

щих поколений. Кто хочет быть алкоголиком – у того будет судьба алкоголика с осложнениями, которые имеет алкоголик в перспективе. Кто хочет быть нейтралом – тот будет в своей судьбе бездействовать, будет ждать, что кто-то вместо него должен сделать шаги нравственных прогрессий, вместо него расти с возрастом, работать и жить. Бездействующие – это помощники различных инфекций информационных: духовных, душевных, физических. Бездействующие приравниваются к безнравственно действующим потому, что являются почвой для безнравственной работы и разрушений.

Только нравственно живущие будут иметь нравственную эволюцию судьбы независимо от окружающих. Это о нравственных говорится: “Спасен один и подле него спасутся тысячи и род его спасётся”. Судьба нравственного строго вертикальна без мучеников, без мучений, без мучителей. Судьба нравственных всегда счастливая, направленно растет от младшего к старшему вертикально вверх. Каждое творение в своей эволюции становится Нравственным Бессмертным Истинным Творцом, у которого не было и не будет грехов и недостатков. Если логически подходить, рассмотрев свой палец, то получается, что у пальца нет грехов, также нет грехов и в организме. Нет грехов в погоде, в природе, в растениях, в минеральном мире, и в других сотворениях Истинно Нравственных Сотворителей.

Грехи появились тогда, когда творение начало отставать в развитии. Когда взрослые ведут себя как маленькие. Само поведение во взрослом физическом теле, с желанием стать и действовать как маленькие, оставаться маленькими во взрослом возрасте – является грехом! Взрослый по паспорту, а по уму ребенок от безграмотности или от воздействия на него безнравственных окружающих, которые заставляли его быть грешником, чтобы посмеяться над его высшим родом – это является преступлением перед Высшими. Это сделано специально для того, чтобы грешники чувствовали себя несчастными, беспомощными. С другой стороны кто-то захотел, чтобы грешник почувствовал лжепомощь со стороны и сдавал грехи свои “козлам отпущения” и другим лицам, как донор сдает кровь. Передача грязи другим является своеобразной порчей. Об этом со временем будет говорить наука.

По логике каждый сам должен отвечать за свои действия и исправить себя и окружающих без негативных посредников, желающих взять то, что им не принадлежит. Каждый, считающий себя грешником, должен развиваться по возрасту, тогда некогда будет ему считать грехи у себя и у других потому, что его судьба полна нравственных естественных дел с эволюцией от младшего к старшему. Не забывайте, что любое творение в своей эволюции должно стать Истинным Мудрым Сотворителем. Для взрослых действия ребенка и его грехи – всегда исправимы, поэтому, если вы осознали, что сделали безнравственные поступки – максимально исправите.

Каждый ребенок, который делает первые нравственные шаги может иметь шаткую походку, падать, но снова должен подняться и идти нравственными Высшими шагами с нравственной Высшей эволюцией естественным путем. Тогда со стороны лучше будет видно, кто толкнул творение для сотворения грехов и кто сделал истинного безгрешного ребенка грешником. У каждого ребенка с рождения были пеленки, негативный опыт из-за того, что кто-то хотел посмеяться над ним, над его возрастом или свои безнравственные поступки “свалить” на малолетних, чтобы укрепить в его сознании, что он грешник – родился для грехов и, что нравственная жизнь не для него, а для каких-то избранных. Чтобы творение не смело думать, что речь идет об избранности каждого творения, что каждый обязан жить нравственно потому, что каждый избран Сотворителями для Высших нравственных дел без пороков, без болезней и без смерти, чтобы стать Истинным Сотворителем на своем родном счастливом уровне.

Если речь идет от том, какая должна быть судьба у каждого творения, то можно ответить, что судьба творения – это судьба Истинного Творца и от каждого зависит, долго ли он будет проходить эту судьбу, или сразу жить так, чтобы каждым творением гордились окружающие, страна и все Нравственно Мудрые Высшие, независимо от национальности, от вероисповедания, от возраста. Не независимо от количества предыдущих грехов каждый должен эволюционировать и выполнять свою Мудрую Функцию с любовью, с радостью, без желания падать, без желания стать нечистой силой, без желания вредить себе и окружающим.

### *Экономические науки*

#### **МАРКЕТИНГОВАЯ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ**

Муратов В.С., Морозова Е.А.

*Самарский государственный технический  
университет, Самара, e-mail: muratov1956@mail.ru*

Маркетинг при реализации образовательных программ (ОП) предусматривает система-

тическую деятельность по разработке и реализации мероприятий по улучшению имиджа ОП; взаимодействию с потребителями образовательных услуг и научно-технической продукции; позиционированию ОП на рынках образовательных услуг, научно-технической продукции и рынке труда; анализу показателей критериев системы обеспечения качества проектирования

и реализации ОП на основе полученных требований потребителей; оценке и анализу удовлетворенности потребителей.

