

Очевидно, что создание внутривузовской системы управления качеством с привлечением обучающихся к оценке качества

образовательных программ, безусловно, является одним из перспективных направлений повышения качества образования.

#### Список литературы

1. Абрамов В.Н. Проблема вхождения российской высшей школы в общеевропейское пространство // Знания. Понимание. Умения. 2006 № 6 с.28
2. Космачева Л.М. Коровушкина Е.А. Студентоцентрированное образование как условие реализации основных образовательных программ ВПО // Вестник РМАТ № 2 (2) / 2011 с. 102
3. Носко И.В. Студентоцентрированное образование как основополагающий принцип Болонских реформ в высшей школе. // Вектор науки ТГУ № 1(4), 2011 с. 136
4. Мотова Г.Н. Болонский процесс: 15 лет спустя // Высшее образование в России, 2015 - № 11. - С.53-56.

### STUDENT-CENTRED APPROACH AND PRACTICE OF INVOLVING STUDENTS IN ASSESSING THE QUALITY OF EDUCATIONAL PROGRAMS

*N. Yu. Taranenko, Meshcheryakov G. P.*

*Abstract. Taken into account the views of students about the quality of teaching, or more broadly the quality of education at the University.*

*Key words: quality assessment, quality assurance standards, studentcentered approach, student quality Commission.*

УДК 378.1.014.5

### К ВОПРОСУ О ПРИВЛЕЧЕНИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ И РАБОТОДАТЕЛЕЙ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ

*Н.П. Тарханова*

*Аннотация: Привлечение студентов и работодателей к оценке качества образования обусловлено вызовами современного общества. В данной статье рассматриваются основные проблемы, возникающие при привлечении представителей работодателей и студентов к оценке образовательного процесса.*

*Ключевые слова: качество образования, работодатель, управление процессом взаимодействия вуза, студента и работодателя.*

Вопросам качества образования посвящено множество работ как отечественных, так и зарубежных авторов, что связано с увеличением количества учебных заведений, конкуренцией на рынке образовательных услуг и повышением стоимости образования. При этом подходы, используемые для оценивания качества, различаются. Это связано с тем, что у разных субъектов разные требования к качеству. В конечном итоге, качество показывает соответствие каким-то требованиям, стандартам. Последние не являются постоянными в силу изменения потребностей, связанных с вызовами современного общества.[1]

Тенденция привлечения студентов и работодателей к оценке качества образования не нова и связана в первую очередь с необ-

ходимостью ликвидации противоречия между ожиданием обучающегося и работодателя и тем, что предлагают учебные заведения. Вузы считают, что они отвечают тем стандартам, которые предъявляются к выпускникам со стороны государства, а потребитель, в данном случае работодатель, с этим не согласен. Потребителем здесь может выступить как работодатель, так и отдельный студент, который получает образовательные услуги. Данная проблема проявляется еще и в том, что многие преподаватели являются теоретиками и на практике не могут применить те положения, которые они доводят до аудитории. Это касается в первую очередь многих прикладных направлений, например, «Менеджмент» с профилем «Управление малым бизнесом»

или «Экономика» с профилем «Экономика предприятий и организаций (сервис, гостиничное хозяйство и туризм)», а также отдельных курсов. Примеров может быть приведено очень много.

Следовательно, привлечение работодателя крайне актуально. В теории реализация данного подхода кажется очень простой и очевидной. Однако практическое ее исполнение вызывает множество управленческих проблем. Во-первых, выявление удовлетворенности студента и работодателя. Это касается способов, времени, охвата аудитории, частоты изучения мнения заинтересованных сторон. Если рассматривать способы, то это, как правило, анкетирование. Анкета должна быть простой и понятной. Составляя анкету, мы должны понимать, что мы хотим узнать. К сожалению, очень часто отмечается формальный подход.

Если среди студентов можно провести анкетирование и, желательно это делать один раз в семестр, то работодатель вряд ли будет принимать участие в анкетировании в силу занятости, следовательно, необходимы какие-то другие механизмы взаимодействия с работодателями. Например, мониторинг готовности студентов к тому или иному виду деятельности после прохождения практик или получение рецензии на основную профессиональную образовательную программу. Последняя форма наиболее часто встречается на практике. Многие учебные заведения, получая рекламации на подготовку выпускников, считают, что это очень плохо. Однако жалобы есть важный источник маркетинговой информации, позволяющий раскрыть проблемы, выявить узкие места в подготовке кадров. Кроме того, такая периодичность один раз в семестр для работодателя вряд ли приемлема. При этом, на наш взгляд, самым сложным вопросом является нахождение таких работодателей, кто по-настоящему заинтересован в подготовке высококачественных специалистов. Для реализации данного подхода многие вузы обращаются к своим выпускникам через создание ассоциации выпускников.

