анатомо-физиологические особенности женского организма улучшение гибкости имеет важное значение для любой двигательной активности, физической подготовки, успешного родоразрешения, поддержания здорового долголетия в дальнейшей жизни.

1. Богатко Н.О. Развитие гибкости на учебных занятиях в специальной медицинской группе (СМГ). Методические указания к теоретическим и практическим занятиям./Н.О.Богатко, О.В.Созинова – Севастополь: Изд-во Севастопольского государственного университета, 2015. – 32с.
2. Богатко Н.О. Влияние физических упражнений на женский организм. Методические указания к теоретическим и практическим занятиям. /Н.О. Богатко, О.В.Созинова, Т.В.Зражевская – Севастополь: Изд-во СевНТУ, 2011. – 40с.
3. Письменский И.А. Физическая культура. Учебник для академ. Бакалавриата/И.А. Письменский, Ю.Н.Аллянов. – М:Юрайт, 2014 – 493с.
4. Романенко В.А. Диагностика двигательных способностей. Учебное пособие, - Донецк:Изд-во ДонНУ, 2005, - 290с.
5. statistika.ru/local-portals/medicine/osnovnye-statistiki-i-kriteriy-styudenta/ дата доступа 26.02.19 16:08
6. www.medstatistic.ru/theory/tpars.html дата доступа 26.02.19 16:11
7. helpiks.org/6-83127.html дата доступа 26.02.19 16:42
8. helpiks.org/5-109196.html дата доступа 26.02.16:57

Соколова Г.В.

Теория стейкхолдеров и определение вектора стратегических изменений компании – опыт практических занятий по дисциплине «Маркетинг-менеджмент»

*Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-02-2019-27

idsp: ljournal-02-2019-27

Аннотация

Рассмотрен опыт проведения семинара, в ходе которого формируется представление о роли концепции стейкхолдеров в формировании стратегии развития компании, ее ключевых компетенций и стратегических конкурентных преимуществ. Изложен алгоритм построения семинара - идентификация основных групп стейкхолдеров, определение ожиданий от организаций со стороны заинтересованных сторон, оценка степени соответствия этим ожиданиям. Приведены примеры моделирования работы экспертных групп в рамках семинара.

Ключевые слова. Маркетинг-менеджмент, стейкхолдеры, ключевые компетенции, ожидания заинтересованных сторон, экспертные оценки, swot-анализ.

Abstract

The article describes an experience of a seminar. The seminar's aim was to present a role of stakeholder concept in forming the company's strategy, its key competences and strategic competitive advantages. The article describes the seminar's composition algorithm as identifying main stakeholder group, defining what the interested parties expect of the companies and estimating degree of correspondence to these expectations. The article includes expert groups work modelling during the seminar.

Keywords. Marketing-management, stakeholders, key competences, expectations of interested parties, expert evaluations, swot-analysis.

Современная практика преподавания основана на использовании интерактивного подхода, обеспечивающего вовлечение слушателей в процесс обучения через осмысление теоретических основ дисциплины, усиленное практическими упражнениями и формированием навыков применения изучаемого инструментария.

В данной статье приводятся результаты разработки практикума по применению инструментов стратегического анализа в рамках курса Менеджмент-маркетинг, который входит в разной степени детализации в основные программы обучения бакалавриата,

специалитета и магистратуры. Использование практикума возможно уже с первой недели изучения дисциплины, что решает проблему методического построения курса, в стандартном варианте которого одновременно начинаются лекционные и семинарские занятия. В данном случае, пока начальные лекции вводят слушателей в теоретические основы, ознакомление с генезисом, ключевыми концепциями и терминологией предмета, семинарские занятия можно посвятить основам маркетинговых исследований, при этом максимально используя активные формы взаимодействия со слушателями в виде дискуссий, работы в группах, индивидуальных и коллективных презентаций, формированием экспертных оценок, работу с поисковыми системами и доступной аналитикой.

Целесообразно в рамках семинаров использовать опыт самих слушателей и возможности непосредственного наблюдения за объектом исследования. В частности, хороший результат, высокую степень заинтересованности и активность на занятиях обеспечивает работа на примере учебного заведения, в котором происходит обучение.

В рамках данной статьи рассмотрен семинар, рассчитанный на 2-4 занятия, в ходе которого формируется представление о роли концепции стейкхолдеров в определении стратегических приоритетов развития и ключевых компетенций компании. Стейкхолдеры - заинтересованные стороны, лица (физические и юридические), делающие вклад определенного ресурса в деятельность организации и ожидающие в ответ действия в свой адрес, адекватные собственным целям и задачам текущего этапа развития. Идентификация ключевых стейкхолдеров влияет на стратегию компании, решения об оптимальном распределении ресурсов, обеспечивающем сбалансированность интересов основных заинтересованных сторон. Современный стратегический менеджмент предполагает, что долгосрочные отношения со стейкхолдерами определяют устойчивые конкурентные преимущества организации и эффективность ее деятельности. Весомой теоретической поддержкой для проведения семинаров может служить ряд опубликованных работ, в частности [1, 2]