Субъекты маркетинга являются открытыми системами, что для маркетинга в образовании выражено в значительно большей степени, чем в большинстве других сфер его применения. Это находит свое выражение в ряде принципов реализации маркетингового подхода. Заключаемые новая сделка, контракт, должны приносить прибыль или другие блага не только их участникам, но и обществу в целом. В цель маркетинга при этом включается социально значимый внешний эффект. Такой эффект образовательных сделок – повышение уровня образованности населения, следующий за этим рост благосостояния, снижение социальной напряженности и др.

В рамках системы менеджмента качества университета [1-4] должна проводиться оценка, как в рамках ОП: разрабатывается политика маркетинга, как деятельность планируется и реализуется; анализируются и обсуждаются результаты маркетинговой деятельности; используются результаты анализа и обсуждения маркетинговой деятельности; обеспечивается удовлетворенность потребителей.

Проверка, оценка и обсуждение маркетинговой деятельности предусматривает анализ достигнутой результативности маркетинговых мероприятий, заключений независимых экспертов служб ректората, мнений студентов, их родителей и будущих работодателей.

Предложены три уровня оценки маркетинговой деятельности при реализации ОП. Для первого (низшего уровня) характерно следующее. Процедура маркетинга регламентируется методологической инструкцией системы менеджмента качества университета, документирована на уровне внутривузовских документов и реализуется. В рамках ОП осуществляется эпизодическое изучение и учет отдельных групп потребителей и других заинтересованных сторон к предоставляемым образовательным и научным услугам. Рекламная деятельность по ОП проводится в основном на уровне структурных подразделений (факультеты, кафедры). На уровне университета функционирует WEB – сервер,

где имеется информация по ОП, позволяющая получать ответы на вопросы, связанные с содержанием ОП. Для ОП разрабатывается единая политика по формированию системы маркетинга, ориентированная на рынки научных, образовательных услуг, рынок труда.

Для второго уровня дополнительно присущи следующие признаки. В рамках ОП сформулирована и проводится единая политика по формированию системы маркетинговых исследований рынка научных, образовательных услуг и рынка труда. Анализируются все мнения заинтересованных сторон. Регулярно проводятся проверки деятельности по процессу маркетинга. По выявленным несоответствиям предпринимаются корректирующие действия. По результатам маркетинговых исследований вносятся изменения в структуру подготовки по ОП, содержание вузовского компонента ОП, рекламную деятельность.

Для третьего (высшего) уровня характерно. Учитываются все требования заинтересованных сторон. Видение образования по ОП разделяется всеми заинтересованными сторонами и ориентировано на общество. ОП согласована с основными потенциальными работодателями, органами сертификации, что документировано. В рамках маркетинговых исследований проводится анализ тенденций развития общества и зарубежного опыта. Предпринимаются предупреждающие действия.

Разработана квалиметрическая таблица для оценки деятельности по реализации процесса маркетинга в модели обеспечения качества проектирования и реализации ОП.

#### Список литературы

1. Муратов В.С., Морозова Е.А. Процесс постоянного улучшения в системе менеджмента качества образовательного процесса в вузе // Успехи современного естествознания. – 2005. – № 7. – С.72-73.
2. Муратов В.С., Морозова Е.А. Гарантии качества европейского высшего образования // Успехи современного естествознания. – 2008. – №7. – С.55.
3. Муратов В.С., Морозова Е.А. Принципы маркетинга в образовании, присущие открытым системам // Современные наукоемкие технологии. – 2009. – №12. – С.68.
4. Муратов В.С., Морозова Е.А. Качество подготовки специалистов товароведов с учетом требований болонской системы // Фундаментальные исследования. – 2007. – №6. – С.96.

*«Проблемы экологического мониторинга»,  
Италия (Рим+Венеция), 20–27 декабря 2015 г.*

#### Педагогические науки

#### О ВАЖНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ ЛИЧНОСТИ

Стукаленко Н.М., Коптелова С.С.  
Кокшетауский государственный университет им.  
Ш. Уалиханова, Кокшетау, e-mail: nms.nina@mail.ru

На современном этапе модернизации образовательных систем, в условиях их интегра-

ции в мировое образовательное пространство, ориентированное на сохранение благоприятной природной среды в целях устойчивого развития общества и повышения уровня экологической культуры в целом, необходимо уделять особое внимание профессиональной подготовки педагогов, формирующих новое экологическое сознание подрастающего поколения. Между-