

УДК 378.1

## ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ ОБУЧЕНИЯ КАК ОБЪЕКТИВНЫЙ ПРОЦЕСС В ПОВЫШЕНИИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ И КАЧЕСТВА ПОДГОТОВКИ КАДРОВ

**Грушенко В.И.**

*ОУ ВО «Смоленский гуманитарный университет», Смоленск, e-mail: rector@sibe.ru*

В статье рассматриваются изменения в образовательной среде с советских времен по настоящее время и утверждается, что главным объектом инновационного развития в образовании будет конечный, штучный Потребитель. Весь учебный процесс и подготовка кадров перестраивается на запросы и ценности индивидуального Потребителя – студента, слушателя, для чего используются современные технологии обучения и формы партнёрских отношений, участников образовательного процесса. Это становится возможным, в том числе благодаря активному внедрению дистанционных технологий и сетевого взаимодействия учебного заведения с различными партнёрами, обеспечивающих возможность доступа Потребителя к глобальным ресурсам. В статье описываются модели построения учебного процесса, ориентированные на индивидуализацию обучения, для предметной и курсовой систем обучения.

**Ключевые слова:** индивидуализация, конечный потребитель, дистанционные технологии обучения, модели обучения, сетевое взаимодействие

## INDIVIDUALIZATION AS AN OBJECTIVE PROCESS IN IMPROVING THE HIGH SCHOOL ATTRACTION AND QUALITY PERSONAL PREPARATION

**Grushenko V.I.**

*Smolensk University for Humanities, Smolensk, e-mail: rector@sibe.ru*

The article considers the changes in educational sphere which took place from the soviet times to present days and confirm, that the main object in innovation development of the education, will be the final customer. The studying process is reformed to satisfy the needs and values of the individual Customer (student), wing the modern educational technologies and different forms of cooperation with the participants of the educational process. This is possible, including through active introduction of distance learning technology and network interaction of educational institution with various partners, providing Customer access to global resources. The article presents the models of organization of educational process focused on individualized training for subject and course delivery systems.

**Keywords:** individualization, final customer, distance educational technology, models of teaching, net cooperation

Учитывая происходящие в настоящее время изменения в образовательной среде в условиях мировой глобализации, главным объектом инновационного развития в образовании будет конечный, штучный потребитель [1]. Создание своих ценностных потребителей на основе партнёрского взаимодействия и формирования желаемой для каждого из них образовательной ценности (как совокупность образовательных, информационных, консультационных и других услуг) или индивидуального образовательного проекта под выбранные цели профессиональной деятельности [2] будет основным вектором развития в системе образования. И это становится возможным благодаря активному внедрению дистанционных технологий и сетевого взаимодействия учебного заведения с различными партнёрами, обеспечивающих возможность доступа потребителя (клиента) к глобальным ресурсам [4].

Эту макрообразовательную тенденцию можно охарактеризовать как стремление каждого потребителя к индивидуализации.

Время массового спроса на специалистов постиндустриального общества

завершилось. В сфере труда требуются специалисты, обладающие компетенциями в разных видах деятельности одного или нескольких направлений квалификации. Поэтому, преобразование и реформы в системе образования находятся в прямой зависимости от состояния, целей и стратегий развития экономики и социальной сферы.

На рис. 1–3 показаны этапы преобразований в системе образования в СССР, в послевоенный период и в России с начала перестройки по настоящее время.

Послевоенный период в СССР (после второй мировой войны 1941–1945 гг.) связан с эпохой активной индустриализации страны. Рынок труда требовал кадры по многим новым профессиям и специальностям, особенно, инженерным. Структура людей, желающих приобрести высшее образование, была, в основном, однородной, гомогенной, социально не раздёлённой. А спрос на специалистов значительно превышал возможности государственных вузов, т.е. Спрос >> Предложения. Конкурсы были очень высокие.

