

ни сможет способствовать формированию готовности выстраивать межкультурное поведение адекватно изученной специфике.

Библиографический список

1. Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб., 2009.
2. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин. М., 2009.

Э.В. Пешина, Н.А. Истомина, А.П. Анкудинова
(Уральский государственный
экономический университет)

**ИНФОРМИРОВАНИЕ АБИТУРИЕНТОВ
КАК ПРИНЦИПИАЛЬНОЕ УСЛОВИЕ
ПРАВИЛЬНОГО ВЫБОРА НАПРАВЛЕНИЯ (ПРОФИЛЯ)
ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРА**

Внедрение в российскую образовательную практику поставило перед абитуриентами, поступающими в высшие учебные заведения, достаточно сложную проблему: как сориентироваться в огромном множестве предлагаемых вузами и направлений подготовки, и профилей в рамках направлений.

При этом если в отношении выбора профиля подготовки проблема выбора решается относительно безболезненно (в большинстве случаев поступающий более или менее четко представляет себе, что он хотел бы изучать: экономику или юриспруденцию, технические или гуманитарные предметы), то выбор направления подготовки значительно осложняется. Если раньше вузы предлагали достаточно четкое разделение, поступающий выбирал специальность, например «Финансы, денежное обращение и кредит», «Экономика и управление на предприятии», «Региональная и муниципальная экономика», то с момента введения в действие требований ФГОС на выбор предлагаются направления, например, вместо всех специальностей – одно направление «Экономика».

Зачастую абитуриенты, а затем и студенты не представляют, что в дипломе у них будет указано только направление подготовки «Экономика», а не как было принято ранее – специальность. Выбор профиля внутри направления осуществляется не так осознанно, как раньше. Имеет место проблема сопоставления ранее принятых специальностей и новых направлений и профилей, причем сопоставления не на уровне глобальных документов, а на уровне представления о них обычного вчерашнего школьника и его родителей.

В этих условиях перед приемными комиссиями вузов, обладающих значительными информационными ресурсами, стоит несколько важных задач:

1) представление сведений о направлениях и профилях подготовки максимально доступным и наглядным образом; прежде всего, активное использование информационных ресурсов, сети Интернет; все сведения любой поступающий должен легко найти на сайте вуза;

2) проведение информационно-разъяснительной работы в различных направлениях, в том числе в среде педагогов общеобразовательных школ, по вопросам преемственности образовательных программ высших учебных заведений;

3) повышение уровня подготовки сотрудников приемных комиссий, которое должно обеспечить объективное предоставление информации обо всех направлениях и профилях, о различиях между профилями, исключаящие ситуации предвзятости и заведомой заинтересованности в наборе на определенный профиль (направление) подготовки;

4) использование в качестве участников данного процесса студентов 1–4-го курсов уже функционирующих в вузе профилей, которые могут достоверно и объективно разъяснить преимущества и специфику предметов того или иного профиля.

Информационная грамотность абитуриентов – это обязательное условие их объективного выбора, который, в свою очередь, обеспечит конкурентоспособность направления (профиля) на рынке и его привлекательность в долгосрочной перспективе.