

языков, что определяется важностью для них престижных мотивов. Стремление достичь определенного статуса, должности, материального положения с помощью знания иностранных языков, актуальных в межкультурной коммуникации, приводит к конкуренции и противопоставлению себя другим членам группы даже в рамках учебно-профессиональной деятельности.

- Мотивационные предпочтения взаимосвязаны с индивидуально-психологическими особенностями студентов, что отражается на их профессиональной направленности. Тип личности «Творец», в силу возраста и современного личностно ориентированного подхода характеризующийся внутренней свободой и креативностью, в большинстве случаев определяет личностную мотивацию студентов независимо от профиля обучения. Личностный тип «Коммуникатор» влияет на появление коллективистских мотивов студентов технического профиля обучения, а тип личности «Исполнитель» отражает специфику их профессиональной деятельности. «Лидер» доминирует у студентов гуманитарного профиля обучения и взаимодействует со значимой для них престижной мотивацией.

- Конкретные представления студентов о выбранной профессии способствуют формированию внутренней мотивации, направленной непосредственно на познание предмета изучения, и мотивов, обеспечивающих достижение намеченных целей. Студенты факультета иностранного языка достаточно ясно представляют, насколько и для чего им нужны знания иностранного языка, а также конкретно в каких профессиях они могут их использовать. Менее ориентированные в будущей профессии студенты факультета математики, физики и информатики, не имея конкретной нацеленности на будущую профессиональную жизнь, чаще выбирают мотивы, связанные с актуальной для них в данный момент времени учебно-профессиональной деятельностью, а именно: получение стипендии, получение диплома и мотивы взаимоотношений с окружающими.

Таким образом, в целях оптимального построения личного профессионального плана необходимо учить молодых людей совершенствованию управления данным процессом, раскрывая концептуальный подход к проблеме выбора профессии в рамках триады: «хочу»

(мотивация) - «могу» (индивидуально-психологические особенности) - «надо» (требования профессии). Другими словами, личности необходимо:

- первоначально определить собственные потребности, интересы, желания, намерения;
- выявить собственные возможности, склонности, особенности характера, темперамента;
- целенаправленно и последовательно повышать уровень информированности о мире профессий в целом и особенностях, условиях, требованиях избранной профессии;
- соотнести полученное знание о себе с объективными требованиями избранной профессии и оценить предполагаемую эффективность;
- реализовать практическую профессиональную пробу для того, чтобы почувствовать профессию изнутри, а также провести самоанализ и спроектировать будущую профессиональную траекторию.

Несмотря на выявленную позитивную тенденцию осознания собственных профессиональных желаний и намерений, необходимо стимулировать развитие других компонентов профессиональной направленности, поскольку только в их совокупности данный концептуальный подход даст наиболее продуктивный результат в виде высокой степени удовлетворенности профессией.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Пряжников Н.С., Пряжникова Е.Ю. Психология труда и человеческого достоинства: учеб. пособие. М.: Академия, 2003. 480 с.
2. Зеер Э.Ф. Психология профессий: учебное пособие для студентов вузов. М.: Академический Проект; Фонд «Мир», 2006. 336 с.
3. Резапкина Г.В. Психология и выбор профессии: программа предпрофильной подготовки. М.: Генезис, 2008. 144 с.
4. Николаева А.А. Мотивация и факторная модель социальной активности студенческой молодежи // Человек и общество: на рубеже тысячелетий: межд. сб. науч. тр. / Под общ. ред. проф. О.И. Кирикова. Вып. XLIV. Воронеж: ВГПУ, 2009. С. 38-47.
5. Воспитательный процесс: изучение эффективности: методические рекомендации / Под ред. Е.Н. Степанова. – М.: ТЦ «Сфера», 2001. 128 с.

DEFINITION OF MOTIVATIONAL PREFERENCES AND PERSONAL FEATURES OF STUDENTS WITH DIFFERENT PROFESSIONAL ORIENTATION

© 2013

T.A. Phirsova, candidate of psychological sciences, associate professor of the department of «Psychology»
Samara State Academy of Social Sciences and Humanities, Samara (Russia)

Annotation: The optimal choice of profession as an important choice in life should be accompanied by the respective interests of the person, its psychological properties of the specific characteristics and requirements of the trade. The main idea of this article is the understanding the features of professional motivation and psychological characteristics of students studying in different faculties.

