

ТРЕБОВАНИЯ К РАЗРАБОТКЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ЛИНГВИСТИКА» НА ОСНОВЕ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА

Освещены вопросы создания новой образовательной программы для подготовки специалистов по теории и практике межкультурной коммуникации на факультете иностранных языков. Отличительной особенностью представленной программы является компетентностный подход, согласно требованиям Стандартов третьего поколения, и ее ориентация на потребности рынка труда. Необходимым условием разработки такой программы является использование маркетинговых исследований. Тесное сотрудничество с представителями предприятий – потенциальными работодателями, совместное осуществление учебного процесса, разработка рабочих программ дисциплин, организация практик и стажировок рассматривается как эффективный путь модернизации образовательной программы, усиление ее профессиональной ориентации с целью повышения конкурентоспособности выпускников в процессе трудоустройства.

Ключевые слова: лингвистическое образование; компетентность; модернизация образовательной программы; трудоустройство.

Современное образование характеризуется большим выбором и высокой конкуренцией предоставляемых образовательных услуг. В настоящее время в условиях интернационализации высшего образования и влияния демографических факторов высшие учебные заведения оказываются в ситуации достаточно острой конкурентной борьбы за будущих студентов. Возникает необходимость использования новых форм и методов обучения, совершенствования образовательных программ подготовки специалистов по существующим специальностям, разработки новых образовательных программ, основанных на компетентностном подходе и ориентированных на подготовку высококвалифицированных специалистов, востребованных на рынке труда [1. С. 59]. Особое значение приобретают программы, направленные на эффективную реализацию лингвистического образования, поскольку потребность в специалистах, владеющих одним и более иностранными языками, сейчас достаточно высока.

В настоящее время факультет иностранных языков ведет подготовку по специальностям «Теория и методика преподавания иностранных языков и культур» и «Перевод и переводоведение». Обе специальности пользуются большим спросом у абитуриентов. Достаточно сказать, что за последние 3 года конкурс на данные специальности составлял до 10–12 человек на место ежегодно. Такие цифры позволяют говорить о высоком рейтинге данных специальностей на рынке образовательных услуг. Однако наблюдаются некоторые негативные тенденции в процессе трудоустройства специалистов. Каждый год факультет выпускает 60–70 специалистов по вышеуказанным направлениям. Вместе с тем востребованность только преподавателей или только переводчиков на рынке труда не позволяет на данный момент трудоустроить по полученным специальностям всех выпускников. Кроме того, отмечается процент отчисления студентов, обучающихся по этим двум специальностям (20–30% в течение 5 лет обучения), что свидетельствует о недостаточной профориентационной работе, проводимой университетом и факультетом в процессе набора абитуриентов.

В условиях глобализации экономического развития современного общества, растущей интернационализации образовательных процессов, ориентации на разработку и использование инновационных технологий, создание технико-внедренческих зон в различных регионах России, в том числе и в Сибирском регионе, повсеместно растет потребность в высококвалифици-

рованных кадрах, которые смогут осуществлять качественное сопровождение международного сотрудничества, активно участвовать в инновационных экономических программах. С переходом на двухуровневую систему образования целесообразным видится подготовка бакалавров не только по модулям преподавания иностранных языков или переводческой деятельности, но и по модулю «Теория и практика межкультурной коммуникации». Выпускники, освоившие данный модуль, будут не только в совершенстве владеть иностранными языками, но и получат необходимые профессиональные компетенции для эффективного осуществления межкультурного общения. Они смогут стать незаменимыми помощниками руководителей при организации и проведении деловых переговоров, конференций и симпозиумов, осуществлении международных деловых контактов [2. С. 43].

