ИНФОРМАТИЗАЦИЯ И ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

И. А. ТОГУНОВ,
профессор кафедры менеджмента Владимирского филиала РАНХиГС,
доцент, член-корреспондент РАЕН, д.м.н.

Как показывает анализ исследований в области образовательных технологий, определенный круг авторов, наряду с прочим, характеризует текущий момент инновационного совершенствования и развития современных систем образования с закономерной интеграцией информационных технологий с традиционными методами и формами образовательного процесса.

Вряд ли кто сможет отрицать, что сегодня общество в целом и в его отдельных составляющих исключительно характеризуется как информационное.

Не исключением является и образовательная сфера. Более того, именно в этой области, как нигде более, деятельность и отношения субъектов системы связана с накоплением, предоставлением, переработкой и осмысливанием знаний (информационного ресурса).

Существующий опыт образовательной деятельности свидетельствует о необходимости учета следующих приоритетных направлений развития высшего образования, которые в XXI веке должны стать решающими:

1) новые производственные технологии;

2) электроника и информационные технологии;

3) новые информационные материалы;

4) науки о жизни и биотехнологии (технологии живых систем) [1].

Современный студент качественно отличается от подобного сверстника, к примеру, середины прошлого века, не говоря уже о своих предшественниках прошлого доинформационного времени.

Если традиционно роль педагога, преподавателя заключалась, при всех составляющих, в предоставлении знаний, т.е. подаче информации, то сегодня, когда обучающийся в любое время может получить практически любую информацию, используя информационные каналы связи и электронные информационные ресурсы, роль преподавателя в корне меняется, становится качественно иной, чем в прошлые времена.

Если у студента прошлых веков предметами (носителями) фиксирования и хранения учебной информации (знаний) информации являлись книга, тетрадь, ручка, то сегодня - это средства электронного хранения, переработки и передачи информации. Компьютер и его аналоги практически начинают полностью заменять все прочие информационные носители. В прошлом преподаватель доносил знания до обучающегося, в свое время почерпнув их из книг и описанных результатов практической деятельности, сегодня знания сталм абсолютно доступными в любом объёме и определенном качестве.

Использование и обмен практически любой информацией стали для каждого обучающегося относительно простой технологически доступной функцией.

Следует предположить, что роль преподавателя как носителя учебной информации сегодня нивелирована полностью. Более того, эта роль трансформируется в технологическую способность поиска любых знаний, способность ориентироваться в информационном пространстве виртуального мира.

Следует признать, что в реальной действительности информационного общества роль преподавателя смещается в область педагоги-

ческой (я бы сказал, своеобразной экспертной) деятельности, связанной не с предоставлением того или иного количества знаний (суть информации), а с обучением студента пользоваться необходимой информацией, умением выбора, объединения и анализа различных информационных ресурсов, интеграцией их в определенную область знаний.

При таком направлении роль педагога смещается от работы с учебной аудиторией в целом к индивидуальной деятельности с каждым обучающимся, что представляет собой личностно-ориентированный подход в обучении. Современные реформы в системе отечественного образования, наряду с прочими составляющими, идут по пути усиления доли экономических параметров в методах и формах обучения, в том числе и расширения рыночных отношений. Элементы, характеризующие такую систему образования, в части своей соотносятся с элементами общего маркетинга.

Набор элементов, характеризующих маркетинговые отношения в системе образования, может быть ранжирован по определенным критериям. Один из возможных вариантов такой градации представляется следующим образом:

- элементы, характеризующие ученика как потребителя образовательных услуг;
- элементы, характеризующие преподавателя как производителя образовательных услуг;
- элементы, условно характеризующие потребности и предложения на рынке образовательных услуг;
- элементы, условно характеризующие спрос и удовлетворение спроса на рынке образовательных услуг.

Успешное функционирование личностно-ори-

Элементы и характеристики модели маркетинговой системы услуг	Элементы и характеристики отношений в маркетинговой личностно-ориентированной системе образования
Фактор внешней среды	Социально-педагогическая проблема
Нужда	Отсутствие знаний (характеризуется необразованностью)
Потребность	Необходимость (потребность) получения знаний
Спрос	Востребование (покупка) уроков
Предложение	Педагогические образовательные рекомендации (предметы и программы обучения)
Деятельность	Вид педагогической деятельности
Квалификация	Уровень педагогической профессиональной подготовленности
Потребитель	Ученик
Производитель	Преподаватель
Сделка	Целевая функция взаимоотношений преподавателя и ученика
Услуга	Образовательная услуга
Стандарт	Образовательный стандарт
Экономическая группа	Образовательно-экономическая группа
Потребительская группа	Образовательно-педагогическая группа
Профессиональная группа	Профессиональная педагогическая группа
Стоимость услуги	Стоимость учебного занятия
Случай обслуживания	Случай обучения
Процедура	Учебное занятие
Эффективность	Результат получения (усвоения) знаний

