**Акименко В.А.**

(кафедра экономики Образовательного частного учреждения высшего образования «Международный инновационный университет»).

**Маркетинг в правовом поле дополнительных образовательных услуг.**

*Справка IT- системного администратора сайта*: (дайджест по тексту рекламного издания «Маркетинг».-2011.-№4.-С.11-16., зарегистрированного в *информационно- рекламном публикаторе* дайджестов, экономических подборок и кратких рекламных обзоров статей, имеющих высокий рекламный рейтинг по анализу популярности количества прочтений специалистами в сфере маркетинга). Текст публикатора доступен с 14.04.2011; материал получен и в автоматическом режиме размещен в 09:15 по мс 14.04:2011 по ссылке <http://optima-sochi.ru/our-services/predlozhenie-po-reklame/>

Известный столичный маркетолог Н.И. Гаврилова (2010) отмечает, что «в XXI веке общественная значимость системы образования как общего, так и профессионального, многократно возросла. Глобальные изменения в технологическом, экономическом и социальном развитии мировой цивилизации превратили образование в стратегический фактор прогресса общества. Наращивание научно-технического, социокультурного и духовного потенциала общества напрямую связано с уровнем и состоянием системы образования, повышением образовательного и профессионального уровня всего населения. Следует отметить то влияние, которое оказывает на образование процесс формирования постиндустриального общества. Главный вопрос заключается в том, какой социальный порядок придет на смену индустриальному строю, и ответ на него становится все более актуальным. В постиндустриальном обществе на фоне машинной технологии все более важной становится технология информационная, опирающаяся на возросший интеллектуальный потенциал. Таблица 1 иллюстрирует структуру и проблемы постиндустриального общества и показывает, какое место отводится в постиндустриальном обществе знаниям и образованию. Из таблицы видно, что в постиндустриальном обществе на передний план выходит не сила, а информация. Основным действующим лицом становится профессионал, потому что его образование и опыт позволяют ему отвечать всем требованиям, предъявляемым в постиндустриальном обществе.

Среди особенностей современного этапа развития постиндустриального общества выделяют две взаимосвязанные тенденции:

1. нарастание нестабильности внешней среды фирмы (конкуренция, формирование новых потребностей, быстрая смена поколений продукции и т.п.)
2. возрастание роли знаний в достижении устойчивых конкурентных преимуществ.

Оценим, насколько система профессионального образования в России соответствует названным тенденциям. Известно, что рост уровня профессионального образования работающих выступает сегодня необходимой предпосылкой их адаптации к динамично изменяющимся условиям рынка труда и функционирования бизнес-структур, особенно в период структурной перестройки экономики. По мере осуществления экономической реформы в нашей стране происходит формирование рынка образовательных услуг, адекватных реальным потребностям как фирм (производителей, работодателей), так и экономически активного населения, в том числе и наемных работников. Он представляет собой систему экономических отношений по поводу купли-продажи образовательных услуг, непосредственно востребованных как коллективным, так и индивидуальным потребителем. Этот рынок относится к рынку услуг, но тесно связан и взаимодействует с другими рынками: капитала, рабочей силы, информационных технологий, товаров народного потребления, технологиями производства и т.д. Необходимо подчеркнуть, что только классическое вузовское образование не может удовлетворить быстро изменяющиеся потребности производства, оно просто “не поспевает” за переменами в бизнесе и его инфраструктуре. Задача вузовского образования – дать базовые профессиональные знания. Поэтому оно не может быть в полном объеме привязано к конкретным условиям внешней и внутренней среды фирмы.

***Таблица 1. Структура и проблемы постиндустриального общества***

***(по версии М.И. Гавриловой и соавт., 2010).***

|  |  |
| --- | --- |
| Основные принципы | Центральная роль знаний |
| Основные институты | Университет. Академические институты. Исследовательские организации. |
| Экономическая база | Наукоемкие отрасли промышленности |
| Основной ресурс | Человеческий капитал |
| Политические проблемы | Научная политика и политика в области образования. |
| Стратификация: основа доступа | Способности и навыки, образование |

Весь рынок профессионального образования можно классифицировать следующим образом: классическое образование, к которому мы будем относить все современные формы образования (очную, заочную, очно-заочную и получение второго высшего образования) и дополнительное образование. Дополнительное образование в свою очередь делится на два больших направления. Первое – технологическое образование, дающее дополнительное образование по приоритетным направлениям развития науки и техники.

Другим сектором дополнительного образования является экономическо-управленческое образование, которое мы называем бизнес-образованием. Дополнительное бизнес-образование (ДПБО) есть новое понятие, которое распространяется в отечественном образовании со становлением рыночной экономики, что вызвано не только общими тенденциями роста потребностей в знаниях, но и рыночными реформами, начавшимися в нашей стране.