Keywords: motivational preferences, collectivist, personality, motivation prestigious, individual psychological characteristics, professional orientation, professional self-determination.

УДК 33(07)

СПЕЦИФИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В АСПЕКТЕ УПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЕМ ИХ КАЧЕСТВА

© 2013

Л.И. Фишман, доктор педагогических наук, доктор экономических наук, профессор,
декан факультета управления

Поволжская государственная социально-гуманитарная академия, Самара (Россия)

Аннотация: В статье показана необходимость концептуализации качества образовательной услуги в двух аспектах: как потребительской категории, характеризующей ее свойства по отношению к внешней среде, и как категории, характеризующей ее производство; обоснован подход к формированию показателей качества в каждом из заданных аспектов. Выявлена специфика образовательных услуг, которую целесообразно учитывать при проектировании механизмов повышения их качества.

Ключевые слова: образовательная услуга; индикаторы качества; механизмы повышения качества.

Образование является едва ли не крупнейшей сферой оказания услуг всех развитых стран. Поэтому задача повышения качества образования в различных организациях, оказывающих образовательные услуги, является

весьма актуальной, так же, как и разработка соответствующих теории и методологии. Однако даже само понятие «качество образования» в различных науках трактуется по-разному, что связано с множественностью трактовок самого феномена образования. Представляется, что сущностью производства и потребления образования является оказание специфических образовательных услуг. Действительно, понимание образования как механизма воспроизводства рабочей силы, института трансляции культуры общества, социального блага, сферы экономики (во всех этих случаях так или иначе фиксируется целевая установка образования, а в последнем - и экономическая природа данного феномена) не противоречит тому, что производство и потребление образования осуществляется в форме оказания услуги. Образование необходимо в интересах человека, общества, государства, поэтому образование - это социальное благо, механизм или институт, реализуемый в форме оказания образовательных услуг, удовлетворяющих запросы личности, различных сообществ и государства.

Таким образом, интеграцию подходов различных научных дисциплин для получения новых знаний в области методологии и теории повышения качества образования целесообразно производить на основе социально-экономической концепции образования как сферы специфических образовательных услуг. Это требует уточнения специфики образовательных услуг для ее учета при проектировании механизмов повышения их качества, выработки адекватных логике сферы услуг подходов к заданию характеристик качества образовательных услуг в процессе их потребления и производства.

Необходимо констатировать, что выявлению специфики образовательных услуг и понятиям «качество образования», «качество образовательных услуг», концепциям их оценивания, вопросам построения систем управления качеством образования посвящено весьма значительное количество научных публикаций отечественных и зарубежных специалистов, работающих в различных областях научного знания (Г.Г. Азгальдов, Т.В. Алесинская, А.И. Арнольд, Р. Аткинсон, А.И. Берг, О.Г. Берестнева, Р. Барнет, Р. Бардвелл, Г. Бикгофф, Б.В. Бирюков, Р. Бланшард, В.Н. Бурков, Д. Вестердейн, Н. Винер, У. Гебб, Б.И. Герасимов, А.В. Гличев, Р. Гэлловей, Э. Деминг, Р. Джонсон, Дж. Джуран, Г. Додж, О.Г. Зиннуров, С.Д. Ильенкова, И.М. Ильинский, К. Исакава, М.Кельчевская, Ф. Кликс, К.К. Колин, В. Козн, В. Лассар, Ж.-Ж. Ламбен, Т. Левеску, Б. Льюис, Г. МакДугл, О.В. Марухина, А. Мейден, Б. Миттал, Д.А. Новиков, А.П. Панкрухин, В.П. Панов, Е.Н. Попов, М. Попова, М. Портер, Э.П. Райхман, О.В. Сагинова, Н.А. Селезнева, М.В. Смагин, С.П. Спиридонов, А.И. Субетто, И.Н. Томохова, В.А. Фатхутдинов, Г. Франк, Л. Харви и др.). Характеризуя данные исследования, обеспечившие в целом развитие научной мысли в обсуждаемых направлениях, необходимо отметить следующее.

