

(московская водка, тульские пряники, вологодское масло). Регион - это производитель, ориентированный на потребителя.

В региональном маркетинге сходятся различные научно-практические интересы. Естественно, появляются попытки приоритетного акцентирования на том или ином аспекте регионального маркетинга. Однако для регионального маркетинга в настоящее время более важным является определение его теоретико-методологической ипостаси. Действительно, что выражает маркетинг региона? Достаточно ли перечисление его ресурсной базы, экономического потенциала, то есть традиционного набора характеристик экономики региона? Вероятно, нет. Ключевым объясняющим элементом этого сложного образования является маркетинг.

Релевантность регионального маркетинга проявляется через патерналистский характер маркетинга, когда на первый план выдвигается удовлетворение потребностей. Объяснение, изучение и управление столь сложной категорией, каковой является региональный маркетинг, невозможно без соответствующего инструментария, в качестве которого может выступить программно-целевой подход и модульное построение системы маркетинга региона.

Региональный маркетинг охватывает явления и процессы, относящиеся к различным видам маркетинга: промышленный, торговый, некоммерческий, в том числе бюджетный и тому подобное. По существу, первоначально, речь должна идти о создании методологической конструкции регионального маркетинга. И, прежде всего, выработке принципов регионального маркетинга. В качестве ведущего принципа, основанного на классической теории маркетинга, выступает положение о наиболее полном удовлетворении потребностей региона. Данный принцип может трансформироваться в конкретные цели и задачи соответствующего региона, учитывающие достигнутый уровень, потенциал и перспективы развития. Например, повышение инвестиционной, маркетинговой привлекательности региона, уровня жизни населения и тому подобное.

Субъектами регионального маркетинга будут выступать органы законодательной и исполнительной власти, бюджетные организации, промышленные, торговые, финансово-кредитные предприятия региона различных форм собственности. Кроме того, в сферу регионального маркетинга попадают органы и предприятия не находящиеся на территории региона, но взаимодействующие и оказывающие влияние на субъекты региона. Помимо предприятий и организаций, масштабным и одновременно единственным субъектом регионального маркетинга выступает население региона с его основными характеристиками, с учетом миграционных процессов. Поэтому нельзя не согласиться в первом приближении с определением А.П. Панкрухиным регионального маркетинга – это ориентация всей системы власти и менеджмента на потребности целевых групп потребителей товаров и услуг территории. Интерес к региональным аспектам маркетинга значительно вырос. Но, в основном, поднимается вопрос продвижения образа региона. Безусловно, это важный вопрос, но, прежде, или параллельно необходимо сформировать концепцию и систему регионального маркетинга.

Региональный маркетинг имеет много особенностей и отличий. Основное отличие регионального маркетинга состоит в наличии некоего геопространства, в пределах которого реализуются маркетинговые функции. Причём, это геопространство характеризуется, по крайней мере, двумя специфическими параметрами: протяженность и неоднородность. Деятельность субъектов в рамках определенного геопространства формирует геомаркетинговую среду их функционирования, для которой важны такие признаки, как территориальная общность, территориальная целостность и специфика. Эти геофакторы весьма важны с точки зрения

маркетингового управления территориальным образованием.

Одним их существенных и привлекательных для инвесторов является понятие маркетинговый потенциал региона. Маркетинговый потенциал понятие относительно новое, слабо исследованное с точки зрения состава, структуры и взаимодействия. Реально, чаще всего описывается маркетинговый потенциал предприятия, фирмы, под которым понимается готовность, способность и возможность субъекта своевременно и качественно исполнять маркетинговые функции, решать намеченные задачи. Нередко имеют место попытки технократичного или математического описания маркетингового потенциала. Безусловно, это заслуживает уважения, но не объясняет природу и синергические возможности данного понятия.

Для кого требуется региональный маркетинг? Заказчиком могут выступать администрации субъектов РФ различного уровня.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ВУЗОВ

Щербакова Е.В., Нечаева Т.М., Кузнецова Т.А.