Необходимо отметить тот факт, что с переходом на рыночную экономику подготовка специалистов не была организована адекватно масштабам проводимых экономических реформ. В результате организационно-административный механизм планирования потребности и распределения специалистов с высшим образованием в условиях рынка перестал существовать практически полностью, разрушились прежние связи между профессиональной школой и профессиональным трудом [3. С. 136]. Особо остро в современном образовании стоит проблема трудоустройства выпускников высших учебных заведений, которой в настоящее время уделяется большое внимание со стороны государственных органов. Наличие каналов трудоустройства, договоров сотрудничества и партнерства с предприятиями-работодателями в процессе подготовки специалистов является одной из важнейших задач как университета в целом, так и факультета.

Содействуя трудоустройству своих выпускников, факультет может ставить перед собой задачи «минимум» и «максимум». Первая заключается в установлении и поддержании обратной связи с потенциальными работодателями, что будет облегчать трудоустройство выпускников и повышать имидж факультета. Задача «максимум» включает получение средств от потенциальных работодателей на дальнейшее развитие материально-технической базы факультета. Такая деятельность предполагает изучение спроса на специалистов, обладающих определенными профессиональными качествами. Непосредственный предмет подобных исследований – сфера рыночных отношений «факультет

тет – студент – предприятие» в системе высшего образования. Степень ориентированности образовательной программы на рынок труда становится ключевым показателем эффективности высшего образования. Она реализуется через систематизированное взаимодействие образования и работодателей и формализуется в виде критериев и требований к выпускникам с точки зрения их текущей практической пригодности к занятости. Сегодня существенно возросла актуальность вклада бизнеса в определении задач и содержания образования. В развитии образования должны участвовать две равноправные стороны – работодатели и академическое сообщество, которые должны действовать сообща и согласованно при подготовке специалистов [4. С. 25].

Современные стандарты высшего образования требуют осуществления разработки новой образовательной программы на основе компетентностного подхода. Компетентностный подход – это приоритетная ориентация на цели – векторы образования: обучаемость, самоопределение, самоактуализация, социализация и развитие индивидуальности. Компетентность – важнейшая характеристика специалиста, который должен быть готов к выполнению профессиональной деятельности, чтобы самостоятельно, ответственно, эффективно выполнять свои трудовые функции [5. С. 7].

В целом выпускник по специальности «Теория и практика межкультурной коммуникации» должен обладать следующими компетенциями, которые можно разделить на две большие группы: универсальные и профессиональные. Универсальные компетенции затрагивают вопросы общего личностного развития обучающихся. Профессиональная компетенция при обучении иностранным языкам неразрывно связана с формированием коммуникативной компетенции. При этом формирование языковой компетенции считается основной, так как овладение именно этой компетенцией позволяет далее вести коммуникацию с использованием прагматической и социокультурной компетенций.

Кроме того, обязательными личностными компетенциями, степень сформированности которых должна оцениваться в соответствии с требованиями образовательных стандартов, являются ответственность, целеустремленность, ориентация на достижение конечного результата, организованность, самостоятельность, инициативность, творческая активность, адаптивность [6. С. 26].

Разработка образовательной программы – поэтапный процесс, требующий скоординированных решений. Содержание образовательной программы включает перечень курсов как общетеоретического, так и прикладного характера. Их логическое построение, распределение по времени, по отдельным дисциплинам и разработка программ отдельных курсов существенно влияют на результативность программы. При подготовке программ отдельных дисциплин следует обратить внимание, что наряду с теоретическими обобщениями, которые обеспечивают глубокое понимание проблем и формирование аналитических навыков, в них обязательно должны включаться конкретные инструменты формирования практических навыков и умений решать профессиональные задачи.