Большинство публикаций, посвященных специфике образовательных услуг, либо просто конкретизируют особенности любых услуг и (или) задают тот или иной (как правило, весьма широкий) перечень особенностей этих услуг (зачастую формируемый на весьма произвольно сформулированных или даже вовсе не сформулированных основаниях), которые целесообразно учитывать при их производстве, управлении образовательными организациями или системами, при выработке образовательной политики, осуществлении комплекса маркетинга в образовательной организации. При этом преимущественно вне поля внимания исследователей остается вопрос о вычлениении тех особенностей образовательных услуг, которые требуют учета при построении механизмов повышения качества данных услуг в процессе их производства.

Многочисленные работы, посвященные проблематике качества образования и качества образовательных услуг, показателям качества, несмотря на их названия,

полностью или частично игнорируют отличия услуг от товаров, специфику образовательных услуг, а также некоторые общие управленческие закономерности. В самом деле, зачастую в данных публикациях понятия качества образования и образовательных услуг рассматриваются предельно абстрактно, без указания на сферу их использования, очень часто качество связывается исключительно с результатами оказания данных услуг (что означает отождествление образовательной услуги и товара) или даже исключительно с эффектами от их производства и реализации. При формировании различных списков показателей качества авторы (кроме уже упомянутых дефектов и проблем) допускают отождествление показателей достижения целей производства качественных услуг и показателей формирования средств, обеспечивающих достижение этих целей.

При создании систем управления качеством образования исследователи успешно реализуют общие модели и концепции управления качеством в различных управленческих и обслуживающих процессах, а также в процессах жизненного цикла образовательной услуги за исключением главных - ее непосредственного производства и потребления. В одних случаях при этом получают заведомо неработающие параметры процесса и требования к ресурсам, не позволяющие повлиять на качество образовательных услуг, в других авторы обходят молчаливым отказом от улучшения этих важнейших для качества образовательных услуг процессов.

Приступим к выявлению особенностей образовательной услуги, требующих учета в управлении процессом ее производства и реализации. Прежде всего отметим, что с экономической точки зрения, результат оказания образовательных услуг состоит в следующем. Как человек, который поступает в образовательное учреждение, так и выпускник являются носителями, собственниками определенного товара - рабочей силы, стоимость которой определяется интеллектуально-нравственным и трудовым потенциалом индивидуума - совокупностью имеющихся у него знаний, компетенций, норм поведения. В процессе образования (дошкольного, общего, дополнительного, профессионального, дополнительного профессионального) обучаемые (клиенты) приобретают новые знания и компетенции, иные качества личности, постепенно повышая свой первоначальный потенциал.

Услуги, производимые сферой образования, несмотря на нематериальный характер своих результатов, имеют вполне определенную стоимость. Как и в любой другой сфере деятельности, стоимость услуг в образовании определяется издержками - расходами, связанными с использованием факторов производства. При этом не существует прямой зависимости между объемами финансирования образовательных услуг и их качеством. Увеличение финансирования образования приводит к повышению качества его результатов только в том случае, если это сопровождается изменением образовательных технологий.

Качество образования, как и качество любого продукта, реализуемого любой организацией, определяется как степень соответствия характеристик продукта запросам (требованиям) субъектов внешней среды организации (производителя), прежде всего заказчиков и потребителей продукта.

Основные отличия услуги (а значит, и услуги образовательной) от товара состоят в том, что она неосвязаема для получателя до ее потребления, неотделима от ее производителя, непостоянна по качеству и несохраняема. Из этой специфики следует, что любые отдельные услуги характеризуются в смысле качества результатами их оказания и важными для потребителей и заказчиков характеристиками (условиями) процесса их оказания. Поэтому применительно к конкретной образовательной программе или конкретному образовательному учреждению - производителю таких услуг - целесообразно, с нашей точки зрения, выделить две группы характе-

ристик качества образования: результаты образования (проявляющиеся в тех или иных характеристиках клиентов - обучающихся и выпускников, сформированных в процессе обучения); важные для потребителей и заказчиков непосредственные условия образовательного процесса.

Подчеркнем, что важные для потребителей и заказчиков непосредственные условия образовательного процесса - это не все материальные и нематериальные условия, позволяющие реализовать образовательную услугу, а те из них, которые воспринимаются потребителями и заказчиками как непосредственные ценности.