Во-вторых, организационные вопросы, связанные с привлечением представителей

работодателя к учебному процессу. На практике привлечение работодателей к учебному процессу имеет массу сложностей. Например, большое предприятие может себе позволить отвлекать работников, а малый бизнес, например, туристические агентства к этому не готовы. Актуален вопрос и компетентности привлекаемых к учебному процессу работодателей. Далее, на каких условиях привлекать: брать в штат или на условиях почасовой оплаты? Как бы ни было, оплата труда, которую предлагают вузы, работодателя не устраивает. Однако, понимая важность проблемы нахождения молодых, креативных кадров и идей, он считает данную работу важным вложением в будущее предприятия и принимает условия вуза. Варианты участия в учебном процессе самые разнообразные. Это может быть чтение спецкурсов, проведение мастер-классов, защита курсовых или дипломных работ, участие в разработке учебных планов, промежуточной аттестации, разработка компетенций исходя из потребностей рынка труда, проведение практики, научно-исследовательская работа по тематике, предложенной работодателем, выполнение работ по заказу предприятия. Например, в Балтийском федеральном университете имени И. Канта при подготовке специалистов по туризму выполняется проектирование квест-экскурсий по заказу турфирм, практикующих инновационные формы экскурсионного обслуживания населения. Такое взаимодействие повышает заинтересованность студентов в будущей профессии, помогает легче адаптироваться на рынке труда, обеспечивает трудоустройство. В то же время наряду с очевидными положительными моментами взаимодействия вуза и работодателя имеются определенные сложности. Например, предложения по трудоустройству и карьерному росту для студентов, не закончивших курс обучения, как правило, заканчивается отчислением вследствие невозможности совмещения учебы и работы.

Следующий аспект. Работодатель далек от учебного процесса и не может или не хочет участвовать в подготовке учебно-методической документации, особенно в части фондов оценочных средств по читае-

мым дисциплинам, не всегда может донести информацию до аудитории, возникают сложности при составлении расписания. Однако эти сложности решались путем подготовки документации за таких преподавателей перераспределением между другими членами кафедры. В настоящий момент в условиях, когда вузы стали переходить на эффективные контракты, это крайне проблематично. При составлении расписания учитывались пожелания по занятости представителей работодателя. Это могли быть более поздние пары или занятия в конце недели или модульное построение расписания. В этом случае важно взаимодействие всех заинтересованных сторон, а именно: администрации, студента, работодателя.

В-третьих, организационные вопросы, связанные с привлечением к оценке качества студентов: каков охват аудитории, как часто и т.д. Вопросы частоты мы уже рассматривали, но появляется еще одна часто встречаемая проблема. Это нежелание принимать участие в данных мероприятиях, отсутствие объективной оценки, незнание критериев оценивания или неумение применить их на практике, неразвитость общественных организаций среди студенчества, отсутствие традиций привлечения студенчества к оценке. Считаем, что студенческие активы могли бы взять на себя анкетирование студентов по вопросу удовлетворения качеством обучения, а также проводить разъяснительную работу относительно важности объективной оценки, чтобы требовательные преподаватели не занимали самые худшие позиции в рейтингах. Считаем, что кафедры, ответственные за выпуск специалистов также должны более активно взаимодействовать со студентами по данным вопросам, например, через институт кураторства. Вряд ли стоит привлекать к анкетированию вчерашних школьников, которые еще не адаптировались к новым для них условиям. Желательно, чтобы это были студенты начиная со второго курса. Однако если первокурсники пожелают высказать свое мнение, не стоит от них отмахиваться. В противном случае, это приведет к демотивации остальной части студенче-

ского сообщества и выставляет в невыгодном свете данные мероприятия.

