

О НАПРАВЛЕНИЯХ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАФЕДРЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В ФОРМИРОВАНИИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ ВУЗА

Валынкин Р.О.¹, Шеенко Е.И.¹, Бердышева Е.В.¹

¹*ФГБОУ ВО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Барнаул, e-mail: valynkin@yandex.ru*

Материал раскрывает первоочередные задачи деятельности вуза в лице кафедр физической культуры и спорта (ФКиС) в формировании конкурентоспособного студента – выпускника образовательного учреждения, отличающегося крепким здоровьем и высоким уровнем личной физической культуры. В статье дается подробное содержание по переориентации деятельности кафедры ФКиС вуза с традиционной работы со студентами в сфере их физического воспитания на такую технологию работы, где маркетинговая деятельность стала бы фактором успеха не только в поиске новых подходов и направлений, но и в достижении положительных результатов в деле формирования профессионально необходимого уровня личной физической культуры студентов. Представлена трехуровневая модель реализации направлений деятельности кафедры ФКиС: межвузовский (глобальные направления), собственно уровень вуза (локальные направления) и уровень факультетов, институтов (вплоть до учебных групп) (частные направления). Каждый из уровней содержит подробную характеристику направлений маркетинговой деятельности кафедр на примере взаимодействий как в условиях межкафедрального совета по физической культуре вузов региона, так и со структурными подразделениями вуза, так или иначе имеющими отношение к воспитанию и здоровьесбережению субъектов образовательного процесса. В заключение приводятся приоритетные направления маркетинговой деятельности кафедры ФКиС: непосредственное удовлетворение потребности студентов в определенных ценностях физической культуры и средствах физкультурно-спортивной деятельности; создание уникального «физкультурного продукта», выраженного в высоком уровне физической воспитанности студента как потребителя данной услуги, и др.

Ключевые слова: кафедра физической культуры и спорта, маркетинговая деятельность, физкультурный продукт, потребность в ценностях физической культуры.

ABOUT DIRECTIONS OF MARKETING ACTIVITY OF DEPARTMENT OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS IN FORMATION OF PHYSICAL CULTURE OF UNIVERSITY STUDENTS

Valynkin R.O.¹, Sheenko E.I.¹, Berdysheva E.V.¹

¹*Altai State Technical University named after I.I. Polzunov, Barnaul, e-mail: sheenk@rambler.ru*

The material reveals the priorities of the University in the face of departments of physical culture and sports in the formation of a competitive student-graduate of an educational institution, characterized by good health and a high level of personal physical culture. The article gives a detailed content on the reorientation of the Department of physical culture and sports of the University from the traditional work with students in the field of their physical education to such a technology of work, where marketing activities would become a success factor not only in finding new approaches and directions, but also in achieving positive results in the formation of professionally necessary level of personal physical culture of students. A three-level model of the implementation of the activities of the Department of physical culture and sports is presented: Intercollegiate (global directions), the actual level of the University (local directions) and the level of faculties, institutes (up to study groups) (private directions). Each level contains a detailed description of trends in the marketing activities of the departments, for example, interactions in terms of interdepartmental Council on physical culture universities in the region, and with the structural units of the University or otherwise pertaining to education and health care of subjects of educational process. In conclusion, the priority directions of marketing activities of the Department of physical culture and sports are given: direct satisfaction of students' needs in certain values of physical culture and means of physical culture and sports activities; creation of a unique «physical culture product» expressed in a high level of physical education of the student as a consumer of this service, etc.

Keywords: Department of physical culture and sports, marketing activities, physical culture product, the need for physical culture values

Сегодня идея культуры здоровой жизни становится актуальной как никогда. Создание условий, обеспечивающих возможность для граждан страны вести здоровый образ жизни, систематически заниматься физической культурой и спортом [1], сохранение и укрепление здоровья обучающихся общеобразовательных организаций и учащейся молодежи ссузов и вузов, совершенствование их физического и психического развития, формирование у них устойчивой потребности в ценностях физической культуры [2] становятся сегодня приоритетными направлениями государственной политики и рассматриваются в качестве необходимой гарантии успеха всех реформ, проводимых в нашей стране.

