

взрослых в государствах-участниках СНГ: опыт, приоритеты и перспективы развития: сб. мат-лов II-й Междунар. науч.-практ. конф.: в 2 ч. Ч. 2. – Могилёв: УО «МГУ им. А. А. Кулешова», 2010. – С. 114-119.

3. Скакун, В.А. Организация и методика профессионального обучения: учеб. пособие / В.А. Скакун. – Москва. ФОРУМ:ИНФА-М, 2010.

УДК 378:339.138

Михарева В.А.¹ канд. экон. наук, доцент, **Матюшенко В. Ф.**², канд. экон. наук

¹Гомельский государственный технический университет им П.О. Сухого

²Учреждение образования «Белорусский государственный аграрный технический университет»

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ УЧЕБНЫХ ПРОГРАММ

Опыт института повышения квалификации и переподготовки кадров УО ГГТУ им. П.О.Сухого связан, в первую очередь, с переподготовкой специалистов, так или иначе занимающихся управлением в новых условиях хозяйствования. Дополнительное образование взрослых привлекательно для студентов старших курсов, которые получают высокую теоретическую подготовку в вузе, но недостаточную практическую подготовку, необходимую для эффективной работы на конкретном предприятии. А также для специалистов, которые в процессе своей работы сталкиваются с задачами, которых раньше не существовало, т.е. с тем, что фундаментальных знаний, полученных ими ранее в высших учебных заведениях, уже не хватает, чтобы мобильно перестраиваться к требованиям современной экономики и необходимо получение новых навыков, адаптированных к конкретным условиям отрасли и к ситуации в регионе в целом.

Следует отметить, что учебные программы, как правило, по всем изучаемым курсам разрабатываются на основе требований установленных в образовательных стандартах необходимых для обеспечения качества образования. Образовательные стандарты определяют содержание образовательных программ переподготовки руководящих работников и специалистов по специальностям с целью соответствия образования установленным требованиям, поэтому образовательным стандартам отводится важная роль в реализации единой государственной политики в области образования.

Типовые учебные планы по специальностям переподготовки, утвержденные Министерством образования Республики Беларусь предоставляют незначительные возможности по реализации различных вариантов углубления специализации и распределения аудиторных часов в рамках компонента учреждения образования.

Следует отметить, что со стороны слушателей повысились требования к содержанию и формам преподавания, предполагающим использование реальных

ситуаций из белорусской деловой практики. Например, программы по маркетингу, насыщенные примерами из опыта зарубежных фирм, уже не пользуются популярностью. Руководители и специалисты, обеспечивающие функционирование предприятий в непростых экономических условиях, уже не хотят изучать темы, которые не приносят немедленную пользу в их повседневной деятельности.

Наш опыт показывает, что образовательные потребности слушателей переподготовки и повышения квалификации и их спрос на учебные программы существенно различаются в зависимости от возраста и занимаемой должности. Студенты старших курсов, обучающиеся по программам переподготовки, и молодые специалисты предпочитают программы с глубокой теоретической основой, обширным материалом из зарубежной практики или иные долгосрочные фундаментальные учебные программы. В то же время состоявшихся, опытных специалистов интересуют преимущественно краткосрочные курсы, учебный материал которых максимально приближен к актуальным проблемам реальной жизни и пригоден для практического применения. Все это требует в процессе научно-методического обеспечения образовательных программ дополнительного образования взрослых максимально учитывать целевую аудиторию.

Для достижения максимального эффекта обучения, особенно при повышении квалификации, на наш взгляд, целесообразна индивидуализация учебных программ применительно к каждой группе обучающихся. Так, система производства и реализации сельскохозяйственной продукции сконцентрирована на удовлетворении потребностей потребителей. Предприятия, функционирующие в рамках данной системы вынуждены постоянно доказывать свою эффективность в сравнении с конкурентами. На продовольственном рынке активно происходит формирование сильных брэндов, выводятся новые марки, усиливается присутствие иностранных производителей. Производители АПК столкнулись с проблемами поиска новых клиентов, высоким уровнем конкуренции, бюджетными ограничениями, неконкурентоспособными ценами, необходимостью повышения качества выпускаемой продукции, высокими складскими запасами готовой продукции, отсутствием информации о предпочтениях потребителей.