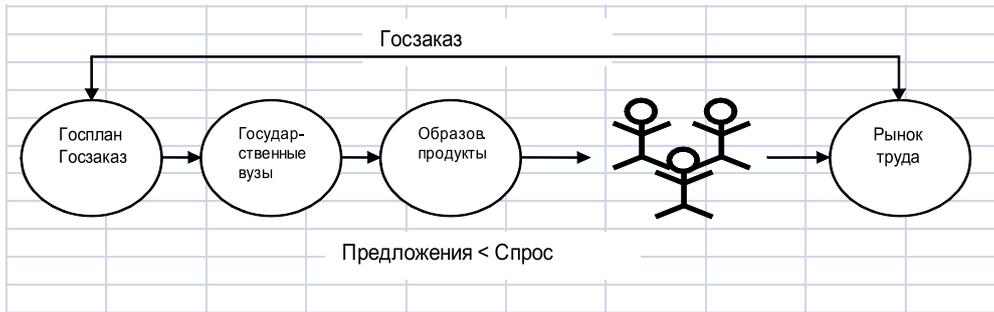


Рис. 1. Этап 1: до 1990 г. Советская система образования, построенная на государственном планировании

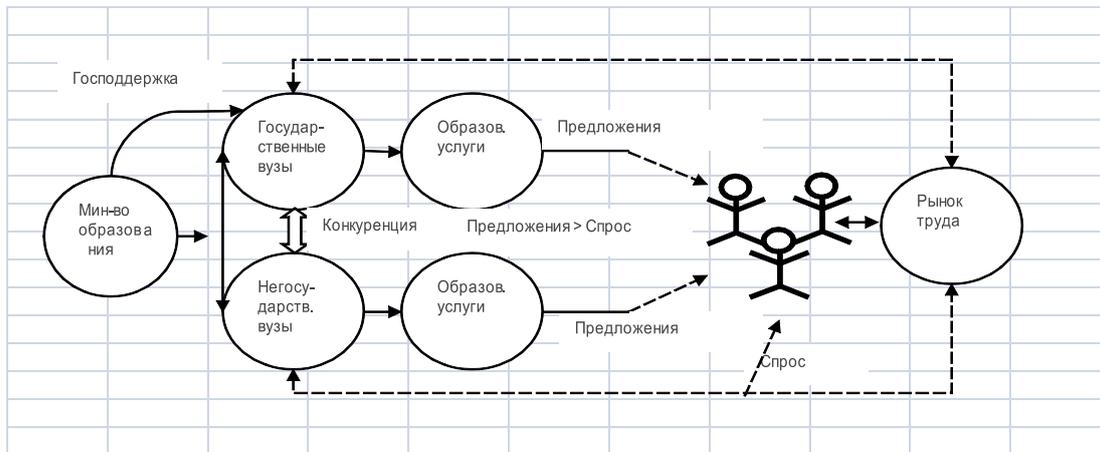


Рис. 2. Этап 2: 1990–2010 гг. Система государственного и негосударственного образования в России в условиях формирования рыночной среды

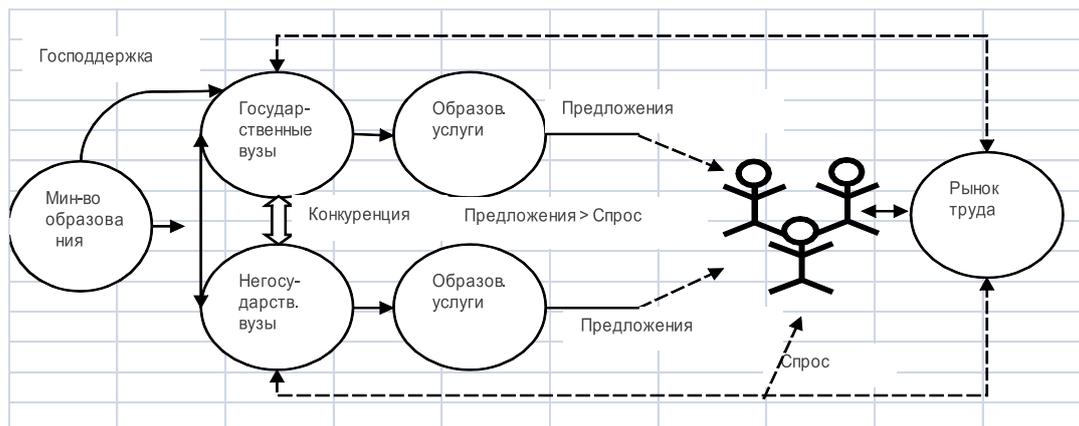


Рис. 3. Этап 3: 2010 – по н.в. Система образования в России в процессе её реорганизации

Вместе с тем, с учётом требований развития послевоенной, разрушенной войной экономики, необходимы были специалисты по широкому кругу специальностей и профессий. Поэтому ассортимент предлагаемых

образовательных продуктов был значительно дифференцирован, и за каждым вузом государство закрепляло через Госплан определённый перечень специальностей, специализаций, по которым требовалась подготовка

кадров для планируемых рабочих мест, создаваемых и развиваемых предприятий.

