целях выживания и дальнейшего развития предприятия стараются оптимизировать свою деятельность через разнообразные подходы и технологии маркетинга, которые послужили формированию службы маркетинга в организационных структурах, связано это в первую очередь с затруднениями в реализации готовой продукции предприятий. Создание такой службы вызывает затруднения в подборе кадров, так как исходящим звеном внутренних проблем является персонал, а точнее его недостаточный уровень образования, что указывает зависимость экономики от образования.

Современный рынок труда с каждым годом предъявляет обществу все новые и усовершенствованные требования к культуре образования человека. Под культурой образования понимают процесс обучения, характеризующее целенаправленное взаимодействие преподавателя и учащегося, в системе которого решаются задачи образования, воспитания и общего развития человека. А именно, обучение – это овладение знаниями, умениями и навыками, развитие творческих способностей, мировоззрения и нравственно-этических взглядов и убеждений [6].

Процесс развития человека затрагивает его профессиональное становление, которое является началом и продолжением формирования личности.

Профессиональное становление личности – важный непрерывный процесс развития личности с начала формирования профессиональных намерений до полной реализации себя в профессиональной деятельности [1, с. 89]. В свою очередь профессиональная деятельность на современном этапе образовательной среды требует как от человека, так и от общества необходимой специальной подготовки. Поэтому профессиональное обучение принято сводить к уровню высшего и непрерывного образования. Об этом свидетельствуют данные общей характеристики сферы реализации государственной программы Российской Федерации о развитии образования [5], где указано, что доля экономически-активного населения, которое занимается собственным непрерывным образованием, не превышает 22,4% по сравнению с развитыми европейскими странами, где уровень образования достигает 60–70%.

Профессия маркетолога одна из молодых перспективных экономических специальностей в плане раскрытия перед человеком новых широких возможностей в управленческой деятельности, востребованности и необходимости для любой организации, занимающейся продвижением товаров и услуг на рынке.

Вследствие этого перед образовательными учреждениями также имеют место быть проблемы маркетингового обучения, связанные с вопросами содержательного наполнения учебных программ и методическому обеспечению учебного процесса [2, с. 175].

В системе профессионального образования процесс обучения рассматривается как единство теоретического и производственного обучения, что представляет общие теоретических знания студента общеобразовательных и специальных предметов, которые направлены на всестороннее развитие, а также овладение профессиональными знаниями, умениями и навыками, характеризующие его как специалиста. Взаимосвязь этих процессов создают комплексное и полноценное обучение.

Также одной из форм обеспечения маркетингового обучения – это разработка компетенций в образовательных стандартах, каких-либо мероприятий и

программ в процессе обучения, способствующие развитию конкурентоспособного рабочего на современном рынке труда.

Условия подготовки квалифицированных, конкурентоспособных рабочих, ее результативность и эффективность во многом определяются общественно-политическими и социально-экономическими процессами, порождающими комплекс новых факторов, которые необходимо учитывать [4, с. 58]. В связи с этим, вопросы по организации обучения, по нашему мнению, должны быть рассмотрены в соответствии запросам рынка труда, что влечет ряд тактических операций и действий в сфере развития образовательных услуг, снижении и возникновении новых профессий, создании передовых образовательных технологий, новых форм обучения и государственных программ в сфере образования. При этом решение возникающих задач в содержании и качестве подготовки рабочих кадров, должны быть максимально приближены к реалиям.

Основы обучения в системе образования сегодня указывают на необходимость введения использовать инновационные подходы преподавания (проведение лекции с использованием интерактива, круглый стол, деловая игра, и др.), которые помогут настроить студента на более продуктивную деятельность, а также воздействовать на формирование профессиональных компетенций.

Таким образом, при создании правильного понимания проблем экономики и нехватки кадров необходима эффективная система образования, на которую должны возлагать свои усилия не только образовательные учреждения, но и предприятия, и государство. Отсюда стратегической целью образования является формирование у молодого поколения экономических и политических взглядов, основу которых представляют научные знания, культура и этика, связанные с профессиональной средой. Для государства и отечественных предприятий приоритетным будет установление каких-либо льгот при получении высшего образования персонала, премий, повышений заработной платы и продвижений в карьере. Эти мероприятия позволят сформировать интерес у молодого поколения к экономическим и другим специальностям.

Список литературы

1. Занин Д.С. Теория и практика психолого-педагогического сопровождения профессионального развития личности специалиста [Текст] / Д.С. Занин, Р.М. Фатыхова // Педагогический журнал Башкортостана. – 2013. – №5(48). – С. 88–98
2. Старков А.Г. Международная научно-практическая конференция «Преподавание и исследования в области маркетинга: вызовы XXI века» // Российский журнал менеджмента. – 2008. – Т. 6. – №2. – С. 174–178.
3. Трофимова Я.В. Конкурентоспособность услуг как комплексное понятие // Культура и образование [Текст]: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 15-летию социально-гуманитарного факультета, 25-летию кафедры культурологии БГПУ им. М. Акмуллы и 60-летию профессора В.Л. Бенина (Уфа, 28–29 ноября 2014 г.) / Под ред. В.Л. Бенина. – Уфа, 2014. – 607 с.
4. Федоров В.А. Исходные принципы построения модели подготовки конкурентоспособных рабочих в условиях промышленных предприятий [Текст] / В.А. Федоров, С.В. Васильев // Образование и наука. – 2014. – №6(115). – С. 56–74.
5. Консультант-плюс // Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования» на 2013–2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_146497/?frame=3#c4
6. Учебные материалы // Сущность процесса обучения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://txtb.ru/86/5.html>.