



Научно-методический  
журнал

**№ 1  
(70)**

(январь — март)  
**2013**

**УЧРЕДИТЕЛИ:**

**Министерство  
образования и науки  
Российской  
Федерации**

**Правительство  
Республики  
Мордовия**

**ФГБОУ ВПО  
«Мордовский  
государственный  
университет  
им. Н. П. Огарёва»**

**Издаётся с января  
1996 года**

**Выходит 1 раз  
в квартал**

**Адрес редакции:  
430005, г. Саранск,  
ул. Большевикская, 68**

**Телефон:  
(834-2) 48-14-24**

**Факс:  
(834-2) 48-14-24**

**е-mail:  
inted@mail.ru  
inted@adm.mrsu.ru  
<http://edumag.mrsu.ru>**

**Подписной индекс  
в каталоге Агентства  
«Роспечать» 46316**

#### **РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ**

**С. М. Вдовин** (главный редактор) · **Г. А. Балыхин** · **Н. В. Бычков**  
**С. В. Гордина** (отв. секретарь) · **Б. А. Жигалев** · **В. В. Кадакин**  
**В. В. Конаков** · **Л. П. Кураков** · **В. Л. Матросов** · **Т. В. Машарова**  
**Н. П. Макаркин** · **Г. В. Мерзлякова** · **И. А. Носков**  
**С. В. Полутин** (зам. главного редактора) · **Н. Е. Фомин**  
**Е. В. Чупурнов**

#### **ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ**

**В. П. Андронов** · **В. М. Арсентьев** · **О. Г. Беломоева**  
**Н. И. Воронина** · **Ю. А. Елисеева** · **М. И. Ломшин** · **Н. И. Мешков**  
**Н. И. Наумкин** · **Е. А. Неретина** · **В. А. Писачкин** · **Г. И. Саранцев**  
**Ю. Н. Сушкова** · **А. А. Сычев** · **А. Б. Танасейчук**  
**В. П. Фурманова** · **В. В. Шигуров**

#### **СОДЕРЖАНИЕ**

##### **Модернизация образования**

- Е. А. Неретина, А. Б. Макарец.** Использование интегрированных маркетинговых коммуникаций в продвижении образовательных услуг вуза ..... 3
- Г. М. Борликов, Б. К. Салаев, С. Н. Ботова.** Формирование инновационной инфраструктуры регионального вуза как фактор устойчивого развития региона ..... 12
- В. С. Аbruков, Л. Г. Ефремов, И. Г. Кошечев.** Возможности создания системы поддержки принятия решений и управления вузом с помощью аналитической платформы Deductor ..... 17

##### **Академическая интеграция**

- Е. Д. Кормишкин, О. С. Саушева.** Специфика формирования профессиональной компетентности у студентов специальности «Экономическая безопасность» ..... 24
- Е. А. Перминов.** Роль математизации наук в интеграции математической и методической подготовки будущих учителей ..... 29
- А. С. Иванцев, И. В. Маняев, Н. С. Соболев, А. В. Сульдин.** От специалиста к бакалавру без снижения уровня знаний ..... 35
- Ч. Б. Миннегалиева.** Некоторые проблемы применения дистанционных образовательных технологий ..... 39
- О. В. Глазкова.** Развитие навыков исследовательской работы студентов на занятиях лабораторного практикума по общей химии ..... 44

##### **Психология образования**

- Ф. Г. Мухаметзянова, А. Ш. Яруллина, В. Р. Вафина, Г. К. Бисерова.** Феномен субъектности студента вуза как индикатора интеграции психологии и педагогики ..... 47
- Е. Н. Руськина.** Исследование возможностей подготовки студента — будущего тренера к развитию психологической безопасности субъекта спортивной деятельности ..... 53
- В. В. Потапова.** Культурная диссинхрония психического развития интеллектуально одаренных подростков ..... 55

**Интеграция образования и воспитания**

<b>С. И. Федорова.</b> Обращение к героическому прошлому — важная доминанта современного общества (по данным социологического исследования) .....	60
<b>Й. Н. Ганиева.</b> Воспитательная компетентность преподавателя вуза (на примере вуза сельскохозяйственного профиля) .....	64
<b>Ж. В. Шарафуллина, С. А. Уланова.</b> Средовой подход к здоровьесбережению школьников: проблемы и перспективы .....	71

**Социология образования**

<b>В. В. Монаков.</b> Тенденции развития правового нигилизма в среде российской молодежи (по результатам социологического исследования) .....	77
<b>О. Г. Прошкина.</b> Образование как главный фактор в развитии профессии менеджера (по материалам социологического исследования) .....	82