Такое внимание исследователей и специалистов к совершенствованию физического воспитания обучающихся среднего специального и высшего образования обусловлено стабильной динамикой снижения уровня их здоровья [3], слабой мотивацией к повышению своих физических кондиций и функциональных возможностей [4] и пр. Несомненно то, что отмеченные ценности не только являются одними из основных составляющих в подготовке конкурентоспособного выпускника, но и обеспечивают успех и стабильность в предстоящей профессиональной и бытовой деятельности.

Изучение отношения студентов к физической культуре, а также деятельности по формированию у студентов профессионально необходимого уровня личной физической культуры позволяет отметить, что в условиях вуза эти проблемы входят в перечень основных направлений деятельности кафедры физической культуры и спорта. Однако, как показывает существующая практика, кафедры физической культуры и спорта испытывают значительные затруднения в физическом воспитании студенческой молодежи. Решение данной проблемы мы видим в переориентации деятельности кафедры физической культуры и спорта в высших образовательных организациях с традиционной работы со студентами в сфере их физического воспитания на такую технологию работы, где маркетинговая деятельность стала бы фактором успеха не только в поиске новых подходов и направлений, но и в достижении положительных результатов в деле формирования профессионально необходимого уровня личной физической культуры студентов.

Цель исследования: рассмотреть с позиции маркетинга основные направления деятельности кафедр физической культуры в формировании у студентов профессионально необходимого уровня личной физической культуры.

Методы исследования: анализ научной и научно-методической литературы, наблюдение.

Результаты исследования и их обсуждение. В рамках поиска эффективных направлений деятельности кафедр физической культуры и спорта с позиции маркетинга нами был изучен опыт деятельности вузов многих регионов страны: Московской,

Кемеровской и Пензенской областей, Татарстана, а также Республики Казахстан, в которых различными структурными подразделениями осуществляется здоровьесберегающая деятельность, деятельность по формированию физической культуры личности студентов.

Естественно, что в каждом из регионов и в отдельно взятом вузе накоплен свой опыт физкультурной и здоровьесберегающей деятельности в работе со студенческой молодежью. На основе проанализированного практического и теоретического опыта деятельности кафедр ФКиС более чем десяти вузов разных регионов страны нами была определена приоритетная линия в работе со студентами – подбор средств, методов, технологий по укреплению и приумножению их здоровья с учетом как собственно состояния их здоровья, так и интересов в сфере физкультурно-спортивных услуг и уровня потребности в самостоятельной физкультурной активности.

Действительно, анализ литературы по маркетингу в сфере фитнес-индустрии (там, где люди добровольно становятся потребителями коммерческих услуг в стремлении сохранить здоровье, получить хорошую физическую форму и пр.) позволяет констатировать, что удовлетворение нужд и потребностей занимающихся невозможно без изучения спроса, вкуса и интереса студентов в рассматриваемом направлении [5]. В рамках этого к ведущим задачам маркетинговой деятельности кафедры стоит отнести исследования в области изучения интересов, потребностей, мотивов студентов в сфере физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых услуг. Другими словами, любые научные изыскания по качественному удовлетворению потребности (а если эта потребность недостаточная или слабая, то еще и ее формирование до достаточного уровня – сильного или устойчивого) стоит считать одним из ведущих направлений деятельности.

По результатам анализа проблем физического воспитания студентов в вузах мы определили следующие ведущие базовые задачи в работе кафедр физической культуры и спорта:

- формирование концептуальных основ и развитие системы формирования потребностей в здоровом образе жизни участников образовательного процесса;
- создание и реализация профилактических программ с учетом своеобразия образовательных организаций, специфики различных направлений подготовки студентов, принадлежности к группам здоровья, а также согласно уровню физической и функциональной подготовленности.