**Дополнительное бизнес-образование (ДПБО)** есть образовательная деятельность по подготовке менеджеров на предприятиях и в хозяйственных организациях, которые действуют в условиях рынка и ставят своей главной целью эффективность экономики предприятия, оцениваемой объемом полученной прибыли. По своей природе это выделившаяся из экономического образования междисциплинарная сфера образовательной деятельности. Наряду с этим термином довольно широко используется и термин, управленческое образование (management education), которое фактически является синонимом бизнес-образования, если речь идет о рыночной экономике и о хозяйствующих организациях. В отличие от бизнес-образования управленческое образование есть несравненно более широкое понятие, поскольку оно применимо и к государственному управлению, и к управлению в экономиках нерыночного типа. Выделение ДПБО из ранее доминировавшего в нашей стране экономического образования – одна из характерных черт приспособления образования к условиям рыночной экономики. Важной особенностью является прагматическая направленность ДПБО, подразумевающая, что образованный бизнесмен или менеджер будет прямо или косвенно принимать участие в практической работе, направленной на достижение целей предприятия. Для общеэкономического образования эта особенность менее характерна. Дополнительное бизнес-образование применительно к личности – это, прежде всего образование, имеющее целью профессиональный карьерный рост, предпринимательский успех; применительно к предприятию – это развитие его управленческого потенциала. Управленческий потенциалпредприятия определяется возможностью его менеджмента решать задачи эффективного (конкурентоспособного) развития промышленного предприятия. Если образование по другим специальностям, во многом ориентировано на основы профессиональных знаний, (что так или иначе отражается в государственных стандартах и иных Единых требованиях), то в дополнительном бизнес-образовании главное – гибкость реакции на потребности определенных (целевых) заинтересованных групп, будь то корпорация, которая меняет свою стратегию в рыночной экономике, или же индивид, который строит свою профессиональную карьеру. Отсюда появляется совершенно новый акцент в развитии учреждений ДПБО – ориентация на связь с миром бизнеса, корпорациями, предпринимательскими кругами. Именно это считается сегодня основной чертой прогрессивного учреждения ДПБО, которое уделяет большое внимание регулярной практике, вводит в учебный процесс подготовку прикладных проектов на предприятиях и организациях, приглашает практикующих предпринимателей в качестве преподавателей (в дополнение к дипломированной профессуре), повышает количество учебных материалов, направленных на обобщение и осмысление практического опыта. Общие цели дополнительного бизнес-образования, его принципиальное содержание и требования к нему со стороны фирм и индивидов показывают, что это весьма специфическая область образования, в природе которой заложен внутренний конфликт, между собственно образовательной функцией (передачей знаний - академических) и функцией подготовки к работе, то есть к практическому осуществлению определенных видов деятельности (активное освоение практических методов, приемов и процедур). Дополнительное бизнес-образование до сих пор существует в двух формах: в одних случаях превалирует образовательная компонента, в других практически ориентированная прикладная компонента, охватывающая также умения и личные качества, хотя и то и другое присутствует в любом бизнес-образовании. Задача состоит в том, чтобы найти оптимальный баланс обеих этих компонент, соответствующий конкретным требованиям всех участников производственного процесса (организаций, индивидов, всего общества). Именно это определяет огромное многообразие конкретных форм дополнительного бизнес-образования, зависящих не только от внутреннего саморазвития этой сферы интеллектуальной деятельности, но и от складывающейся национальной системы бизнес- образования; от этапа, на котором находится экономика и предпринимательство; от специфики предприятий и организаций; от состояния управленческого корпуса и многих других факторов, относящихся к деятельности конкретных образовательных учреждений и их заказчиков. С точки зрения образовательной компоненты наиболее важной является идея регулярного непрерывного образования, которое в последнее время рассматривают как “пожизненное обучение”. Такой подход подразумевает, что даже при наличии фундаментального образования в области бизнеса и менеджмента человек должен с определенной регулярностью обновлять свои знания не только по инициативе организации, где он работает, но и по своей собственной инициативе, сознавая, что что он, возможно, отстает от жизни. С точки зрения практики следует осознавать, что достижение целей, которые в принципе стоят перед дополнительным бизнес-образованием, возможно только в сочетании образовательных программ и усилий образовательных институтов с одной стороны, и практической деятельности людей, которые занимают управленческие должности и/или выполняют управленческие функции, с другой» (Гаврилова Н.И., 2010).

**Литература.**

1. Гаврилова Н.И. Общественная значимость системы последипломного образования маркетологов. // Русский рынок.-2010.-№10.-С.30-35.