**Информатизация образования**

<b>В. Н. Гузнев.</b> Применение информационных технологий в графических дисциплинах технического университета .....	86
<b>Е. М. Гусакова.</b> Электронная интерактивная доска: программное обеспечение и технические характеристики, влияющие на эффективность обучения .....	89
<b>Е. В. Полугина.</b> Нормативные и правовые аспекты проектирования автоматизированных библиотечно-информационных систем и их изучение студентами вуза .....	93

**Непрерывное образование**

<b>Ж. Г. Гаранина.</b> Личностно-профессиональное саморазвитие специалистов социологической сферы в процессе получения дополнительного профессионального образования .....	99
<b>Т. И. Лексина.</b> Организация и качество обучения по охране труда .....	104

**Филологическое образование**

<b>О. А. Зайцева.</b> Формирование у старшеклассников теоретико-литературных понятий в процессе изучения драматических произведений .....	108
<b>О. В. Федотова.</b> Интеграция этико-правовых технологий в практической деятельности регионального журналиста .....	113

**Рецензии, отзывы, информация**

Региональному учебному округу при Мордовском государственном университете им. Н. П. Огарева — 20 лет .....	118
--	-----

---

Журнал входит в Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук

---

Редактор *Е. С. Руськина*. Корректор *Е. С. Суркова*. Компьютерная верстка *И. А. Пакишиной*.  
Информационная поддержка *Р. В. Карасева*. Перевод *С. И. Янина*

Журнал зарегистрирован в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № 77—14191 от 20.12.02.  
Территория распространения — Российская Федерация

Подписано в печать 29.03.13. Формат 70 × 108 1/16. Усл. печ. л. 11,90. Тираж 500 экз. Заказ № 1265

Редакция журнала «Интеграция образования». 430005, Саранск, ул. Большевикская, 68

Отпечатано в ГУП РМ «Республиканская типография „Красный Октябрь“».  
430005, Саранск, ул. Советская, 55а

## МОДЕРНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 378.014.3:339.13

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВУЗА

*Е. А. Неретина (Мордовский государственный  
университет им. Н. П. Огарева),*

*А. Б. Макарец (Саровский физико-технический институт  
НИЯУ «МИФИ»)*

Обосновывается необходимость использования концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций в продвижении образовательных услуг высшего учебного заведения. Проводятся систематизация и классификация современных маркетинговых инструментов и технологий, формирующих коммуникационный потенциал вуза, имеющий важное значение для реализации его маркетинговых стратегий.

*Ключевые слова:* продвижение; образовательные услуги; интегрированные маркетинговые коммуникации; коммуникационная политика вуза; маркетинговые инструменты; проектный маркетинг.

Высшие учебные заведения России все больше испытывают на себе воздействие факторов глобализации социально-экономических процессов, роста конкуренции на рынке образовательных услуг и труда, ограниченности ресурсов, изменения требований потребителей и др. За последние десять лет существенно изменился ландшафт российского рынка образовательных услуг: появились новые агенты и форматы обучения, усилилась конкуренция между вузами за потребителей, существенно изменились требования работодателей к уровню и качеству образования выпускников. К тому же эти процессы протекают на фоне изменения государственной политики в области высшего профессионального образования и все большей интеграции российских вузов в международное образовательное пространство. В связи с этим перед вузами остро стоят проблемы их жизнеспособности и устойчивости.

Высшие учебные заведения РФ вынуждены направлять значительные усилия на изучение рынков труда и образовательных услуг, на разработку конкурентных стратегий. Это, в свою очередь, требует формирования эффективных систем продвижения образовательных услуг, адекватных их коммуникационной политике. Не случайно многие вузы в последнее десятилетие стали брать на во-

оружение современные концепции маркетинга: маркетинг взаимоотношений, CRM (управление взаимоотношениями с потребителями), маркетинг 3:0. В рамках данных концепций акцент делается на налаживании длительных взаимоотношений не только с потребителями, но и с другими деловыми партнерами и контактными аудиториями.

Использование маркетинга в сфере высшего профессионального образования имеет значительную специфику, обусловленную прежде всего доверительным характером образовательных услуг [3, с. 16]. Кроме того, в отличие от предприятий производственной сферы и учреждений сферы услуг у вуза имеется ряд важных особенностей:

- нацеленность на преобразование личности потребителя, приращение ценности человека как личности, работника и гражданина (немногие сферы деятельности могут претендовать на столь высокую роль);

- активное вовлечение потребителей в процессы оказания и получения образовательных услуг;

- высокая интенсивность контактов производителя и потребителя образовательной услуги;

- отсроченность (лаг) оценки результатов обучения до применения знаний и навыков в практической деятельности, а