Рассматривая понятие «качество образования» применительно к территориальным системам образования, можно идентифицировать заказчиков системы образования, одновременно являющихся плательщиками или инвесторами (например, государство), для которых важно соотношение качества и стоимости оказания образовательной услуги, т.е. экономическая эффективность. Поставленная государством цель повышения доступности качественного образования при эффективном использовании ресурсов означает требование к определенной организации образовательных ресурсов системы образования.

Наконец, применительно к территориальным системам образования и к той или иной системе образования в целом следует обратить внимание на специфику образования как отрасли, обслуживающей социально-экономическую сферу, что делает важными для некоторых категорий заказчиков образовательных услуг отдаленные (долгосрочные) эффекты.

Таким образом, нами выделены четыре возможные группы показателей качества образовательных услуг как категории, характеризующей ее свойства по отношению к внешней среде систем образования различных уровней:

- результаты,
- важные для потребителей и заказчиков условия процесса ее оказания (составляющие качества образовательной услуги как потребительской категории);
- организация образовательных ресурсов,
- долгосрочные эффекты.

Понимая под потребителями (клиентами) субъектов внешней среды, которые непосредственно пользуются продуктом, а под заказчиками - субъектов, имеющих право предъявлять или правомочно предъявляющих требования к свойствам, характеристикам продукта, можно заметить, что, в отличие от большинства других организаций, для производителей образовательных услуг характерна ситуация, в которой потребителями продукта (образовательной услуги) является одна категория субъектов - «обучаемые», при этом существует значительное число категорий заказчиков, к которым можно отнести и самих учащихся, и их родителей, и органы местного самоуправления, и учреждения последующих ступеней образования, и государственные органы, и т.п.

Следует заметить, что многие заказчики (по отношению к образовательным учреждениям или системам образования) выдвигают требования не к образовательной услуге как таковой. Например, для многих родителей важен аспект работы общеобразовательной школы как «камеры хранения», что находит отражение в их запросах. При этом они являются потребителями услуги образовательного учреждения, но не образовательной услуги. Работодатели формулируют требования к подготовке выпускника учреждения профессионального образования, т.е. к рабочей силе, но при этом они являются потребителем результатов - выпускников, рабочей силы, которую получают, а не самой образовательной услуги.

Другими словами, образование, в частности общее, профессиональное всех ступеней, находится в ситуации большого числа разнообразных заказчиков, требования которых могут противоречить друг другу. Кроме того, оно находится в ситуации постоянного изменения за-

просов определенных категорий заказчиков и потребителей. Поэтому понятие «качество образования» является динамическим во времени и ситуативным.

В связи с пониманием образования как «социального блага», «института трансляции культуры общества» и т.п. государства, органы местного самоуправления, иные общественные институты берут на себя полностью или частично (для разных подсистем образования) издержки по реализации данных общественно важных функций. При этом государства и сообщества, являясь лишь одними из заказчиков, но выполняя функции основных плательщиков в случае большинства типов образовательных услуг, зачастую доминируют при формулировании заказа. Это зачастую имеет следствием постановку перед образовательными организациями заведомо нереализуемых или реализуемых лишь частично целей, что приводит к трудностям в повышении качества образовательных услуг.

Образовательные услуги имеют и ряд существенных специфических черт, связанных с процессом их производства. В частности, весьма специфичной в случае образовательной услуги является позиция клиента, потребителя услуги. В отличие от потребителей большинства других типов услуг обучаемый не может ее получить, не будучи включенным в процесс ее производства. Иными словами, получение образовательных результатов напрямую зависит от усилий самого клиента. Это предопределяет рассмотрение потребителя образовательной услуги не только в качестве субъекта внешней среды образовательной организации (клиента), но одновременно и в качестве субъекта ее внутренней среды (в некотором смысле - персонала организации). Обучаемый выступает субъектом управления собственной (учебной) деятельностью, результатом которой являются производство и в то же время потребление образовательной услуги.

Отмеченное имеет существенные следствия (и ограничения) для управления качеством образовательных услуг. Как известно, в основе управления качеством в организациях лежит процессный подход, который применяется к основным производственным, управленческим и обслуживающим процессам производства продуктов. В случае производства образовательных услуг производственный (образовательный) процесс не может быть рассмотрен как процесс в смысле управления качеством, поскольку методология процессного подхода предусматривает выделение процессов с единственными владельцами, а в случае образовательных услуг существует множество субъектов управления этим процессом - обучаемых, не находящихся в административном подчинении руководителя. В связи со сказанным можно сделать вывод о том, что при процессировании в управлении качеством производства образовательных услуг управленческих и обслуживающих процессов особое внимание необходимо уделять тем, которые позволяют повлиять на управленческую деятельность обучаемых, согласуя ее с целевыми установками руководителей и преподавателей.