*Орловский государственный технический университет,
Орел*

Современные социально - экономические условия предъявляют повышенные требования к механизмам адаптации, психическому и соматическому здоровью человека, так как рост заболеваемости и снижение продолжительности жизни обусловлены во многом факторами, действующими на человека задолго до начала активной трудовой деятельности.

Однако практика показывает, что вопросам исследования и формирования здоровьесохраняющей образовательной среды вуза уделяется недостаточное внимание. Отсутствует методология формирования комплексной системы здоровьесбережения, не определены критерии ее эффективности в системе управления качеством образования.

По данным исследований, проводящихся в рамках всеобщей диспансеризации детей и подростков, доля здоровых детей за время обучения в средней школе снижается с 30 до 10%. Несмотря на отсутствие таких же масштабных исследований динамики состояния здоровья молодых людей за время получения высшего профессионального образования, в научной литературе есть данные о значительных отклонениях как соматического, так и психического здоровья студентов.

Анализ амбулаторных карт студентов первого курса показал наличие различных заболеваний почти у 50% из них. Из материалов социологических исследований следует, что ухудшение состояния соматического и психического здоровья отмечается у 35% студентов за первые годы обучения. Количество студентов, чья успеваемость не поднимается выше оценки "удовлетворительно" среди студентов с плохим здоровьем втрое выше.

Многие нарушения здоровья связаны с возникновением и развитием неблагоприятных психических состояний: тревоги, депрессии, нервно-психического напряжения, эмоционального стресса, переутомления, в основе которых могут лежать межличностные проблемы, связанные в той или иной мере с обучением в вузе.

Существующая система медицинского контроля за состоянием здоровья студентов не в состоянии в полной мере обеспечить профилактическую функцию и своевременное выявление срывов механизмов адаптации и развитие психосоматической патологии.

Факторы дезадаптации в высшей школе изучены в меньшей мере, чем в средней школе. Более того, по-видимому, они могут быть дифференцированы в зависимо-

сти от организации образовательного процесса вуза, факультета, содержания образования, адекватности выбора будущей профессии (профориентационной деятельности вуза) и другой специфики.

Анализ условий труда студентов на ряде учебных мест показывает несоответствие санитарно-гигиенических и психофизиологических показателей требованиям нормативной документации по охране труда. Неудовлетворительная организация учебного процесса может усиливать психоэмоциональные нагрузки и рост напряженности, что увеличивает риск развития психосоматических заболеваний.

Несбалансированное питание, наличие пагубных привычек, отсутствие знаний по самоконтролю, саморегуляции и развитию индивидуальных резервных возможностей средствами и методами физической культуры, отсутствие мотивации к здоровому образу жизни, как основному фактору социального благополучия, приводят к снижению адаптационных возможностей, серьезным нарушениям здоровья, к снижению общего качества жизни.

В этой связи проведение сравнительных исследований состояния психического и соматического здоровья студентов, обучающихся в различных вузах, по различным специальностям, в различных условиях деятельности, выявление общих и специфических факторов риска развития дезадаптации и изучение динамики изменения состояния здоровья за время обучения является актуальным.

Для формирования и совершенствования безопасной образовательной среды требуется разработка комплекса технических, организационных, медицинских и психолого-педагогических схем управления рисками. С этой целью необходимо решить следующие задачи:

- проведение медицинских и психофизиологических исследований для установления зависимости неблагоприятного воздействия различных факторов учебного процесса и условий обучения на психические и функциональные состояния, адаптационно-приспособительные механизмы;
- прогнозирование факторов дезадаптации и определение ранжированного ряда профилактических мероприятий
- корректировка образовательных программ и методик преподавания;
- разработка научно-обоснованных методов и средств профилактики неинфекционных и социально обусловленных заболеваний, а также реабилитационно - корректирующих программ;
- разработка нормативной документации о современных санитарных правилах содержания высших учебных заведений;
- научно-методическое обеспечение центров содействия укреплению здоровья студентов и служб психологической помощи;
- разработка рекомендаций по созданию материально-технических и социальных условий для сохранения и укрепления здоровья членов вузовского коллектива.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТНОЙ ГОТОВНОСТИ СТУДЕНТОВ В УСЛОВИЯХ ГУМАНИСТИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Яковлев Б.П.