Безусловно, в условиях государственного планирования подготовки специалистов и распределения выпускников, конкуренции среди вузов не могло быть, по сути. Тем более, что конкуренция возможна только при условии, если выполняется условие «Предложение > Спрос».

Это был этап массовой подготовки требуемых кадров, поэтому, с точки зрения сущности терминологического восприятия «Индивидуализации», взаимосвязи не было никакой. Все студенты были встроены в стандартный учебный план специальности, специализации, в учебный график и в курсовую систему (то есть групповую) обучения.

Сама система образования работала хорошо, а качество подготовки кадров было высоким, что всегда отмечалось и работодателями и зарубежными специалистами.

Начавшаяся Перестройка в России, с конца 80-х гг. XX в., привела к радикальным изменениям в системе образования. Как положительный факт следует отметить открытие негосударственных (платных) учебных заведений, как альтернативную возможность для лиц, желающих получить высшее образование. И количество предложений постепенно стало превышать спрос. Но произошла и дифференциация спроса как среди клиентов, так и работодателей. И это объяснялось рядом факторов, в частности: финансовыми возможностями; свободой выбора учебного заведения; появлением новых профессий, специальностей в создаваемой рыночной экономике и др.

То есть новые задачи реформирования экономики и появившиеся возможности стали мощным фактором социальной мотивации как в системе образования, так и на рынке труда.

У людей появилось огромное желание проявить и заявить себя как личность, реализовать свои индивидуальные внутренние потребности и ценности. «Прессинг» массового коммунального сознания, массового социального общения был снят. И это стало мощным толчком к самоутверждению и индивидуализации. И высшая «частная» школа быстро на это среагировала, так как в неё пришли те люди, которые также стремились к свободе личности, к индивидуализации.

В России, в 90-е годы происходит не только быстрое создание негосударственного сектора образования, но и фрагментация гомогенных рынков, появляются целевые сегменты рынков на подобные образовательные предложения. К примеру, большой спрос возник на экономико-управленческие специальности, и сформировались разные рыночные

сегменты, к примеру – руководители и специалисты советских предприятий; выпускники инженерных специальностей; выпускники среднеобразовательных школ, техникумов; преподаватели вузов, техникумов и др.

Люди стремились не только к новым знаниям и профессиям для «многообещающей» рыночной экономики, но и к поиску своей ниши, к самоутверждению и самостоятельному обеспечению благ для своей жизни. И это уже был поворот к индивидуализации.

Между государственными и негосударственными образовательными учебными заведениями началась жёсткая конкуренция за своих студентов и слушателей. К сожалению, равноправных условий для конкуренции создано не было для негосударственных образовательных заведений, которые не получали никакой государственной поддержки, и более того, в отношении них началась с середины 2000-х гг. нечестная информационная компания.

Более жёсткие условия заставляли негосударственные вузы быть более инновационными, мобильными и быстро реагировать или упреждать изменения во внешней среде. И об этом свидетельствует и опыт развития нашего института. К примеру, движение и переориентация в профильно-ориентированном направлении, на целевые рыночные сегменты, создание высокой дополнительной ценности образовательных услуг («Потребительская образовательная корзина»), внедрение дистанционных технологий в полном объёме и создание интернет-факультета, и, наконец, индивидуализация обучения, вплоть до формирования индивидуальной потребительской корзины и индивидуального образовательного проекта.

Сам вуз должен для этого не только интегрироваться в мировое образовательное пространство, но и выстроить систему партнёрских отношений в форме сетевого взаимодействия, чтобы обеспечить доступ к необходимым ресурсам.