Образовательная программа – это комплекс образовательных и сопутствующих продуктов и услуг, наце-

ленный на изменение образовательного уровня и профессиональной подготовки потребителя и обеспеченный соответствующими ресурсами образовательного учреждения [6. С. 22]. Дополнительное образование или квалификация, которые студент надеется получить в результате освоения образовательной программы, является мерой ее качества. В связи с этим при разработке и реализации новой образовательной программы необходимо обратить внимание на следующие условия [7. С. 115]:

- реализуемость новой образовательной программы (насколько программа соответствует запросам на специалистов со стороны потенциальных потребителей по сравнению с другими аналогичными продуктами);

- потенциал программы (прогноз спроса на выпускников, обучающихся по данной образовательной программе, вероятность реализации данной образовательной программы в других образовательных учреждениях, изменения в объеме спроса на данную образовательную услугу);

- экономическая эффективность программы (наличие ресурсов для разработки и реализации программы, необходимость привлечения дополнительных преподавателей, переобучение уже имеющихся в образовательном учреждении, выгодность в соотношении затрат на подготовку и проведение образовательной программы и предполагаемых доходов от ее реализации).

Изменения и уточнения, сделанные в образовательной программе, как в содержательной части, так и в педагогических формах и методах ее реализации, должны способствовать повышению эффективности реализации программы и улучшить перспективы выпускников по трудоустройству на рынке труда. Как и анализ изменений образовательных потребностей, обратная связь с выпускниками должна рассматриваться как постоянная деятельность образовательного учреждения при реализации новой образовательной программы [8. С. 29].

При разработке новой образовательной программы перед факультетом стоит ряд проблем, решение которых прямо определяет свойства и параметры образовательных услуг, в качестве важнейших из которых можно отметить следующие: желаемые характеристики будущего контингента обучающихся; цели обучения и адекватное им соотношение между общекультурными, фундаментальными и специальными, прикладными знаниями; длительность и режимы, ступени обучения; технологии обучения и контроля его результатов; характеристики профессорско-преподавательского состава, оказывающего образовательные услуги; типы учебно-методических средств и направления их использования, в том числе средств визуализации знаний, индивидуализированного контроля, программированного обучения, тренинга и др.

Принятию решения о разработке новой образовательной программы на факультете должен предшествовать маркетинговый анализ внешней и внутренней среды. Анализ внешней среды предполагает изучение мнений руководителей профильных предприятий региона о том, какие специалисты, владеющие иностранным языком, и в каком количестве понадобятся на предприятиях в ближайшее время, какие направления деятельности предприятий будут развиваться и т.д.

Анализ внутренней среды включает изучение кадрового потенциала факультета и университета, технической базы, наличие площадей, возможность финансирования. Технологии Интернета дают возможность руководству факультета более эффективно реализовать перечисленные мероприятия.

Применение маркетинговых исследований при разработке модели построения новой программы предполагает, во-первых, учет требований рынка труда (как местного, так и рынка труда других регионов), а также тщательное изучение групп потенциальных потребителей образовательных услуг (принцип прямой связи); во-вторых, адаптацию учебного процесса на основе изучения ситуации на двух типах рынков, разработку блока дисциплин; в-третьих, воздействие на эти рынки с учетом их требований с помощью комплекса маркетинговых исследований (принцип обратной связи).

Результатом проведения маркетинговых исследований по изучению потребностей рынка труда в специальностях, владеющих определенным набором компетенций, тесного сотрудничества с предприятиями – потенциальными работодателями – является осуществление корректировки учебных планов образовательного процесса в соответствии с запросами рынка труда, организация совместных программ, практик и стажировок. В конечном итоге это приводит к повышению качества подготовки специалистов с учетом адекватного реагирования на меняющиеся запросы в профессиональных кадрах и, следовательно, к повышению рейтинга образовательной программы на рынке образовательных услуг.

В ходе проведенного исследования о целесообразности подготовки по новой специальности «Теория и практика межкультурной коммуникации» на факультете иностранных языков был проведен анализ рынка труда и выявлен ряд государственных и коммерческих организаций, которые могут являться потенциальными работодателями для будущих специалистов. Для корректировки учебного плана открываемой специальности нам необходимо было определить требования, которые предъявляют организации, выявленные как потенциальные работодатели, к будущим специалистам. Такие требования помогли во многом определить набор компетенций, которые необходимо сформировать у будущего специалиста в ходе реализации программы. Для этих целей проведено маркетинговое исследование, которое включало в себя несколько этапов:

- разработка анкеты для предприятий с целью выяснения вышеперечисленных проблем;
- рассылка анкет по некоторым предприятиям Томской области;
- сбор и анализ полученных данных анкетирования;
- корректировка учебного плана согласно полученным данным;
- экспертная оценка учебного плана со стороны потенциальных работодателей;
- разработка модели взаимодействия с организациями при подготовке специалистов.