Ограничиваясь реализацией отмеченных задач в подготовке конкурентоспособного выпускника вуза, мы имеем на практике такую ситуацию, когда результаты физического воспитания не обладают долговременным эффектом. Другими словами, у студентов, освоивших дисциплину «Физическая культура и спорт», в силу отсутствия мотивации к

самостоятельному использованию ценностей здорового образа жизни и дальнейшего поддержания физической формы наблюдаются снижение физических кондиций и функциональных возможностей, ослабление здоровья и увеличение случаев заболеваний (количества учебных занятий, пропущенных по болезни). Складывающаяся ситуация, как правило, обусловлена качеством преподавания, содержанием и целевыми установками программного материала. Но одними силами профессорско-преподавательского состава формирование у будущих выпускников способности использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности [6], как показывает практика, невозможно. Здесь необходимо задействовать весь ресурс и возможности всей кафедры физической культуры и спорта. В данном направлении мы полностью разделяем точку зрения В.А. Никишкина, Н.Н. Бумарсковой, Е.А. Лазаревой, которые утверждают, что: «кафедра физического воспитания и спорта имеет возможность корректировать содержание учебного процесса не только обеспечением необходимого уровня специальных знаний, двигательных умений студентов, формированием потребности в здоровом стиле жизни, но и с помощью инновационных оздоровительных и диагностических технологий, введением дополнительных знаний...» [7].

В вопросах формирования у студентов профессионально необходимого уровня личной физической культуры кафедра ФКиС должна стать ведущим звеном, но при непосредственном взаимодействии различных структурных подразделений вуза, так или иначе имеющих отношение к воспитанию и здоровьесбережению субъектов образовательного процесса.

В условиях этого взаимодействия направления деятельности кафедры ФКиС вуза мы представляем в форме трехуровневой модели их реализации: межвузовский (глобальные направления), собственно уровень вуза (локальные направления) и уровень факультетов, институтов (учебных групп) (частные направления).

Так, межвузовский уровень глобальных направлений в рамках предложенной модели реализуется в большей степени в условиях межкафедрального совета (примером может служить объединение кафедр ФКиС 8 вузов Алтайского края). На заседаниях межкафедрального совета решаются вопросы реализации следующих глобальных направлений:

- организация межвузовского взаимодействия, сопровождения и экспертизы функционирования системы здоровьесбережения и формирования физической культуры студента;

- решение проблемы кадрового обеспечения (курсы повышения квалификации, профессиональная переподготовка и пр.);

– нормативное сопровождение (совместная разработка нормативной документации (требований к технике безопасности, требований к практическим и теоретическим занятиям физической культурой и спортом в спортивных залах и пр.), создание фонда оценочных средств, подбор контрольно-измерительных материалов и т.п.);

– научно-методическое сопровождение (совместная подготовка учебно-методической документации, параллельное проведение экспериментов, исследований, сбор и обработка результатов исследований, написание научных трудов и пр.);

– организация системы мониторинга (уровня физической культуры студентов вузов региона, качества профессиональной деятельности профессорско-преподавательского состава), проведение конкурсов профессионального мастерства и др.

Также межвузовский уровень претворения в жизнь глобальных направлений реализуется через взаимодействие кафедр ФКиС с Алтайским региональным отделением Молодежной общероссийской общественной организации «Российские студенческие отряды» и региональным отделением Российского студенческого спортивного союза «Буревестник». В рамках такого взаимодействия решаются задачи по организации и проведению спортивно-массовых и физкультурно-спортивных межвузовских мероприятий, а также спортивных соревнований в рамках краевой универсиады среди вузов.

Внутривузовский уровень направлений деятельности кафедры ФКиС реализуется посредством взаимодействия со структурными подразделениями вуза, так или иначе имеющими отношение к воспитанию и здоровьесбережению субъектов образовательного процесса, такими как:

– здравпункт студентов – организация врачебного контроля в течение года и врачебно-педагогического контроля в течение контрольных точек, определяемых руководством кафедры, с целью фиксации динамики состояния студентов в период двух рубежных и итоговой аттестаций в течение каждого семестра;

– учебно-производственный центр «Крона» – проектирование, организация и осуществление летнего активного отдыха физкультурно-оздоровительной и культурно-просветительской направленности для студентов и преподавателей вуза;

– научно-исследовательская лаборатория «Физическая культура человека» – создание условий для функционирования системы мониторингов (проведение маркетинговых исследований); осуществление методической и технической поддержки для проведения экспериментальной деятельности в лабораторных и естественных условиях; непосредственное проведение исследований в рамках интересов вуза в целом и отдельно взятого преподавателя в частности;

– студенческий спортивный клуб «Политехник» – организация и непосредственное проведение физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий;

– центр культурно-массовой работы – обеспечение пропагандистско-агитационной деятельности, рекламы (видеосюжеты в рамках телепередачи «ВУЗ-ТВ», интервьюирование, печать в СМИ и пр.);

– административный корпус (финансово-экономический отдел, административно-хозяйственное управление и пр.) – финансовое и материально-техническое обеспечение функционирования системы.