С позиций информационного подхода к анализу управления можно обратить внимание на еще одну специфику процесса производства образовательных услуг. Она связана со сходством деятельности всех субъектов: руководителей образовательной организации, преподавателей, обучаемых. У всех данных субъектов объектом их деятельности является (или должна являться) образовательная услуга, ее производство. Все они выступают субъектами управления этим производством. Основываясь на данной специфике, можно выделить последовательность целей-средств, которые правомерно рассматривать в качестве параметров или характеристик качества производства образовательной услуги. Отталкиваясь от характеристик образовательных результатов и важных для заказчиков и потребителей условий (процесса) ее оказания, которые (как показано выше) являются одновременно и потребительски-

ми характеристиками качества образовательной услуги, необходимо рассматривать такую последовательность параметров их производства (рис. 1): производственные характеристики образовательного процесса, характеристики ресурсов для реализации образовательного процесса (прежде всего - характеристики преподавателей как важнейшего кадрового ресурса производственного процесса), характеристики процесса управления, характеристики руководителей образовательной системы как важнейшего ресурса процесса управления. Также понятно, что эти характеристики качества производства образовательной услуги правомерно рассматривать и в качестве внешних характеристик качества в ситуации, когда органы управления образованием как заказчики оценивают функционирование и результаты функционирования нижестоящих образовательных систем.

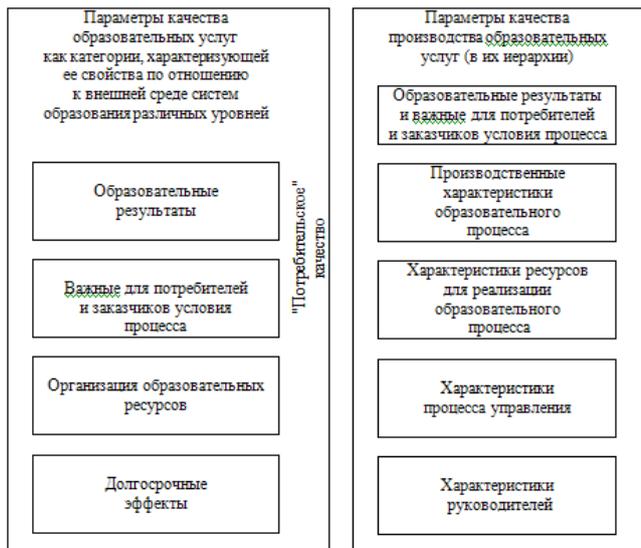


Рис. 1. Сравнение параметров качества образовательных услуг как категории, характеризующей ее свойства по отношению к внешней среде систем образования различных уровней, и параметров качества производства образовательных услуг

Нами проведено исследование потребительских характеристик образовательных услуг, а также такой категории, как конкурентоспособность образовательных услуг на потребительском уровне. В рамках данного исследования ставилась задача выявить характеристики образовательной услуги учреждения среднего профессионального образования, влияющие на конкурентоспособность соответствующих образовательных учреждений. Одной из целей была проверка гипотезы о продуктивности концептуализации качества образовательной услуги в двух аспектах: как категории, характеризующей ее свойства по отношению к внешней среде (и включающей в себя потребительские качества), и качества ее производства.

Для практического изучения нами использовалась адаптированная модель сервисного качества «SERVQUAL». В рамках этой модели мы определили образовательную программу как комплексный продукт или продуктовую систему. Методическое изучение предполагало выявление важнейших потребительских свойств различных типов и видов образовательных программ учреждения и осуществление оценки значимости для потребителей отдельных свойств для каждой программы. Формирование комплекса потребительских характеристик образовательной программы производилось с использованием методологии фокус-группы. Затем формировалась система анкетирования потребителей, выявляющая значимость этих свойств. Анкетирование осуществлялось при оценке образовательных программ четырех профилей (экономического, гуманитарного, технического и педагогического) среднего профессио-

нального образования в ГОУ СПО «Тольяттинский социально-педагогический колледж».