Важной составляющей разработки новой образовательной программы на основе сотрудничества с предприятиями-партнерами является метод экспертных оценок. Этот метод основан на использовании знаний и интуиции специалистов-экспертов и предполагают

сбор их мнений об объекте исследования. Для проведения экспертной оценки была подготовлена опросная таблица, которая включала в себя основные дисциплины учебного плана с разделением занятий на лекционные и практические с указанием общего количества аудиторных занятий для новой образовательной программы «Теория и практика межкультурной коммуникации». В данной таблице был также определен ряд компетенций, которые формируются у выпускников в процессе обучения различным дисциплинам [9. С. 26–28]. Последняя графа была предназначена для непосредственной экспертной оценки, которая определяется коэффициентом значимости определенных дисциплин для осуществления профессиональной деятельности непосредственно в организации. Экспертам была предоставлена возможность оценить значимость различных дисциплин по 10-балльной шкале.

По результатам анализа анкет мы можем говорить о востребованности выпускников специальности «Теория и практика межкультурной коммуникации» на уровне 10–15 человек в год в организациях г. Томска. Проведенные исследования показали, что в пределах Сибирского региона мы можем трудоустраивать выпускников в организации г. Кемерово, Алтайского края, г. Красноярск. Результаты исследования показали также готовность потенциальных работодателей к сотрудничеству с факультетом по вопросам совместной разработки учебных планов и программ, чтения спецкурсов для студентов, организации практик и стажировок, проведения семинаров, конференций, олимпиад. Они выражают желание проводить курсы повышения квалификации для преподавателей факультета, осуществляющих обучение студентов по дисциплинам специальности, для обновления программного обеспечения, методического материала в соответствии с современными требованиями, предъявляемыми к специалистам данного профиля. Кроме того, в указанных анкетах организации предложили ряд спецкурсов, которые, по их мнению, необходимо включить в учебный процесс для повышения качества образования специалистов и готовности специалистов в области межкультурного общения к осуществлению практической деятельности в организации в современных условиях. Так, переводческая фирма «Палекс» предложила ввести в программу следующие дисциплины:

- основы делопроизводства;
- нормы и правила русского языка в работе переводчиков технической литературы;
- основы менеджмента проектов;
- программное обеспечение для осуществления перевода;
- основы перевода документации, деловой корреспонденции;
- автоматизация труда переводчика.

Анализ результатов анкетирования Негосударственного образовательного учреждения «Спикер» позволил выявить следующие спецкурсы, включение которых в новую образовательную программу заинтересовало потенциальных работодателей:

- основы делового этикета;
- программное обеспечение для обучения иностранным языкам;

– язык делового общения.

Чтение спецкурсов может осуществляться как преподавателями вуза после прохождения определенных курсов повышения квалификации, так и сотрудниками предприятий-партнеров. Последнее является даже предпочтительным, поскольку сотрудники организаций могут более эффективно обучить студентов практическим умениям работы с реальными заданиями, документами, более наглядно имитировать ситуации реального общения. Факультет уже имеет опыт подобного сотрудничества с предприятием ООО «Палекс» (г. Томск), которое специализируется на переводческой деятельности. В настоящий момент по предложению фирмы в учебный план студентов 4–5-х курсов, обучающихся по специальности «Перевод и переводоведение», включен практический спецкурс «Автоматизация труда переводчика», преподавание которого осуществляют сотрудники фирмы. В процессе занятий студенты знакомятся с возможностями использования различных компьютерных программ в переводческой деятельности. По окончании дисциплины ряд студентов проходит практику на данном предприятии с перспективой дальнейшего трудоустройства.