Но ещё возникает проблема подготовки и наличия в штате сотрудников института маркетологов по партнёрским отношениям. Это должны быть специалисты, умеющие привлекать «ценностных» потребителей и формировать вместе с ним его индивидуальную образовательную корзину («Потребительскую корзину») или индивидуальный образовательный проект.

Безусловно, задачи и стратегии индивидуализации продаж образовательных услуг и задачи и стратегии индивидуализации через партнёрские отношения (формирование и удовлетворение потребительской ценности) это разные задачи и стратегии. И вуз должен сделать свой выбор.

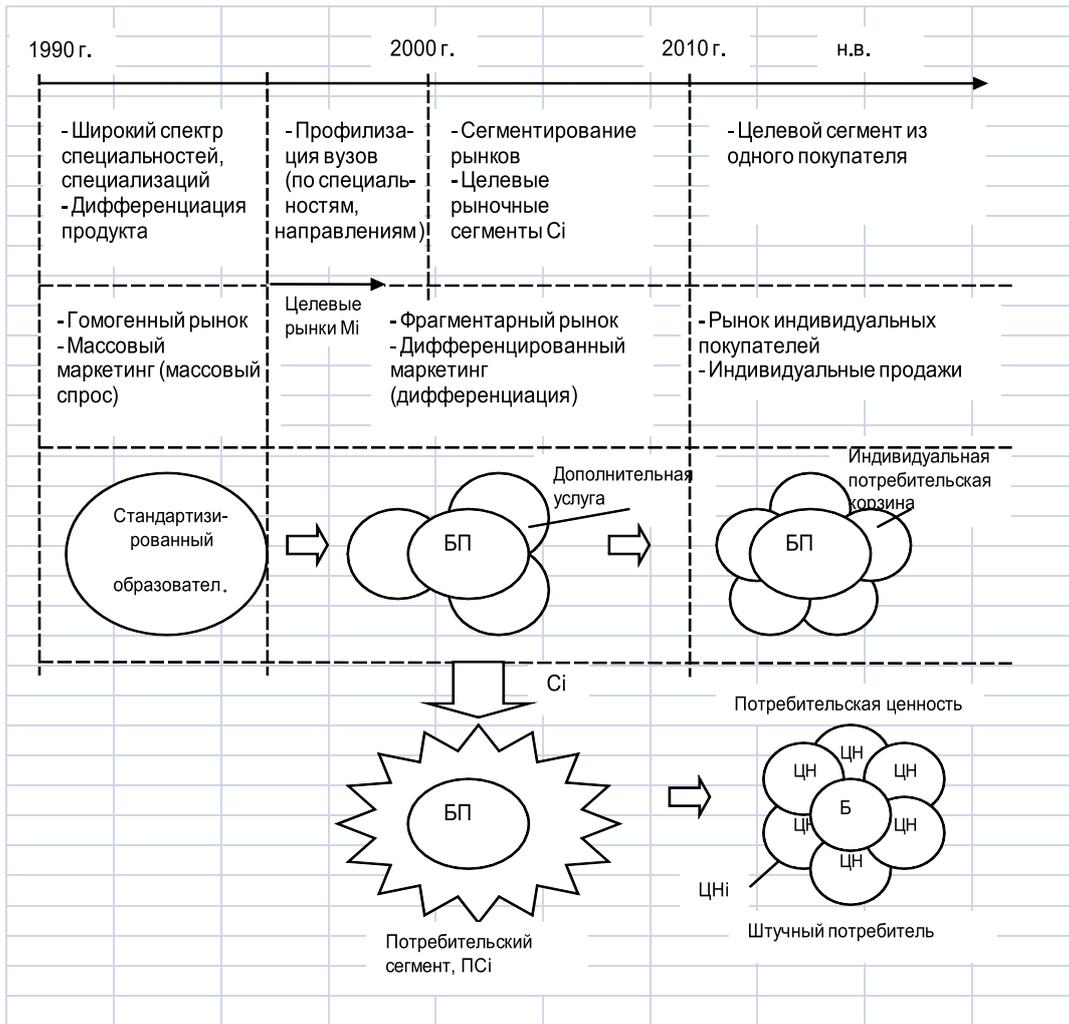


Рис. 4. Эволюция образования от массовой подготовки кадров и индивидуализации обучения