В результате эмпирического исследования было выявлено двенадцать характеристик, значимых для потребителей свойств образовательных программ среднего профессионального образования, не все из которых являются характеристиками качества образовательной услуги. В самом деле, характеристики «репутация образовательной программы», «наличие деловых связей образовательного учреждения с работодателями» и ряд других выходят за рамки качества образовательной услуги как потребительской категории, поскольку либо касаются опосредованных условий ее оказания, либо отражают ожидания эффектов от оказания услуги.

Параметры же «месторасположение образовательной программы в городе, удобное расположение учебных корпусов относительно транспортных узлов и деловой части города», «внешний вид зданий и сооружений, где реализуется образовательная программа», «оснащение образовательной программы учебным и иным оборудованием, позволяющим получить практические умения, соответствующие потребностям рынка труда, а также предусматривающим возможность использовать современные информационные технологии (например, Интернет, сервисы Web 2.0 и т.п.)», «качество обслуживания потребителей (состояние индустрии гостеприимства при реализации образовательной программы)», «морально-психологический климат в коллективе студентов и преподавателей как возможность свободного выражения собственного мнения, отсутствие давления со стороны руководителей и преподавателей на студентов, признание права принимать значимые для них решения, информированность о целях, задачах и состоянии дел, доверие», «наличие у преподавательского состава образовательной программы практического опыта работы на соответствующем рынке труда» – очевидно, являются характеристиками качества. При этом, хотя некоторые из указанных характеристик (принадлежащих к обеим из рассмотренных групп) имеют очевидные связи с результатами оказания образовательных услуг и даже с отдаленными эффектами их оказания, непосредственные потребители воспринимают как значимые для них ценности исключительно прямые (отнесенные нами к качеству) или опосредованные условия оказания образовательных услуг.

Важно также отметить, что практически незначимыми для потребителей оказываются характеристики качества образовательных услуг, на которые обращают пристальное внимание исследователи, органы государственного надзора в сфере образования, на которые концентрируют ресурсы руководители учреждений (следование требованиям государственного образовательного стандарта, выполнение лицензионных нормативов обеспеченности учебной литературой и учебными площадями, формальная квалификация кадров, качество учебной документации).

Данная ситуация является свидетельством продуктивности выработанных нами подходов, в рамках которых качество образовательных услуг рассматривается в двух взаимосвязанных, но принципиально различных аспектах. В частности, потребители не рассматривают или практически не рассматривают как характеристики качества образовательных услуг те из них, которые были отнесены ко второму аспекту: категории качества производства услуги в конкретной образовательной организации или системе образования. Это означает, что некоторые параметры качества производства образовательных услуг выступают безусловно важными производственными условиями для обеспечения качества образовательной услуги по отношению к внешней среде образовательных организаций и систем образования, но лишь условиями, которые могут приводить, а могут и не приводить к повышению качества услуги в восприятии внешних субъектов.

Таблица 1

Показатели значимости потребительских свойств образовательных программ среднего профессионального образования (при максимальной оценке 1)

Потребительские свойства образовательной программы	Среднее значение	Очные				Заочные			
		Тестировать	Экономические	Гуманитарные	Педагогические	Экономические	Гуманитарные	Педагогические	
1 Репутация образовательной программы	0,7	0,9	0,9	0,6	0,7	0,7	0,7	0,5	
2 Наличие деловых связей образовательного учреждения с работодателями	0,8	0,8	0,8	0,8	0,9	0,7	0,7	0,8	
3 Правовой статус образовательной программы	0,8	0,9	0,7	0,8	1,0	0,7	0,7	0,6	
4 Наличие деловых связей образовательного учреждения с вузами	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9	0,7	0,8	0,6	
5 Престиж получаемой профессии	0,9	1,0	1,0	1,0	0,5	1,0	1,0	0,8	
6 Месторасположение образовательной программы	0,6	0,8	0,9	0,7	0,4	0,7	0,6	0,4	
7 Внешний вид зданий и сооружений, где реализуется образовательная программа	0,5	0,6	0,5	0,3	0,4	0,6	0,8	0,5	
8 Оснащение образовательной программ учебным и иным оборудованием	0,7	0,6	0,6	0,3	0,4	0,8	0,9	1,0	
9 Качество обслуживания потребителей (состояние индустрии гостеприимства при реализации образовательной программы)	0,5	0,6	0,7	0,3	0,2	0,7	0,6	0,3	
10 Морально-психологический климат в коллективе студентов и преподавателей	0,7	0,8	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,6	
11 Наличие у преподавательского состава образовательной программы практического опыта работы и деловых контактов на соответствующем рынке труда	0,8	0,7	0,8	0,8	0,7	0,6	0,8	0,9	
12 Возможность освоения дополнительной образовательной программы одновременно с основной программой	0,7	0,6	0,8	0,7	0,6	0,9	0,9	0,6	