Третья ступень рассматриваемой модели направлений деятельности кафедры ФКиС реализуется на уровне факультетов и институтов (вплоть до учебных групп), включая при этом цели, определяющие конкретную деятельность кафедры ФКиС по реализации всех направлений функционирования системы: разработку, апробацию и внедрение инициативных программ, освоение и внедрение регламентированных и факультативных программ, обеспечение функционирования системы мониторингов. В основном данный уровень ориентирован на работу внутри отдельно взятого направления подготовки студентов, что обосновано, как правило, особенностями физического воспитания прикладной направленности.

В рамках третьего уровня в силу обозначенных выше причин назревает необходимость включения в деятельность кафедр ФКиС ряда перспективных направлений, которые должны «осовременить» физическое воспитание студенческой молодежи:

– непосредственное удовлетворение потребности студентов в определенных ценностях физической культуры и средствах физкультурно-спортивной деятельности;

– создание уникального «физкультурного продукта», выраженного в высоком уровне физической воспитанности студента как потребителя данной услуги.

В отношении приведенного нами в последнем направлении термина «физкультурный продукт» стоит внести некоторые разъяснения. Анализ литературы по вопросам спортивного маркетинга показал, что в данной области существует понятие «спортивный продукт», под которым понимаются собственно спортивные состязания [8]. В рамках проблемы настоящего исследования термин «спортивный маркетинг» нами был трансформирован в термин, имеющий отношение собственно к физкультурным услугам: «физкультурный продукт». Так, под термином «физкультурный продукт» мы понимаем физическую воспитанность студента, которая в свою очередь характеризуется определенным уровнем интегральной потребности в физической культуре.

Итак, в условиях реализации основных направлений маркетинговой деятельности кафедр физической культуры и спорта, ориентированных на формирование физической культуры студентов вуза, стоит обозначить ряд следующих задач:

- 1) инициирование и разработка локальных нормативно-правовых актов в сфере формирования профессионально необходимого уровня физической культуры, укрепления и сохранения здоровья студентов;
- 2) обеспечение взаимодействия вуза и кафедры ФКиС с заинтересованными органами государственной власти региона, научными, общественными структурами, бизнес-структурами с целью привлечения власти и общества к решению проблем оздоровления студентов и повышения конкурентоспособности выпускников вуза с позиции их физической воспитанности;
- 3) разработка и внедрение в практику работы вуза результатов маркетинговых исследований, программ, методик и рекомендаций, направленных на создание уникального «физкультурного продукта»;
- 4) участие в проектах, грантовой деятельности, а также последующая реализация проектов и программ, направленных на совершенствование качества физического воспитания студентов;
- 5) систематический мониторинг качества и эффективности реализации здоровьесберегающих и профилактических мероприятий вуза;
- 6) организация физкультурно-спортивной деятельности, учитывающей перспективу и динамику физического воспитания обучающихся и прогнозирование возможных затруднений в формировании физической культуры и здоровья не только студентов, но и всех субъектов образовательного процесса.

Особое место в работе кафедр ФКиС должно занять проектирование и совершенствование системы оценивания эффективности деятельности как студентов, так и сотрудников отделения в рамках формирования физической культуры и здоровья студентов, реализации здоровьесберегающих и профилактических программ и создания здоровой среды образовательного процесса. Здесь возникает необходимость разработки и постоянного совершенствования системы оценки эффективности деятельности кафедры по следующим позициям:

- разработка шкалы критериев и комплекса методов оценки эффективности деятельности кафедр ФКиС на межвузовском уровне;
- разработка шкалы критериев и комплекса методов оценки эффективности деятельности кафедр ФКиС на внутривузовском уровне;

– разработка методики комплексной оценки уровня подготовки физически воспитанного будущего специалиста (с конкретизацией особенности профиля специальности) (оценивается сам процесс), а также оценки уровня сформированной личной физической культуры студента (оценивается собственно результат деятельности).