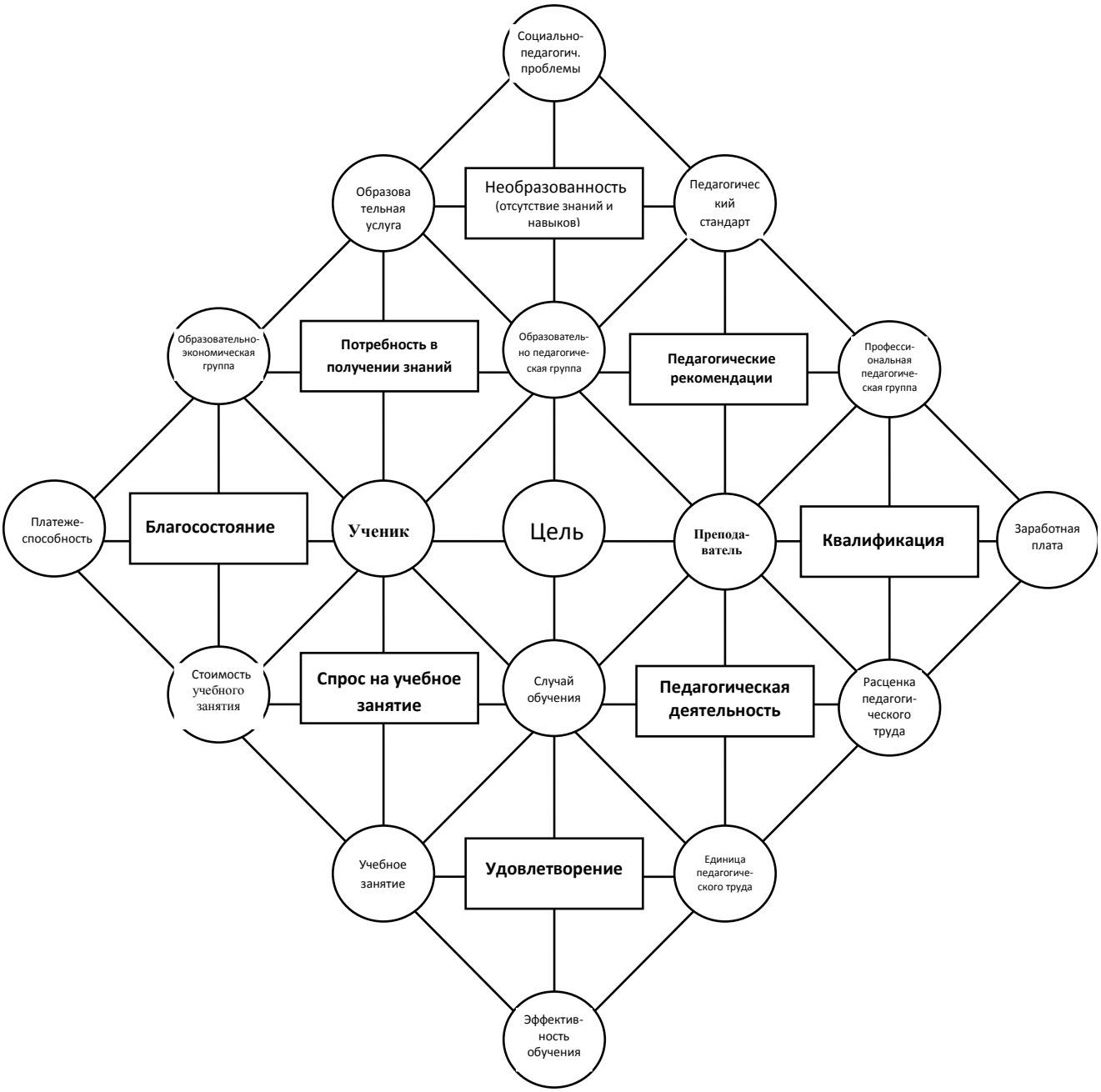


Рис. 1. Концептуальная модель маркетинговой личностно-ориентированной системы образования

ентированной системы образования достигается условно-оптимальным соответствием всех элементов системы и может быть представлено в виде определенной модели, в которой взаимоотношение обозначенных элементов логически упорядочено (рис. 1).

Исследование модели маркетинговой личностно-ориентированной системы образования позволяет заключить следующее:

в модели представлены все возможные элементы и характеристики основных субъектов системы образования;

логически соотнесены такие понятия как потребность в получении знаний (образовательных услуг) с мотивацией и спросом;

в свою очередь, потребность получения знаний соотнесена с возможными предложениями на рынке образовательных услуг; детерминиро-

вана образовательным стандартом, личностью и квалификацией преподавателя, условной образовательно-педагогической группой;

педагогическая деятельность соотнесена с определенным спросом (востребованием учебных занятий), элементами, характеризующими удовлетворение этого спроса, оценками и эффективностью преподавательского труда.

Представленная модель маркетинговой личностно-ориентированной системы образования позволяет включить в описание взаимоотношений основных субъектов образования такие экономические понятия как благосостояние и платежеспособность потребителя образовательных услуг, расценка преподавательского труда и вознаграждение (заработная плата) и другие.

Наконец, условная модель маркетинговой личностно-ориентированной системы образования позволяет приблизиться к пониманию новой парадигмы образования.

Литература

Зима Н. А. Инновационные тенденции модернизации в образовании в условиях глобализации. Ж. Фундаментальные исследования, № 7. 2006. С. 78.

Тогунов И. А. К вопросу понимания маркетинговой сущности образования в рамках современного менеджмента. // Сб. «Теории развития менеджмента: научные школы, инноватика и перспективы в информационно–педагогическом пространстве». Материалы международной научно–практической конференции 1-3 октября 2001 г. Вып. 1. Ростов-на-Дону: РГПУ, 2001. С. 152-155.