SPECIFIC EDUCATIONAL SERVICES IN THE CONTEXT MANAGEMENT IMPROVE THEIR QUALITY

© 2013

L.I. Fishman, doctor of education, doctor of economics, professor, dean of the faculty of Management Samara State Academy of Social Sciences and Humanities, Samara (Russia)

Annotation: The article depicts the necessity of conceptualization of education service quality into two perspectives: as a consumer category (the characteristic of its interaction with the environment) and as a feature of its production. It formulates the approach to form quality indicators in both perspectives. The article states the specific character of education services that have to be considered in the process of designing the mechanisms of quality improvement.

Keywords: education services, quality indicators, mechanisms of quality improvement.

УДК 37.013.42

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ И СПУТНИКОВЫХ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

© 2013

A.H. Чесноков, кандидат технических наук, доцент кафедры «Информатика, прикладная математика и методика их преподавания»

M.M. Якупова, студентка 2-го курса

Поволжская государственная социально-гуманитарная академия, Самара (Россия)

Аннотация: Главной целью внедрения СИП является удовлетворение образовательных потребностей учащихся. Достижение поставленной цели осуществляется на основе передовых педагогических и информационно-коммуникационных технологий. Одной из практических областей применения спутниковых интернет-технологий является исследование.

Ключевые слова: спутниковые интернет-платформы, компьютерное моделирование, образовательные потребности, государство Наския, культура пре-паракас.

Окружающий мир разнообразен в своих видах и проявлениях. Разнообразны и методы познания этого мира. От примитивных методов эпохи неолита и до современных спутниковых интернет-технологий. Именно последние, в силу своих инновационных разработок и принципов познания мира, определяют дидактический градиент, основные направления познания объективной реальности. Это и определило актуальность исследований в этой области.

Основу спутниковых интернет-технологий составляет спутниковая интернет-платформа. Под спутниковой интернет-платформой (СИП) будем понимать совокупность интернет-технологий и компьютерного моде-

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фишман Л.И. Обратные связи в управлении педагогическими системами: опыт классификации и конструирования. Монография. СПб.: ИОВ РАО, Самара: СамГПИ, 1993. 394 с.

2. Фишман Л.И. Модель образовательного менеджмента в России: ценности и стереотипы. Монография. Казань: ПО РАО. Самара: СамГПУ – СИПКРО. 1997. 304 с.

3. Fishman L. Professional Values and Stereotypes of Russian Educational Managers. Monography// International Journal of Educational Research. 1998. № 5. P. 397-484.

4. Коган Е.Я., Фишман Л.И., Посталюк Н.Ю., Прудникова В.А., Тюрина Н.В., Негрей Е.А. Опыт модернизации управления территориальной системой образования на основе округов: оценка эффективности. Монография. Самара: Изд-во СГПУ. 2006. 121 с.

5. Фишман Л.И., Иванов М.Ю. Оценка эффективности деятельности территориальных органов управления образованием: индикативный подход. Монография. Самара: Изд-во СГПУ. 2008. 156 с.

6. Фишман Л.И. Методология и механизмы повышения качества образовательных услуг на основе делегирования обратных связей. Монография. Самара: Самар. науч. центр РАН. 2009. 180 с.

лирования.

В состав СИП входят:

1. Спутниковый интернет-комплекс на основе программной оболочки GOOGLE EARTH.
2. Поисковая система GOOGLE.
3. Переводчик GOOGLE.
4. Трехмерный графический редактор SKETCH UP.
5. Всемирная библиотека трехмерных изображений.
6. Диалогово-тестовый комплекс «Знаете ли Вы страну».

Главной целью внедрения СИП является удовлетворение образовательных потребностей учащихся. Достижение поставленной цели осуществляется на ос-