

Именно эти свойства способствуют межпредметному изложению учебного материала.

По нашему мнению, актуализация межпредметных связей должна происходить на уровне разработки ГОСТов, типовых рабочих планов, программ и учебных пособий. Должны создаваться творческие коллективы, в состав которых входили бы специалисты разного профиля. Например, для разработки типовой программы по химии для студентов-геологов необходимо привлечь преподавателей геологических дисциплин. Проблема установки межпредметных связей должна касаться и каждого преподавателя в отдельности. Использование интегративного подхода при создании учебно-методических пособий также способствует решению данной проблемы. Тщательно подобранная система задач межпредметного содержания и использование в ходе решения логико-смысловых моделей позволяет реализовать моделирующую деятельность студента. Использование инструментов многомерной дидактики в процессе преподавания геологических дисциплин формирует не репродуктивные знания и умения, а организацию рациональной, логически упорядоченной последовательности действий. Все это способствует установке межпредметных связей, накоплению опыта креативного мышления и, в конечном итоге, влияет на повышение качества профессиональной подготовки инженера-геолога. Улучшение же качественной стороны профессиональной подготовки выпускаемого специалиста является основной задачей высшего профессионального образования России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. В.И. Вершинин и др. Специфика межпредметных связей в высшей школе - Наука и школа, 2000, №4, с. 6.
2. Кириченко О.Е. Межпредметные связи курса математики и смежных дисциплин в техническом вузе связи как средство профессиональной подготовки студентов: Дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 : Орел, 2003. - 170 с.
3. Коротченкова А.А. Межпредметные связи математики и информатики при подготовке специалистов экономического профиля: Автореф. дис. канд. пед. наук: 13.00.02; Орл. гос. ун-т. - Орел, 2000. - 16 с.
4. Попков В.А., Коржув А.В. Дидактика высшей школы: Учеб. пособие для студ. ВУЗов. - М.: Издательский центр "Академия", 2004. - 192 с.
5. Штейнберг В.Э. Дидактическая многомерная технология. - Уфа:БИРО,1999.-67с.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К СМЕНЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПАРАДИГМЫ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Столяров А.С.

Филиал Института МИРБИС

Орехово-Зуево, Россия

Динамичное развитие сферы услуг стало отличительной чертой минувшего века. В среднем около три четверти ВВП развитых стран производится в секторе услуг. При этом темпы роста этого сектора продолжают увеличиваться. Но, несмотря на повышенное внимание экономической науки к сфере услуг, до сих пор отсутствует единое мнение относительно эффективной концепции маркетинга услуг. Развитию, переосмыслению управленческих парадигм маркетинга способствует ряд объективных факторов.

В настоящее время во многих странах с рыночной экономикой появились значительные изменения в самой маркетинговой концепции управления. Около полувека в маркетинге доминировали подходы американской школы, базировавшиеся на неоклассической экономической теории. Однако неспособность неоклассической теории дать адекватное объяснение рыночного процесса, заставляет вернуться к анализу положений альтернативных школ экономической мысли, в которых отношения, возникающим в процессе обмена, уделяется особое внимание. Глобализация, системы электронной коммуникации и информации изменили взгляд на партнеров и покупателей. Новой парадигмой стал маркетинг партнерских отношений, в основе которого лежат развитие и поддержка долгосрочных, надежных связей с индивидуальными потребителями, поставщиками, служащими и другими партнерами. Маркетинг партнерских отношений, противоположный подходу, основанному на отдельных транзакциях, придает особую важность ориентации на покупателя, создает повышенный уровень социального взаимодействия между продавцом и покупателем. Маркетинг партнерских отношений идет дальше очевидных обязательств перед покупателями, ставя целью комплексное удовлетворение их потребностей.

Как любая научная дисциплина в период своего становления, маркетинг партнерских отношений переживает отсутствие системности, неоднозначности понятий, терминологической путанице. Без труда можно насчитать около двух десятков толкований маркетинга, имеющего целью формирование эффективных отношений с потребителем, приближающегося к маркетингу отношений. Выделив существенные характеристики маркетинга партнерских отношений, на их основе можно детализировать континуум существующих определений и предложить определение «маркетингу партнерских отношений» применительно к сфере образовательных услуг как «партнерский маркетинг».

Под *партнёрским маркетингом* мы понимаем долгосрочное и взаимовыгодное взаимодействие субъектов производства и потребления образовательных услуг на основе непрерывного индивидуализированного процесса по совместному с партнерами созданию ценностей и последующего совместного распределения между ними полученной выгоды.

