

10) Наличие хронических заболеваний (коррекция: соблюдение величины и направленности физической нагрузки и нормализация питания).

Наиболее распространена экспресс-оценка уровня физического здоровья Г.Л. Апанасенко:

1. В состоянии покоя измеряются ЧСС и АД.
2. Проводится проба Мартине (совершаются 20 приседаний за 30 секунд, после чего измеряется ЧСС).
3. Измеряется время восстановления ЧСС.
4. Измеряются рост, вес, сила кисти ведущей руки, ЖЕЛ.
5. Рассчитываются величины индексов:

Индекс массы тела (ИМТ) = масса (кг)/рост, (см).

Жизненный индекс (ЖИ) = ЖЕЛ (мл)/масса, (кг).

Силовой индекс (СИ) = сила кисти (кг)/масса, (кг)*100%.

Индекс Робинсона (ИР) = ЧСС (сидя)*СД/100.

6. На основе полученных данных делается оценка уровня физического здоровья и дается рекомендуемый уровень физических нагрузок.

Данный способ определения уровня физического здоровья позволяет наиболее точно определить уровень здоровья и дает описание методов для улучшения тех показателей, которые отмечены как «ниже среднего». Представленные в данной статье результаты исследований подтверждают необходимость формирования адекватной самооценки состояния физического и психического здоровья у студентов для осознания потребности и мотивов поддержания и улучшения здоровья.

УДК 378

Яцук Т.Н.

«БРЕНДОВЫЙ» ДИПЛОМ ИНЖЕНЕРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА: ЧТО ДЛЯ ЭТОГО НУЖНО СДЕЛАТЬ?

БНТУ, г. Минск, Республика Беларусь

Научный руководитель: канд. пед. наук, доцент Аксенова Л.Н.

Экономика Республики Беларусь перешла на инновационный путь развития. Рынок труда нуждается в специалистах, которые могут создавать, апробировать новшества и их продвигать. Поэтому актуальна проблема модернизации системы образования, изменение парадигмы высшей школы.

Конкурентоспособность вуза определяется следующими компонентами:

– наличием ресурсов (человеческих, материальных, информационных, финансовых),

– наделением выпускника «брендовым» дипломом,

– обладанием обучающимися дефицитными знаниями, умениями, эксклюзивными качествами личности (осознанием миссии осуществляемой

деятельности, умением прогнозировать результаты деятельности, критическим мышлением, креативностью, мобильностью, активностью, целеустремленностью, умением добывать необходимую информацию и ее перерабатывать, умением продуктивно работать в коллективе).

Бренд-диплом инженерно-педагогического факультета предполагает положительный имидж факультета, соответствие качества подготовки педагогов-инженеров требованиям рынка труда, потребностям, интересам общества и государства; востребованность в специалистах системы профессионального образования. *Бренд* – это целостный, устойчивый и положительный образ выпускника учреждения образования, возникающий в сознании общества в момент его восприятия. Станет ли диплом «брендовым» в основном зависит от усилий и таланта педагогических работников факультета, но также и от усилий и одаренности обучающихся.

Основные составляющие бренда-диплома:

– компетентность и имидж выпускника как совокупность актуальных знаний, умений, личностных качеств и гарантированного качества высшего образования;

– учёная степень, ученое звание, профессиональный и личностный имидж профессорско-преподавательского состава;

– статус факультета;

– образ идентификации выпускника, формируемый в восприятии общества.

Важность внедрения понятия «брендовый» диплом определяется тем, что он является залогом успеха образовательной деятельности факультета. Вот почему одной из главных задач кафедры «Профессиональное обучение и педагогика», обеспечивающей подготовку педагогов-инженеров, должно быть создание и продвижение «брендовых» дипломов.

Социально-культурные функции бренда-диплома:

– обеспечение высокой субъектной значимости выпускников вуза для государства и общества;

– способ индивидуализации студентов, позволяющий им публично манифестировать свою принадлежность к факультету.

Критерием сформированности бренда является имиджевая зависимость общества и государства от выпускаемых специалистов и лояльность к учреждению образования, ответственному за их подготовку. Бренд-диплом позволяет усиливать позицию факультета, который осуществляет подготовку высококвалифицированных специалистов с целью удовлетворения потребностей общества. Бренд легко позиционируется в силу своей личной значимости. Сильная позиция бренда способна индивидуализировать факультет, помочь ему идентифицироваться в рамках значимого социального или профессионального сообщества.

Целью «брендового» диплома является формирование долгосрочных предпочтений общества и государства к подготовке педагогов-инженеров

нашего вуза с конкурирующими вузами. Эффективным инструментом решения данной задачи выступает технология позиционирования, способная сформировать в сознании целевых групп социума позитивный образ выпускника и фирменный стиль факультета. В результате появляется вера в качество подготовки специалистов на факультете. Студенты инженерно-педагогического факультета БНТУ пока востребованы в учреждениях, обеспечивающих получение профессионально-технического и среднего специального образования. Это обусловлено недостаточной обеспеченностью учреждений профессионального образования педагогическими кадрами.

Качество образования как отрасли социальных услуг – это возможность её органов управления и непосредственных производителей образовательных услуг удовлетворить установленные или предполагаемые потребности общества, отдельных социальных групп и граждан в получении образования и приобретении профессиональной компетентности. Качество образования оценивается по степени достижения удовлетворенности значимых потребностей личности, учреждения образования, рынка труда, общества. Требования к качеству подготовки педагогов-инженеров раскрываются в образовательном стандарте, разработанном на основе компетентностного подхода. Цели подготовки специалистов, установленные образовательным стандартом, следующие:

- формирование и развитие компетентности, позволяющей сочетать академические, профессиональные, социально-личностные компетенции для решения задач в сфере профессиональной и социальной деятельности;
- формирование профессиональной компетентности для работ в области образования.

Качество высшего образования (личностный, профессиональный потенциал выпускника) зависит от качества образования на каждом этапе процесса обучения и воспитания студентов. Для достижения высокого качества образования необходимо использовать продуктивные и инновационные методы, методики, технологии обучения и воспитания. Выпускники факультета будут более востребованы на рынке труда, если они смогут:

- эффективно использовать свои профессиональные знания, умения и навыки для выполнения необходимых компетенций на рабочем месте;
- конструктивно работать в трудовом коллективе;
- проявлять творческую инициативу;
- стремиться к достижениям в продвижении по карьере и по горизонтали, и по вертикали;
- быстро принимать эффективные управленческие решения;
- прогнозировать результаты своих действий;
- чётко формулировать миссию, стратегические и тактические цели;
- проявлять эксклюзивные качества, коммуникативностью, эмоциональную устойчивость, надёжность, ответственность.

Как же обеспечить выполнение третьего условия «брендового» диплома – имидж факультета? Студенты нашего факультета должны принимать активное участие в международных и республиканских научно-практических конференциях молодых учёных и студентов, занимать призовые места в соревнованиях, публиковать научные и методические работы, имеющие научную и практическую значимость. Таким образом, название факультета будет «звучать у всех на устах».

ЛИТЕРАТУРА

1. Марков, А.П. Проектирование маркетинговых коммуникаций: Рекламные технологии. Связи с общественностью. Спонсорская деятельность / А.П. Марков. – СПб.: СПбГУП, 2005. – 400 с.
2. Калицкий, Э.М. Менеджмент в профессиональном образовании. Управление качеством: учебно-консультационное пособие / Э.М. Калицкий. – Люксембург: Бюро Официальных Публикаций Европейских Сообществ, 2004. – 146 с.