Заключение. Таким образом, деятельность кафедр физической культуры и спорта в вузах связана с важнейшей и остро стоящей проблемой – воспитанием здорового, всесторонне и гармонично физически воспитанного молодого человека, готового к преодолению различных бытовых и профессиональных трудностей. Формирование у студентов профессионально необходимого уровня личной физической культуры будет происходить качественно только в случае переориентации деятельности кафедр ФКиС с традиционной работы со студентами в сфере физической культуры на такую технологию работы, где маркетинговая деятельность стала бы фактором успеха не только в поиске новых подходов и направлений, но и в достижении положительных результатов в деле формирования профессионально необходимого уровня личной физической культуры студентов.

В рамках деятельности кафедры ФКиС должно быть налажено тесное сотрудничество различных структурных подразделений, так или иначе имеющих отношение к воспитанию здоровой личности студента не только в условиях собственно образовательной организации (вуза), но и на межвузовском уровне – при условии функционирования межкафедрального совета.

В качестве приоритетных направлений маркетинговой деятельности кафедры физической культуры и спорта в формировании физической культуры студентов вуза стоит выделить непосредственное удовлетворение потребности студентов в определенных ценностях физической культуры и средствах физкультурно-спортивной деятельности; создание уникального «физкультурного продукта», выраженного в высоком уровне физической воспитанности студента как потребителя данной услуги; разработку методики комплексной оценки уровня подготовки физически воспитанного будущего специалиста (с конкретизацией особенности профиля специальности) (оценивается сам процесс), а также оценку уровня сформированной личной физической культуры студента (оценивается собственно результат деятельности).

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 7 августа 2009 г. № 1101-р «Об утверждении Стратегии развития физической культуры и спорта в РФ на период до 2020 г.» [Электронный

ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/196059/#ixzz68uC0xS8R> (дата обращения: 14.12.2019).

2. Луконин Ю.В., Поляков А.М., Шеенко Е.И., Гуляева Н.Ю. Подходы к проблеме формирования потребностей в физической культуре с позиций современного менеджмента и маркетинга // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. 2010. Т. 5. №4. С. 54-58.

3. Толистинов Б.Г. Интерактивный подход в формировании потребности в самостоятельной физкультурной активности у студентов специальных медицинских групп // Проблемы совершенствования физической культуры, спорта и олимпизма: материалы Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов, соискателей и студентов (18-19 декабря 2018 г., г. Омск) / Под общ. ред. Н.В. Колмогоровой. Омск: Изд-во СибГУФК, 2019. С. 295-300.

4. Юров В.В., Бодюков Е.В. Мотивационно-ценностные и нравственные ориентации студентов в сфере занятий физической культурой // Научные аспекты физической культуры в высшей школе: сборник статей международной научно-практической и учебно-методической конференции. М.: Изд-во МГСУ, 2015. С. 53-55.

5. Вальнкин Р.О. К вопросу структуры механизма формирования физической культуры личности студентов с позиции маркетинга // Проблемы совершенствования физической культуры, спорта и олимпизма: материалы Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов, соискателей и студентов (18-19 декабря 2018 г., г. Омск) / Под общ. ред. Н.В. Колмогоровой. Омск: Изд-во СибГУФК, 2019. 472 с.

6. Приказ Минобрнауки России от 12.03.2015 № 201 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 08.03.01 Строительство (уровень бакалавриата)» (Зарегистрировано в Минюсте России 07.04.2015 № 36767) [Электронный ресурс]. URL: <http://fgosvo.ru/uploadfiles/fgosvob/080301.pdf> (дата обращения: 12.12.2019).

7. Никишкин В.А., Бумарскова Н.Н., Лазарева Е.А. Эффективность физкультурно-спортивной и оздоровительной деятельности студентов вуза (из опыта работы кафедры физкультуры и спорта Национального исследовательского Московского государственного строительного университета) // Педагогика и психология образования. 2017. №4. С. 69-75.

8. Понкин И.В., Понкина А.И. Понятие и структура «спортивного продукта» в спортивном праве // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Юридические науки. 2016. №2. С. 129-137.