

СИСТЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ И КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В БАЛТИЙСКОМ РУССКОМ ИНСТИТУТЕ

Обеспечение контроля и качества подготовки специалистов в БРИ осуществляется путем мониторинга шести основных параметров:

1. Качества абитуриентов.
 2. Качества учебных планов и программ.
 3. Качества академического персонала.
 4. Качества материальной базы.
 5. Качества управления учебным процессом.
 6. Качества выпускников.
1. Качество абитуриентов.

Наиболее существенным различием в системах школьного и вузовского контроля является следующее: в школах традиционно хорошо налажен контроль процесса обучения – учитель хорошо знает всех своих учеников, их устремления, прилежание и т.д. Это вольно или невольно приводит к тому, что процесс обучения в определенной степени детерминирует результат - учитель «не в силах» поставить малоспособному, но прилежному и дисциплинированному ученику неудовлетворительную экзаменационную оценку. В ВУЗах, в т.ч. и в БРИ, процесс обучения контролируется иначе: большие аудитории, нет журналов учета посещаемости, слабый контакт с родителями студентов и т.д. Но более слабый контроль процесса обучения в ВУЗе сочетается с более жестким, чем в школе, контролем результата.

2. Качество учебных планов и программ.

Обеспечение качества учебных планов и программ в БРИ осуществляется путем предварительной разработки модели специалиста, в которой достаточно подробно прописываются потенциальные должности и рабочие места, которые могут занимать выпускники конкретной специальности, а также их функциональные обязанности, которые они должны исполнять. Исходя из этого определяется необходимый минимум знаний, навыков и профессиональных умений, которыми должен обладать выпускник данной специальности. Учитывая это, а также академические традиции и квалификационные характеристики специалистов, составляется учебный план, включающий три категории учебных дисциплин: общеобразовательные, профессиональные и специальные.

3. Качество академического персонала.

Обеспечение качества академического персонала осуществляется в БРИ посредством системы следующих мероприятий: конкурсный отбор преподавателей, основанный на более высокой, чем средняя в республике, оплате труда; предоставления широких возможностей издания читаемых курсов лекций, научных и методических трудов; финансирование поездок на научные и методические конференции и семинары; сохранение заработной платы на период стажировок и повышения квалификации в ведущих зарубежных вузах; наличия системы создания резерва кадров академического персонала.

4. Качество материальной базы.

Обеспечение качества материальной базы – вопрос прежде всего, и главным образом, финансовый. В экономических условиях современной Латвии применительно к частному, не финансируемому из бюджета высшему образованию, ограниченность финансовых ресурсов вуза детерминируется прежде всего двумя факторами: низкой платежеспособностью студентов (или их родителей), с одной стороны, и высокой стоимостью энергоресурсов (освещение, отопление, связь), с другой стороны. Сложное взаимодействие этих факторов приводит к тому, что достаточные средства на развитие материальной базы можно получить лишь в том случае, если вуз имеет большое число студентов.

При крайней ограниченности финансовых ресурсов центральной становится проблема их оптимального распределения между расходами на академический и вспомогательный персонал, расходами на учебную литературу и издания, научные исследования, коммунальные платежи, текущие ремонты и т.п.

5. Качество управления учебным процессом.

Качество управления учебным процессом является вторичным по отношению к качеству учебных планов и программ, а также по отношению к качеству академического персонала, ибо без наличия этого, даже высокое качество управления учебным процессом не позволит достичь необходимого результата – высокого качества выпускников. С другой стороны, низкое качество управления учебным процессом не позволит использовать потенциал высококвалифицированного академического персонала.

Обеспечение и контроль качества управления учебным процессом в БРИ осуществляется: учебно-методическими советами по специальностям, в состав которых входят ведущие профессора БРИ; наличием кафедр по основным направлениям учебного процесса (в БРИ работают 3 общеститутских кафедры, 3 кафедры правовых наук, 3 кафедры факультета управления предпринимательской деятельностью); путем привлечения на должности руководителей структурных подразделений талантливых организаторов и педагогов; организацией управления учебным процессом по принципу приоритетов; посредством оплаты управления программами по конечному результату; наличием и

выполнением должностных инструкций руководителями и сотрудниками структурных подразделений; контролем выполнения расписания учебных занятий и методических мероприятий.

6. Качество выпускников.

Контроль качества выпускников осуществляется путем: опроса выпускников с целью выяснения степени соответствия содержания, структуры и уровня преподавания в БРИ требованиям на рабочих местах; опроса работодателей с целью оценки уровня подготовленности выпускников БРИ к профессиональной деятельности; оценки конкурентноспособности выпускников БРИ при поступлении в магистратуру латвийских и зарубежных университетов.

Николаева Н.Г.

Полоцкий государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГА НА НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕМ ПРЕДПРИЯТИИ

Исследование процессов планирования маркетинговой деятельности РУП ПО "Нафтан" свидетельствует о том, что планы маркетинга весьма специфичны и при их разработке следует учитывать следующие факторы:

- возможные объемы переработки нефтяного сырья;
- основные потребители и их потребности в выпускаемой продукции;
- рынки сбыта продукции (в том числе и потенциальные), их емкость;
- объемы реализации нефтепродуктов;
- конкурентные преимущества предприятия и его экспортные возможности;
- мероприятия по улучшению качества продукции.

Учитывая то, что рынок нефти и нефтепродуктов имеет свои особенности и ситуация на нем меняется практически ежедневно, сделать какие-либо прогнозы на длительную перспективу весьма проблематично. Несмотря на это, предприятию следует четко определить цели маркетинга и стратегию своего развития. В связи с этим в план маркетинга следует включить такие пункты, как:

- описание потенциальных потребителей продукции;
- описание особенностей сегментов рынка;
- емкость рынка и перспективы его развития;
- информация о характере спроса на продукцию;
- доля рынка, занимаемая предприятием;
- анализ основных конкурентов;
- программа действий, определяющая исполнителей, сроки и результаты;
- бюджет маркетинга;