

вания и аккредитации вузов. Поскольку подготовка и переподготовка специалистов страхового дела осуществляется как в рамках учебных заведений, так и в страховых организациях, предметом дискуссии оказался вопрос совместной организации данной работы и повышения качества подготовки специалистов.

Крупнейшие операторы российского страхового рынка видят своего специалиста-универсала, который может быстро и адекватно реагировать на меняющиеся факторы внешней среды, особенно в процессе принятия риска на страхование — андеррайтинга. Специалист должен не только быть универсалом, но и стремиться стать сверхуниверсалом, т. е. владеть основами права, макроэкономики, несколькими иностранными языками. Для этого следует постоянно повышать свой профессиональный уровень и квалификацию, а вузы должны учитывать подобные потребности.

В связи с вышесказанным, во-первых, необходимо переходить от узко специализированного образования к более универсальному. Во-вторых, выпускник, обучающийся по страховой специализации, должен стать прежде всего финансистом, а дополнительные знания по страхованию возможно получать в процессе повышения профессиональной квалификации. В-третьих, необходимо ввести систему дистанционного образования по специальным страховым дисциплинам для работников региональных, а также средних по размеру страховых компаний, не имеющих возможности постоянно повышать квалификацию в очной форме. В-четвертых, необходимо проводить на базе аккредитованного вуза регулярную аттестацию и переаттестацию страховщиков-практиков. Необходимо пересмотреть структуру действующих учебных планов по специальности «Финансы и кредит», при этом первое место должна занять самостоятельная работа студентов по соответствующим учебным материалам и при обеспечении требующимся учебным материалом и контролем со стороны преподавателя.

*Е. Н. Матюхина*

*Тюменский государственный университет*

## **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ВУЗОВ И ПУТИ ИХ УСТРАНЕНИЯ**

Использование современных методов и форм управления в процессе развития системы образования, безусловно, является показателем прогресса. Примером тому служит активное внедрение в практику высшего профессионального образования (ВПО) системы маркетингового управления. В результате ориентации на потребителя в процессе формирования и реализации образовательных услуг высшего профессионального образования за последние 5-7 лет было открыто большое количество новых специальностей и специализаций ВПО. Стремление вузов к расширению сферы влияния на рынке образовательных услуг ускорило процесс статусных подвижек: имеется в виду переход вузов от статуса института к статусу университета или академии. При этом наблюдаются достаточно устойчивые тенденции к «размыванию» профиля вузов: технические вузы открывают гуманитарные специальности и наоборот. Позитивным моментом является расширение возможности выбора получения одной и той же специаль-



ности в различных вузах. Вместе с тем расширение спектра новых специальностей чаще всего ограничивается рамками популярных или «продаваемых» специальностей («Менеджмент», «Экономика» и т. п.)

Даже беглый обзор деятельности вузов в современных условиях позволяет сделать однозначный вывод, что рынок образовательных услуг российского образования сформировался и развивается сообразно экономическим закономерностям. Следует отметить, что, несмотря на кажущуюся позитивность, такая ситуация несет в себе целый ряд серьезных социально-экономических последствий, о которых и пойдет речь в данной статье.

Рассмотрение вопроса о социально-экономических последствиях маркетинговой политики вузов связано с исследованием потребностей департаментов администрации города и области в выпускниках системы высшего профессионального образования. В настоящей публикации в качестве примера представлены результаты исследований потребности в специалистах департаментов внешних связей и торговли, систем жизнеобеспечения и молодежной политики и туризма. Исследование позволило выявить ряд серьезных проблем, имеющих характер отнюдь не локальный, значимый лишь для конкретного города, а важный для развития всей системы высшего профессионального образования России. Указанные проблемы связаны прежде всего с последствиями активной рыночной политики вузов в современных социально-экономических условиях.

Переход к рыночной политике в управлении высшим профессиональным образованием, как и в любой другой сфере деятельности, автоматически означает, что такая политика внесет серьезные изменения в процесс и результат образовательной деятельности вуза. Рынок развивается по собственным экономическим законам, игнорировать которые невозможно. Рыночный подход — признаем мы это или нет — связан с ростом значимости ориентиров на получение прибыли и расширение рынков влияния. Количество открытых вузом коммерческих специальностей или коммерческих групп в условиях рыночной экономики должно нарастать, и они просто обязаны приносить достаточную прибыль для того, чтобы окупить затраты при существующем уровне инфляции.