Следующий вопрос, который необходимо решать - управление обратной связью между студентами, работодателем и учебным заведением. В век множества технических возможностей каждый может оставить отзыв о деятельности или отношении к преподавателю, программе, на которой обучается студент. Однако должна существовать система обратной связи. Кафедра получила негативный отзыв о чем-то или рекламу на подготовку студентов. Что дальше? Какие выводы были сделаны и приняты меры? Расширено содержание дисциплины в соответствии с запросами работодателя, актуализированы подходы и т.д., доведена ли информация об изменениях до всех заинтересованных сторон? Способы доведения информации могут различными. Современные реалии таковы, что без информационных технологий не обойтись. В силу этого обстоятельства многие институты, факультеты прибегают к созданию интернет сообществ, например, создают группы в контакте, где доводится информация до студенческой аудитории. Однако, на наш взгляд, как бы ни был хорош такой способ, не стоит забывать о непосредственном общении со студенческой аудиторией и, тем более, с работодателями. В качестве одной из форм можно назвать проведение совместных мероприятий с привлечением представителей работодателя. Данная практика уже несколько лет используется в Институте спорта туризма и сервиса Южно-Уральского государственного университета в рамках проведения ежегодной выставки студенческих работ, связанной с проектированием туров и направленной на развитие внутреннего туризма. В частности, представители туристической индустрии совместно со студентами обсуждают тематику исследовательских работ, предлагают внедрение наиболее интересных туров, которые могут быть востребованы на рынке, обсуждают вопросы улучшения подготовки студентов, проводят мастер-классы по наиболее проблемным вопросам.

Очень часто вузы декларируют о привлечении студентов и работодателей к оценке качества образования, но в реально-

сти механизмы учета мнения студентов, выпускников и работодателей не прописаны. Например, каковы процедуры пересмотра учебных программ и учебных планов, чтобы они отвечали требованиям всех заинтересованных сторон, кто ответственен за проведение анкетирования среди студентов или какие-то другие мероприятия для выявления степени удовлетворенности учебных процессом, содержанием дисциплины и в конечном итоге качеством образования.

В настоящий момент вузы не планируют стратегическое взаимодействие работодателем на долгосрочной основе. Вместо этого имеет место сотрудничество, органи-

зуемое отдельными структурными подразделениями. Это не позволяет в полной мере осуществлять управление процессом взаимодействия с представителями работодателя. Конкретизация механизмов вовлечения студентов, выпускников и работодателей в процедуры гарантии качества образования студентов требует систематической работы в соответствии с меняющимися условиями. Это предполагает гибкое изменение организационных структур, учебного процесса и, в конечном итоге, соответствует тем современным реалиям, которые позволят сделать выпускников более конкурентоспособными на рынке труда.

#### Список литературы

1. Мотова Г.Н., Наводнов В.Г. К созданию системы мониторинга качества высшего профессионального образования / Экология человека. – 2009.– №9. – С. 7–11. Режим доступа: [http://www.nsmu.ru/human\\_ecology/chitat/archiv.php](http://www.nsmu.ru/human_ecology/chitat/archiv.php)

## THE ISSUE OF ATTRACTING STUDENTS AND EMPLOYERS TO ASSESS THE QUALITY OF EDUCATION

*N. P. Tarkhanova*

*Abstract. Attracting students and employer to assess the quality of education is caused by challenges of modern society. This article discusses the main problems arising from the involvement of representatives of the employer and students to the assessment of the educational process.*

*Keywords: quality education, employer, managing the process of collaboration between the university student and employer.*

УДК 374.71

## ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ КАК ЭКСПЕРТНОЕ СООБЩЕСТВО НОВОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА

*Н.П. Шевчук*

*Аннотация. Традиции общества «Знание», которое было создано в Советском Союзе почти 70 лет назад, продолжают. И главная задача - просвещать - не изменилась и спустя годы. Просветительская организация объявляет начало новой эпохи, где знания в особенной цене, где за прогресс отвечают не технологии, а люди, которые их развивают, где профессионалы строят карьеру сразу в нескольких областях и образовательный процесс с окончанием вуза не заканчивается.*

*Ключевые слова. Просветительство, знание, образование, экспертиза, лектор, общественная аттестация.*

О сколько нам открытий чудных  
Готовит просвещения дух  
И опыт, сын ошибок трудных,  
И гений, парадоксов друг,  
И случай, бог изобретатель.  
А.С. Пушкин