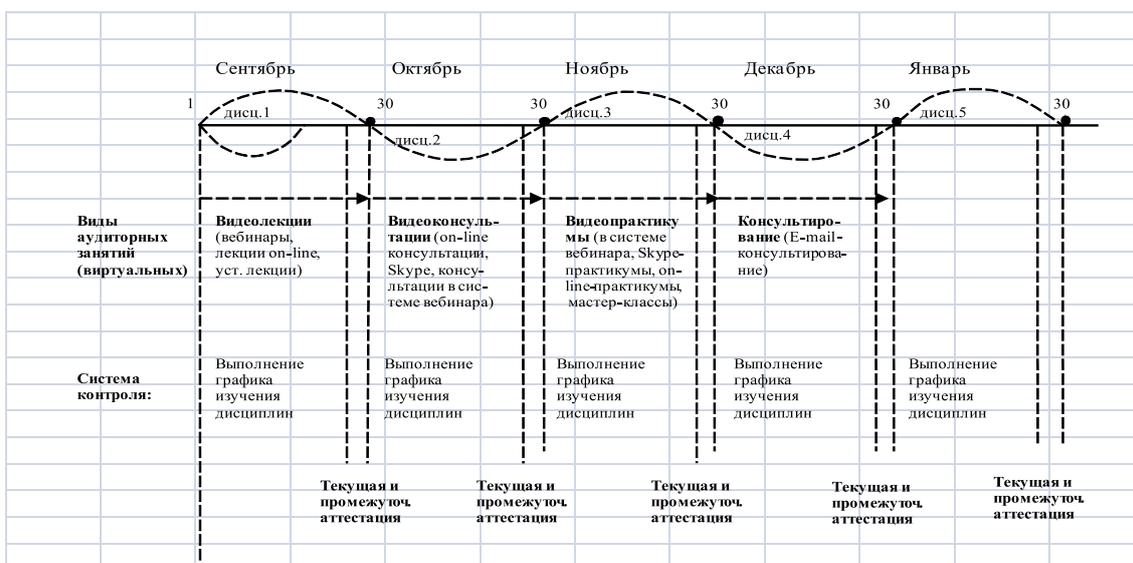


Рис. 5. Модель организации учебного процесса для предметной системы обучения

Современные образовательные технологии позволяют реализовать две системы обучения, ориентированные на индивидуализацию, а именно:

- система дистанционного образования с использованием дистанционных технологий и, в частности, в полном объеме;
- система электронного обучения.

Первая система предполагает активное участие в учебном процессе всех участников: студент, преподаватель, консультант, менеджер по сопровождению, что обеспечивает ритмичную работу студентов, слушателей.

Вторая система электронного обучения построена на использовании программных продуктов, заменяющих «живой» контакт студента с участниками учебного процесса.

С нашей точки зрения, предпочтительней система обучения с использованием дистанционных технологий. В институте реализуется модель учебного процесса, как для курсовой, так и для предметной системы обучения [5].

На рис. 4, 5 приведена модель учебного процесса для предметной системы обуче-

ния с использованием дистанционных технологий [3].

Модель учебного процесса для предметной системы обучения с использованием дистанционных технологий реализуется уже семь лет и показала свою эффективность.

#### Список литературы

1. Грушенко В.И. Индивидуализация обучения на основе доступа к глобальным ресурсам» – «Инновации: Бизнес. Образование»: Материалы международной научно-практической конференции (21–22 ноября 2013 г.). – Киров, 2014.
2. Грушенко В.И. Разработка индивидуального образовательного проекта на основе доступа к глобальным ресурсам» – «Инновации: Бизнес. Образование»: Материалы международной научно-практической конференции (21–22 ноября 2013 г.). – Киров, 2014.
3. Грушенко В.И. Инновационная образовательная модель изучения профилирующих дисциплин по направлению «Менеджмент» // Вестник университета (Государственный университет управления). – М.: Изд-во: Государственный университет управления, 2013.
4. Лаврова Е.В. Основные направления инноваций в современном образовании: инновационные методы обучения // Материалы научно-практической конференции «Инновации: бизнес и образование» (18 июня 2010 г.). – Смоленск, 2010.
5. Положение об организации учебного процесса в ЧОУВО СИБП с использованием дистанционных технологий. – Смоленск: Изд-во СИБП, 2015.