

Секція: ПРОЦЕСИ ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Федунец П.Д.

*к.т.н., доцент
кафедры менеджмента и управления проектами
Одесской государственной академии строительства и архитектуры
г. Одесса, Украина*

СИСТЕМНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ

Вступление. Одной из существенных составляющих подготовки специалистов в вузах является обратная связь с обучаемыми, без которой невозможно определить качество текущей подготовленности студентов. Эффективное использование обратной связи по-прежнему остается проблематичным в силу ставшего привычным невыполнение или же несвоевременное выполнение студентами заданий, а также в силу несогласованности учебных планов и учебных программ.

Проблематичность использования обратной связи имеет место быть и в силу сложности планирования организации обратной связи, которая срабатывает не только во время проведения занятий, а и эпизодически во время случайных встреч, на конференциях или же в случайных публикациях. В частности, обратная связь срабатывает при проведении маркетинговых мероприятий целевой направленности. Так получается, что обратная связь имеет сложный характер и поэтому требуются специальные исследования обратной связи на предмет определения их результатов и последующей системной интеграции этих результатов с целью повышения эффективности и качества образования. В конечном итоге надобно бы научиться системно интегрировать в подготовку специалистов результаты целенаправленного исследования обратной связи в подготовке специалистов профессиональной

деятельности.

Исследованием обратной связи в подготовке специалистов занимались различные ученые: Кленикова В.А., Нечаев Н.Н. и др. [1]. Впрочем, вряд ли найдется хотя бы один работник всех вузов, кто в своей работе мог обойтись без обратной связи.

И все же автору неизвестны исследования обратной связи в подготовке специалистов для того, чтобы в конечном итоге объединить результаты таких исследований для их интеграции в эту самую подготовку для повышения ее качества и в конечном итоге для ускорения научно-технического прогресса и улучшения качества жизни живущих на планете Земля.

Цель исследования состоит в том, чтобы определить варианты возможного использования системной интеграции результатов маркетинговых исследований в создание более благоприятных условий более качественной подготовки специалистов.

Изложение основного материала. Отправной точкой исследования является предположение о том, что системная интеграция представляет собой один из наиболее распространенных способов объединения усилий заинтересованных лиц с целью проявлений синергетического эффекта объединения, существенно расширяющего возможности каждого отдельно взятого лица до объединения. В системной интеграции главным является именно синергия объединения с целью решения более масштабных и более значимых проблем по сравнению с проблемами разрозненно действующих физических и юридических лиц. Проблема обратной связи, ее значимости для развития общественных отношений и для повышений качества подготовки специалистов является именно той проблемой, решение которой требует привлечения к ее решению всех членов общества и, в частности, маркетологов. Это объясняется хотя бы тем, что обратная связь в обществе и в подготовке специалистов является сложной и такой, что она проявляется и на занятиях, и в быту, и на производстве, и в медицине, и в политике регионов, стран и континентов. К тому же, обратная связь проявляется туда и

обратно. Имеется в виду тот очевидный факт, что бесконтрольный обмен информацией может быть либо бесполезным, либо вредным. В этом легко убедиться, если предположить наличие обучения без проверки приобретенных знаний, умений и навыков обучаемого.

В силу сложного переплетения обратной связью общественных отношений и ее изучение, и ее использование требует привлечения системной интеграции.

Одним из способов системной интеграции является способ целевого использования результатов маркетинговых исследований обратной связи, например, в учебном процессе и в образовании.

Суть этого способа состоит в том, чтобы она опиралась на результаты предварительно проведенных маркетинговых исследований обратной связи любым их известных способов, например, способом анкетирования. Как только результаты получены, необходимо провести их системный анализ с целью поиска ответа на вопрос – как или же каким способом выполнить системную интеграцию указанных результатов для решения более глобальной проблемы.

Автор этих строк, используя обратную связь, выполнил опрос будущих магистров на предмет определения плюсов и минусов условий подготовки специалистов в ОДАБА, а также самой подготовки. Опрос проводился в форме свободного изложения мыслей студентов без подготовки специальных анкет. Результаты использования обратной связи систематизированы и представлены в виде перечня плюсов и минусов. Вот часть из них.

1. Наличие устаревшего оборудования учебных корпусов, аудиторий, лабораторий и общежитий и потребности в их замене, в ремонте, в реконструкции и даже в утилизации отдельных экземпляров.

2. Отсутствие таких мест прохождения практик, где студентов всегда готовы принять и оказать содействие в приобретении практических навыков работы в производственных условиях. Это приводит к тому, что студенты часто вынуждены искать места прохождения практик самостоятельно и к

тому же подчас лишь для создания видимости успешного прохождения практики..

3. Недостаточное количество бюджетных мест и подчас завышенная оплата за учебу в условиях понижения уровня финансового обеспечения семейного и вузовского бюджетов.

4. Отсутствие гарантий трудоустройства после получения диплома, что определяется не только вузом.

Другие минусы условий подготовки специалистов не приведены по причине наличия ограничений на объем текста.

Имея в виду использование автором обратной связи для получения результатов исследования с целью их последующей системной интеграции в работу ОДАБА, остановимся на описании возможных способов интеграции. Это можно сделать либо с помощью передачи результатов руководству ОДАБА для анализа на предмет возможности учесть эти результаты и изыскать возможности устранить названные студентами минусы условий подготовки, либо с помощью передачи этих результатов в профком студентов для их обсуждения и последующей выработки предложений профкома, либо разработать силами инициативной группы план ликвидации выше названных минусов. Существует и обычный способ реагирования на результаты использования обратной связи – принять к сведению и ничего не менять. Это и есть тот случай, когда обратная связь сработает несколько позже, но уже в отношении либо автора исследований, либо в отношении виновников отказа от реагирования на эти результаты.

Заключение. В исследовании выделена особая значимость обратной связи для развития общественных отношений, а также системной интеграции в деле повышения качества подготовки специалистов. Приведено также описание схемы системной интеграции результатов маркетинговых исследований в работу ОДАБА. Указаны также возможные пути системной интеграции полученных результатов в работу Вуза.

Дальнейшие исследования указанной направленности могут найти

продолжение применительно к использованию обратной связи во всех сферах человеческой деятельности.

Список литературы.

1. *Кленикова В.А. Интегрированная система обучения как средство подготовки студентов к исследовательской деятельности (На базе ведущих научно-производственных комплексов региона): Дис. . канд. пед. наук. -М., 2003.- 163 с.*