Специфика потребностей в образовательных услугах различных субъектов рынка требует многогранного решения задачи по удовлетворению этих потребностей. Подобное комплексное решение не под силу одному субъекту, поскольку в образовательном процессе, помимо учреждений образования, важную роль играют партнёры: государство, муниципальная власть, субъекты реального сектора экономики.

Практика реального сектора экономики постсоветской России вызвала потребность в формировании корпуса предпринимателей, обладающих методикой и навыками, дающими возможность эффективно действовать в современных рыночных условиях. Удовлетворить потребность в таких кадрах должна сфера профессионального образования. Рыночные отношения открывают для сферы образования новые возможности, они актуализировали потребность в непрерывном профессиональном образовании и, вместе с тем, деформируют социальные функции образования. Разрешить это противоречие способен маркетинг партнерских отношений.

Таким образом, в сфере услуг в настоящее время активно развиваются новые отношения. Особенно показательно новые отношения проявляются в производственной цепочке именно сферы образовательных услуг. Многое, что здесь появляется нового в зарождении партнерских отношений, может иметь универсальное значение и для других отраслей сферы услуг.

**ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКИХ
ПОСЛЕДСТВИЙ ЗАЛПОВЫХ ВЫБРОСОВ
ЗАГРЯЗНЯЮЩИХ ВЕЩЕСТВ ПРИ
АВАРИЯХ НЕФТЕНАЛИВНЫХ СОСТАВОВ
НА ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГЕ
(НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНА ЮЖНОГО
БАЙКАЛА)**

Тимофеева С.С.

*ГОУ ВПО Иркутский государственный
технический университет
Иркутск, Россия*

В настоящее время масштабы влияния на биосферу хозяйственной деятельности человека сопоставимы с масштабами геологических и геохимических процессов. При этом аварии, взрывы и пожары на промышленных предприятиях и транспортных магистралях являются одними из наиболее значимых по своим отдаленным экологическим последствиям, так как сопровождаются

залповыми выбросами в воздух вредных веществ и создают экстремально высокие уровни загрязнения в отдельных регионах. Крайне важно контролировать уровни залповых выбросов загрязняющих веществ (ЗВ) для разработки научных основ прогнозирования экологических последствий аварий и для создания цельной картины процессов, происходящих непосредственно в очагах поражения и за его пределами.

В 1996 году ЮНЕСКО внесло озеро Байкал в Список участков мирового наследия, тем самым мировое сообщество признало озеро уникальным природным феноменом, имеющим важное значение для всего человечества. Наиболее экологически напряженным районом оз. Байкал является его южная часть, где расположены промышленные зоны городов Байкальска и Слюдянки, поселков Листвянки и Култук. С ветровыми потоками по долине реки Ангары сюда привносятся аэропромвыбросы Иркутско-Черемховского узла.

Непосредственно вдоль побережья Южного Байкала приходит 200-километровый участок Восточно-Сибирской железной дороги (ВСЖД), по которому ежегодно перевозится до 280 млн. т грузов, среди которых нефть и нефтепродукты (НиНП) составляют 30 %. По подсчетам специалистов, риск аварий нефтеналивных составов, сопровождающихся пожарами и залповыми выбросами ЗВ, превышает приемлемый уровень.

При горении НиНП в воздух выбрасывается широкий спектр токсичных химически агрессивных веществ, среди которых по экологической опасности выделяются оксиды углерода, азота и серы, сажа, бенз(а)пирен, пятиокись ванадия, цианистый водород и многие другие. В воздушной среде эти вещества подвергаются трансформации с образованием еще более опасных соединений, переносятся на значительные расстояния и абсорбируются водной поверхностью, создавая серьезные экологические проблемы в Южно-Байкальском регионе.

В отличие от выбросов стационарных источников аварийные залповые выбросы трудно учитывать. Еще сложнее проводить инструментальные замеры непосредственно в очаге поражения. Поэтому разработка научных основ прогностической оценки загрязнения воздуха над акваторией оз. Байкал при авариях нефтеналивных составов, – весьма важная и актуальная задача. Необходимость ее решения подтверждается тем, что за последние 15 лет на ВСЖД произошло 6 крупных аварий нефтеналивных составов, сопровождавшихся пожарами и залповыми выбросами ЗВ. Две из них возникли непосредственно в регионе Южного Байкала (ст. Рассоха, 1994 г., ст. Ангасолка, 1999 г.).

Основная идея работы заключается в том, что экологические последствия залповых выбросов ЗВ при авариях нефтеналивных составов на Байкальском участке ВСЖД соизмеримы с воз-