Первым этапом в алгоритме построения семинара является идентификация основных групп стейкхолдеров. Короткая групповая дискуссия позволяет сделать набросок списка лиц, имеющих с высокой степенью вероятности заинтересованность в работе организации. Самый широкий спектр предложений на этом этапе может включать покупателей, клиентов, акционеров, кредиторов, работников, руководителей, консультантов, регулирующие органы, общественные организации, профсоюзы, арендодателей, поставщиков, партнеров и др. Преподаватель, как модератор дискуссии должен привести к формированию короткого списка одинаково важных групп - отношения с каждой из которых критичны с точки зрения существования организации. Для современного вуза – это:

«Государство» – органы власти, государственные институты, гражданское общество в целом как потребитель культурных ценностей.

«Клиенты» – абитуриенты, студенты (и их родители), слушатели всех форм и уровней образования.

«Сотрудники» – профессорско-преподавательский состав, управленческий, административный персонал.

«Внешние партнеры» – учебные заведения начального и среднего профессионального образования, организации, имеющие контрактные отношения с вузом.

«Бизнес-сообщество» – коммерческие организации, принимающие выпускников, и имеющие свой взгляд на уровень подготовки и содержание образовательных программ.

Следующий шаг анализа – ранжирование стейкхолдеров по степени важности, проводится в группах по 3-5 человек, на основе коллегиального решения, вырабатывая которое студенты формируют экспертные оценки. По трехбалльной шкале оценивается степень значения стейкхолдера для компании, возможность его давления на компанию в обеспечении своих стратегических целей, степень значения организации для деятельности стейкхолдера. Оценки могут выставляться в бланк, который облегчает преподавателю

обобщение результатов в целом по группе и курсу для демонстрации коллегиального решения по большой совокупности экспертов. Каждый из параметров оценки преподавателю необходимо прокомментировать, в частности, напомнить о значении государственного финансирования, процедуре лицензирования и аккредитации, высокой конкуренции на рынке труда, в т.ч. среди преподавателей, напомнить об избыточном выпуске специалистов по некоторым специальностям, усиливающим позиции работодателей. В результате внутригруппового обсуждения, как правило, формируется достаточно единодушное мнение о государстве, как о стратегическом стейкхолдере, формулирующем требования, обязательные к исполнению, а в ряде вузов имеющего значение ключевого источника финансирования. К сильной группе заинтересованных лиц относится бизнес-сообщество, к слабой – персонал, клиенты занимают промежуточное положение между сильным и слабым стейкхолдером.

В соответствии с ранжированием, рассматриваем основные требования (запросы) со стороны трех главных групп заинтересованных участников рынка образования, воздействующих на эффективность вуза: рассчитывается интегральная оценка соответствия запросу со стороны каждого стейкхолдера и строится профиль конкурентоспособности по отдельным параметрам, выявляя слабые и сильные стороны организации.

Оценка соответствия группы «государство/общество» может быть проведена на основе показателей, публикуемых рейтинговыми экспертными группами [3]. В нашей практике студентам предлагается бланк оценки, в котором они формируют экспертное мнение по группам. Бланк включает следующие позиции:

1. Возможность обучения граждан.

1.1. Количество уровней подготовки и наличие соответствующих образовательных программ.

1.2. Профессионализм сотрудников и преподавателей.

1.3. Современность образовательных программ.

2. Повышение образовательного, культурного уровня, гражданского сознания и социальной активности членов общества.

2.1. Наличие программ, способствующих расширению интеллектуального и культурного уровня студентов.

2.2. Наличие программ, способствующих распространению культурных и образовательных ценностей.

2.3. Образовательный, научный, культурный уровень, гражданское сознание и социальная активность руководителей, сотрудников, преподавателей вуза.

2.4. Поддержка молодежных движений.

3. Научно-технические, инновационные разработки.

3.1. Актуальность проводимых научных исследований.

3.2. Наличие сотрудников и преподавателей, заинтересованных в эффективной научной и методической работе.

3.3. Современность и доступность используемой материально-технической базы

Оценивая в ходе обсуждения возможности вуза, студенты в итоге формируют профиль компетенций, пример которого представлен ниже (рис. 1).

Профиль наглядно показывает факторы конкурентоспособности – параметры, набравшие оценки, близкие к пятибалльным, и направления, которые необходимо усиливать для повышения степени заинтересованности ключевого стейкхолдера. В данном упражнении полезно рассчитать средний балл соответствия – в данном случае он составил 3,5 балла. При подведении итогов можно сравнить баллы соответствия по отдельным группам стейкхолдеров.

Запросы бизнес-среды можно оценить, используя данные и критерии многочисленных исследований, опубликованных в открытой печати. В нашем семинаре мы используем анкету, составленную из детализации компетенций студентов, включающих группу когнитивных, социальных, поведенческих и профессиональных навыков, связанных с избранной специальностью. Студенты сами экспертно оценивают

свои возможности по всем параметрам, за исключением оценки профессиональных навыков – здесь мы предлагаем использовать средний балл успеваемости по группе или факультету, на котором читается дисциплина. Обязательно строится профиль соответствия для наглядного представления преимуществ и проблемных зон вуза, определяется интегральная оценка. В нашем примере, по совокупности критериев студенты оценили соответствие запросу бизнес-среды на 4,25 балла.