Сургутский государственный педагогический университет, Сургут

Под образованием понимается педагогическое взаимодействие двух процессов: учебная деятельность, направленная на приобретение новых знаний, умений и навыков или изменения старых, под руководством педагогов, в интересах общества и государства, сопровождающихся констатацией достижения обучающимися определённых государством образовательных уровней и деятельность самого учащегося

по образованию себя в соответствии с предъявляемыми учебными планами, программами, стандартными требованиями и собственными личностными ценностями, целями и задачами (саморазвитие).

Современные цели реформирования высшего образования определяют, прежде всего, стратегию приоритетного внимания к личности всех субъектов педагогического процесса - как студентов, так и самих преподавателей. В настоящее время все более распространяется убежденность в том, что узко-тактический "предметно-ориентированный или технологический подход" в образовании должен уступить место более широкому, стратегическому "личностно-ориентированному или гуманистическому подходу"

Учебно-воспитательный процесс получения высшего образования в вузе построен на том, чтобы сориентировать студентов на обучение различным предметным умениям и действиям. Многие студенты проявляют пассивность и не-удовлетворенность учебной деятельностью, не умеют использовать и развивать свои двигательные, познавательные и творческие возможности, на которые ориентирует их преподаватель на учебных занятиях. Отсутствие стремления к активному саморазвитию и овладению профессиональными знаниями, умениями и навыками, повышению творческих возможностей может быть связано с преобладанием на сегодняшний день технократического или предметно-ориентированного обучения.

В предметно-ориентированном обучении в процессе учебной деятельности слабо учитывается (в основном декларируется) личностное развитие, стремление студента к успешности, творческой, самостоятельности и инициативности выполнения профессиональных, учебных, проблемных задач. Так, М.В. Кларин даёт следующую дидактическую характеристику технократическому подходу в системе построения модели обучения (1). Дидактические поиски в русле технократического подхода: исходят из эффективной репродуктивной деятельности как самостоятельной ценности, преимущественно направлены на дидактические цели невысокого познавательного уровня; являются личностно-нейтральными; делают акцент на стандартизированных учебных процедурах и предполагают положительный эмоциональный фон, но, вместе с тем, личностно-нейтральный характер включения ученика и учителя в учебный процесс; ставят учителя в позицию преподавателя-оператора (2,3). Основная цель в предметно - ориентированном обучении - это усвоение по указке преподавателя предметно-дисциплинарных знаний. В данном случае, для педагога, учащийся (школьник, студент) является объектом обучения и воспитания.

В традиционном обучении, преподаватель создаёт средства, формирует мотивы, указывает цели, организует условия, основная направленность такого обучения это добиться требуемых программами результатов обучения и полный контроль над содержанием образования, получением информации. Такой предметно-ориентированный подход способствует лишь развитию и формированию у учащегося "пассивно-личностной готовности", согласно, К.Д. Ушинскому они воспитываются существами: - "...всё готовящимися к деятельности и остающимися навсегда мечтателями ...".

В настоящее время в образовании все больше акцентируется внимание на дидактические технологии в русле личностно-ориентированного подхода (3).

Согласно личностно-ориентированному подходу, чтобы учащийся выступал как полноценный субъект учебно-познавательной деятельности, важно реализовать определенные психолого - педагогические условия в процессе его взаимодействия с учителем. Основными формами оптимальной реализации взаимодействия является - подготовка, для преподавателя - профессионально-психологическая подготовка, где основное внимание акцентируется на про-