Таким образом, в ходе разработки новой образовательной программы «Теория и практика межкультурной коммуникации» в Томском государственном университете был использован компетентностный подход в определении содержания обучения дисциплинам, требуемым в Стандарте высшего профессионального образования. По результатам проведенного маркетингового исследования была обоснована потенциальная эффективность реализации данной программы для подготовки специалистов в области межкультурного общения. Проведена также экспертная оценка учебного плана новой программы, выделены определенные курсы, которые особо актуальны и соответствуют требованиям к профессиональным компетенциям специалистов со стороны потенциальных работодателей. Исходя из анализа проведенного анкетирования организаций – потенциальных работодателей – для будущих специалистов в учебный план включили ряд дисциплин, кото-

рые входят в региональный и вузовский компонент подготовки и соответствуют запросам и требованиям, предъявляемым к уровню подготовки специалистов со стороны работодателей. Введение специальных дисциплин повлечет за собой совместную разработку учебно-методического комплекса, а также привлечение представителей организаций для проведения занятий для студентов, профессиональных олимпиад, семинаров, конференций, их участия в работе аттестационных комиссий.

Со стороны организаций-партнеров предполагается активная поддержка в проведении практик и стажировок для студентов старших курсов с перспективой дальнейшего трудоустройства. Планируется привлечение сотрудников организации-партнера уже на этапе набора абитуриентов на новую образовательную программу. Представители фирм и компаний участвуют в рекламных акциях, дают более четкое представление о требованиях к специалистам, о возможностях и перспективах трудоустройства. Таким образом, уже на входе мы будем иметь студентов, ориентированных на получение определенных знаний и умений, которые дадут им реальную возможность быть конкурентоспособными на современном рынке труда и гарантию трудоустройства.

В ходе сотрудничества важным фактором корректировки учебного плана новой образовательной программы является исследование качества подготовки специалистов, которые пройдут обучение по представленной программе. Для этой цели факультет планирует осуществлять определенную обратную связь, проводя опросы и анкетирование руководителей организаций, в которых работают выпускники, обучавшиеся по данной программе, а также самих выпускников в плане удовлетворенности полученными компетенциями для профессиональной самореализации. Разработаны анкеты для руководителей предприятия, в котором будут работать выпускники новой образовательной программы, а также анкета для самого выпускника, включающая вопросы, позволяющие оценить сильные и слабые стороны образовательной программы и внести необходимые изменения в учебный процесс.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ирисханова К.М. «Российский Языковой Портфель» в контексте общеевропейского проекта Совета Европы // Перспективы внедрения «Языкового Портфеля» в систему образования РФ. М.: МГЛУ, 2000. С. 58–60.
2. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Изд-во МГУ, 2004.
3. Иваненко М.А. Формирование рынка образовательных услуг // Экономика образования. 2007. № 2(39). С. 135–147.
4. Лукичев Г.А. О поисках эффективного взаимодействия высшего образования и работодателей // Экономика и образование. 2005. № 4. С. 5–30.
5. Шестак Н.В. Компетентностный подход в дополнительном профессиональном образовании // Высшее образование в России. 2009. № 3. С. 29–38.
6. Зимняя И.А., Лаптева М.Д., Морозова Н.А. Социальные компетентности в контексте государственных образовательных стандартов // Высшее образование сегодня. 2009. № 2. С. 22–28.
7. Деревягина Л.Н., Лысенко А.Ю. Маркетинг образовательных услуг: Практик. руководство. М., 2001. 228 с.
8. Шишов С.А. Инновационное общество и образование // Экономика образования. 2007. № 2(39). С. 26–32.
9. Сафонова В.В. Коммуникативная компетенция: современные подходы к многоуровневому описанию в методических целях. Сер. О чем спорят в языковой педагогике. М.: Еврошкола, 2004. 236 с.

Статья представлена научной редакцией «Психология и педагогика» 26 ноября 2010 г.