Параметры	Степень соответствия запросу				
	Совершенно недостаточно	Недостаточно	Нейтрально / удовлетворительно	Достаточно	Превосходно
	☹☹	☹	☹	☺	☺☺
	1	2	3	4	5
1. Возможность обучения граждан					
1.1.					
1.2.					
1.3.					
2. Повышение образовательного, культурного уровня					
2.1.					
2.2.					
2.3.					
2.4.					
3. Научно-технические, инновационные разработки					
3.1.					
3.2.					
3.3.					

Рисунок. 1. Профиль соответствия компетенций компании запросу стейкхолдера

Для определения степени соответствия запросу группы стейкхолдеров «клиенты» мы используем данные анкетирования студентов, проводимые на факультете в целях мониторинга качества образовательного процесса, выбирая позиции, характеризующие ожидания студентов относительно уровня преподавания, комфортности обстановки, востребованности выпускников вуза на рынке труда, возможности получения дополнительных знаний и навыков, активности внеучебной студенческой жизни и прочим параметрам. Если в вузе нет такого рода анкетирования, то на основе интернет-источников можно разработать собственную анкету, которую студенты заполняют с неизменным энтузиазмом. В нашем примере, вуз оправдал ожидания студентов на 3,54 балла. Если позволяет структура и продолжительность курса, можно в процессе семинара заслушать доклады, например, на темы: «Рейтинги высших учебных заведений. Особенности, критерии, позиции вузов», «Требования к специалистам по материалам портала hh.ru».

Итоговым действием на семинаре является swot-анализ по группам с подготовкой презентаций, отражающих основные проблемы взаимодействия с ключевыми группами стейкхолдеров и предложений по усилению ключевых компетенций вуза, усилении его конкурентных позиций. В рамках семинара также полезно проанализировать миссию вуза, его стратегические планы под углом сбалансированности интересов основных заинтересованных сторон.

Таким образом, семинар позволяет рассмотреть инструментарий, применяемый в стратегическом анализе, используя активные формы обучения, развивая навыки взаимодействия в группе, презентационные возможности студентов. Моделирование экспертной деятельности в отношении родного учебного заведения позволяет повысить

эмоциональную вовлеченность в изучение дисциплины и, в конечном итоге, улучшить степень усвоения изучаемого материала.

1. Солодухин К.С. Разработка методологии стратегического управления вузом на основе теории заинтересованных сторон// Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. Москва-2011
2. Котлярова Е.А. Об оценке качества управления вузов на основе теории заинтересованных сторон. Государственное и муниципальное управление // Ученые записки СКАГС.2016. №4. С. 254-259.
3. Портал рейтингового агентства «Эксперт» [электронный ресурс]. URL https://raexpert.ru/rankings/vuz/vuz_2018

Тронова Г.А.

**Интерактивные технологии преподавания в формировании общих компетенций
будущих специалистов**

*Приморский институт железнодорожного транспорта - филиал Дальневосточного
государственного университета путей сообщения в г. Уссурийске
(Россия, Уссурийск)*

doi: 10.18411/lj-02-2019-28

idsp: ljjournal-02-2019-28

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы формирования общих компетенций в сфере среднего профессионального образования посредством использования интерактивных форм проведения занятий. Показан процесс формирования общих компетенций через использование таких форм проведения занятия как деловая игра, ролевая игра, мозговой штурм. Формирование компетенций связано не только с процессом усвоения новых знаний, но и с получением определённых навыков при решении профессиональных задач.

Ключевые слова: среднее профессиональное образование, компетенции, федеральные государственные образовательные стандарты, интерактивные технологии, общие компетенции, воспитание, обучение.

Abstract

The article deals with the formation of general competencies in the direction of secondary vocational education through the use of interactive forms of conducting classes. The process of forming general competencies is shown through the use of such forms of conducting classes as a business game, role-playing game, brainstorming. The formation of competencies is associated not only with the process of mastering new knowledge, but also with the acquisition of certain skills in solving professional tasks.

Keywords: secondary vocational education, competences, federal state educational standards, interactive technologies, general competencies, education, training.

Федеральные государственные образовательные стандарты среднего профессионального образования предусматривают формирование общих компетенций в каждой дисциплине учебного плана по специальностям СПО при изучении комплекса учебных дисциплин и профессиональных модулей.

Под общими компетенциями понимается способность будущего специалиста достаточно уверенно и успешно действовать при решении профессиональных задач на основе определённого практического опыта. В формируемые общие компетенции закладывается определённый набор знаний, умений и навыков, которые обеспечивают уровень понимания социальной значимости будущей профессии, уровень организации собственной деятельности, умение выбирать методы и способы выполнения профессиональных задач, а также принимать решения и нести за них ответственность.

При формировании общих компетенций акцент делается на воспитании свободной личности, на