Последствия маркетинговой политики вузов являются, по-видимому, результатом их рекламной активности и имиджевой привлекательности. Зачастую выбор специальности будущими выпускниками вуза определяется не профессиональными предпочтениями или интересом к той или иной профессии, а желанием иметь в личном «капитале» диплом престижного университета. Таким образом, при внешне благополучной ситуации с ростом количества выпускников и прогнозе неуклонного повышения уровня образования современных работников выявляется серьезная проблема дефицита молодых специалистов с высшим образованием для сферы ЖКХ, международных связей и работы с юношеством. Какие же действия сегодня возможно предпринять для предупреждения данной проблемы и снижения ее остроты? Поиск решений заключается не в том, чтобы отказаться от маркетингового подхода в деятельности вузов. Это было бы шагом назад. Скрытая область решения данной проблемы лежит не в отказе от маркетинговых методов, а в их углублении. В настоящее время на рынке образовательных услуг вузы выступают только с позиции «продаж» образовательных программ высшего профессионального образования.

В складывающихся условиях все более актуальным становится вопрос формирования новой системы отношений между образовательными учреждениями и предприятиями, союзами работодателей, объединениями трудящихся, службой занятости, то есть со всеми, кто становится не просто заказчиками «продукта» образовательного учреждения, но и источником его финансового благополучия. Поэтому сегодня одним из важнейших приоритетов развития профессионально-



го образования является создание института социального партнерства. Один из вариантов — организация трехуровневого социального партнерства. Оно базируется на двух новых парадигмах. Первая: работодатель определяет, чему учить, образовательное учреждение — как учить. Вторая: качество образования — это когда к тебе возвращается заказчик, а не продукция. В рамках трехуровневого социального партнерства это не совсем научное определение качества приобретает точную определенность.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Смирнов И. П., Ткаченко Е. В. Социальное партнерство: что ждет работодатель? Итоги пилотного Всероссийского социологического исследования. М., 2004. 32 с.

*О. П. Мелехова*

*Московский государственный университет  
им. М. В. Ломоносова*

### РОССИЙСКОЕ УНИВЕРСИТЕТСКОЕ БИОЛОГО-ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И БОЛОНСКИЙ ПРОЦЕСС

Начало XXI века в России ознаменовано реформами экономической и социальной сфер. Эти реформы связаны с формированием общеевропейского образовательного пространства, рынка труда, торговли, обменов специалистами и учащимися. При этом одной из важнейших задач является сохранение лучших национальных традиций культуры и образования. Поскольку в сфере высшего образования реформы осуществляются достаточно давно, мы можем оценить некоторые результаты и общую динамику происходящих изменений. В настоящее время высшая школа России работает над реализацией положений Болонской декларации. Имеется план мероприятий по этой проблеме, разработанный Минобрнауки на 2005-2010 гг. В него входят (а) развитие многоуровневой системы высшего профессионального образования и (б) изучение и введение системы зачетных единиц (ECTS). Биологическое образование — его уровень, организация и доступность — приобретает первостепенное значение в наши дни в связи с кризисной экологической ситуацией и необходимостью срочных мер для сохранения биосферы и выживания человечества. Университетское фундаментальное образование в области биологии служит выработке научного биологического мировоззрения как основы практической деятельности по охране окружающей среды, охране здоровья, научному обоснованию потребностей человека, созданию моделей экологически безопасной экономики, в том числе решению народнохозяйственных задач методами биотехнологии. Биологическая грамотность необходима для принятия экологически обоснованных решений на всех уровнях. Основной особенностью университетского биологического образования является его универсальность, сочетающаяся с углубленной научной специализацией и владением экспериментальным подходом. Широкая фундаментальная подготовка специалистов в университетах включает органическую совокупность всех направлений биологических и смежных естественных наук.

Подготовка специалистов-биологов на уровне требований современной науки требует обязательного наличия в университетах условий проведения учеб-