Соответственно, повышение квалификации и переподготовка специалистов для АПК, в частности маркетологов, должна быть ориентирована на получение конкретных знаний, необходимых для ведения профессиональной деятельности и выработка необходимых навыков, что в целом является одной из актуальнейших задач обучения. Существенное влияние оказывают особенности агромаркетинга, которые связаны со спецификой сельского хозяйства: зависимостью результатов от природных условий, ролью и значением товара, разнообразием форм собственности, несовпадением рабочего периода и периода производства, сезонностью производства и получения продуктов, многообразием организационных форм хозяйствования,

внешнеэкономическими связями, участием государственных органов в развитии АПК и его отраслей. В результате осуществление маркетинга в АПК требует обширных знаний в области организации экономики производства, торговли, гражданского и административного права, финансов, социологии, психологии, экономико-математических методов, организации рекламы и других дисциплин общего и специального характера. Поэтому целесообразным является разумная концентрация на ведущей (основной) дисциплине, а остальные предметы следует рассматривать с точки зрения «прикладных» к основной дисциплине. Во-первых, в данном случае возможно устранение эффекта так называемого «лишнего» знания, которое часто раздражает и снижает эффект обучения. Во-вторых, слушатели, видят многогранность подходов решений проблем в рамках одной дисциплины.

Каждая функция маркетинга требует серьезной подготовки от исполнителей. Маркетинговая стратегия в АПК представляет собой широкомасштабную программу действий, направленную на достижение основных целей агромаркетинга и включает разработку целевых рынков (сегментов рынка), комплекса агромаркетинга и бюджета агромаркетинга, а также определение времени начала и сроков проведения основных агромаркетинговых мероприятий. Так, определение конкретного целевого рынка абсолютно необходимо для разработки маркетинговой стратегии. Только зная характеристики потребителей, их особенности, предприятие сможет предложить средства удовлетворения их потребностей. Сконцентрировав свои усилия и средства на конкретных рынках, в наибольшей степени соответствующих его интересам и возможностям, оно может надеяться на большую эффективность своих затрат, а также получение определенных конкурентных преимуществ.

Маркетологи-аналитики, маркетологи – специалисты по рекламе и PR, специалисты по международному маркетингу, специалисты по маркетинговым исследованиям – у каждого из них свои требования к программам дополнительного образования, что только подчеркивает необходимость индивидуализации обучения.

Объем и количество лекций на повышении квалификации необходимо сократить до минимума. Основной задачей чтения лекций, на наш взгляд, является не столько обучение некоторым теоретическим положениям курса, сколько формирование маркетингового мышления. Лекции в данном случае должны носить не столько информационный характер, сколько содержать логическое объяснение того или иного явления, с учетом влияния различных факторов маркетинговой среды. При этом следует учитывать взгляд слушателей на существующую проблему с целью корректировки их позиции.

Учебные программы в обучении взрослых должны быть ориентированы на анализ реальных бизнес-проблем. Такая структура изложения учебного материала дает возможность сочетать процесс обучения с воплощением полученных знаний и навыков на практике, что существенно повышает общую эффективность получаемого

образования. Всё больший спрос и популярность на рынке образования набирает такое направление, как коучинг. Руководители, менеджеры осознают, что достичь баланса личной и профессиональной областей жизни, приносящего наибольшее удовлетворение и являющегося максимально эффективным, без профессиональных консультаций с коучем становится непросто. Соответственно, развитие и такого направления в повышении профессионального уровня специалистов также должно учитываться при формировании учебных программ в дополнительном образовании взрослых.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Михарева В.А., Карпенко С.В. Организация переподготовки маркетологов в системе дополнительного образования взрослых/Инновационные технологии в системе дополнительного образования взрослых. ИНТЕХ -2013// Сборник научных статей Республиканской научно-практической конференции.- Брест, - БГТУ. 2013.- С.125-128.

УДК 378.01:33

С.А. Пуйман, канд. пед. наук, доцент, **А.Э. Шибeko**, канд. экон. наук, доцент
Институт повышения квалификации и переподготовки кадров АПК БГАТУ

ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ПРОЦЕССА ОБУЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ ДИСЦИПЛИНАМ СРЕДСТВАМИ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

Одним из важнейших путей совершенствования процесса обучения слушателей Института повышения квалификации и переподготовки кадров АПК является интенсификация преподавания экономических дисциплин.

Как показало исследование и анализ современной образовательной практики, проведение занятий, предусмотренных учебным планом, с использованием традиционных методик не позволяет достичь желаемых результатов, поскольку в системе дополнительного образования взрослых нет комплексного подхода к процессу интенсификации обучения. Наибольшая же результативность обучения достигается при максимальной реализации направлений интенсификации во всех формах организации образовательного процесса. Сюда следует отнести и такое направление, как дальнейшее совершенствование учебно-программной документации по экономическим дисциплинам с учетом предложений ведущих специалистов Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь.

В последнее десятилетие в Республике Беларусь практически отсутствуют публикации, посвященные проблеме интенсификации процесса обучения экономическим дисциплинам в системе дополнительного образования взрослых.