

## **ВОЗМОЖНОСТИ МЕТОДИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

**Ганаева Е.А.<sup>1</sup>, Масловская С.В.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет», Оренбург, e-mail: [elganaeva@mail.ru](mailto:elganaeva@mail.ru)

В данной статье рассматривается проблема формирования управленческой компетентности руководителей образовательных организаций на основе методического маркетинга. Обосновывается идея о том, что эффективность и качество современного образования зависит не столько от качества рынка образовательных услуг, сколько от качества подготовки специалистов в области управления. Авторы утверждают, что современная ситуация в сфере образования показывает, что руководители образовательных организаций транслируют различные уровни сформированности управленческой компетентности, что требует дифференцированного подхода к обучению в системе дополнительного профессионального образования, а также эффективного использования ресурсов методического маркетинга для проектирования индивидуальной стратегии профессионального роста руководителя образовательной организации. Целью статьи является определение возможностей методического маркетинга в формировании профессиональной компетентности руководителей образовательных организаций в системе дополнительного профессионального образования. Основными методами исследования стали анализ теоретических источников изучения проблемы, диагностика и анализ управленческой компетентности руководителей образовательных организаций в системе дополнительного профессионального образования. Понятие «методический маркетинг в системе дополнительного профессионального образования» авторами используется как взгляд на деятельность с точки зрения непосредственного потребителя продукта этой деятельности, благодаря потребности которого возможно создание товара (образовательной услуги) как потребительской ценности.

Ключевые слова: профессиональная компетентность руководителя; методический маркетинг; инструменты методического маркетинга; диагностика профессиональной компетентности руководителя образовательной организации.

## **POSSIBILITIES OF METHODOLOGICAL MARKETING IN FORMING PROFESSIONAL COMPETENCE OF HEADS OF EDUCATIONAL ORGANIZATIONS**

**Ganaeva E.A.<sup>1</sup>, Maslovskaya S.V.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Orenburg State Pedagogical University (OSPU), Orenburg, e-mail: [elganaeva@mail.ru](mailto:elganaeva@mail.ru)

This article deals with the problem of forming managerial competence of heads of educational organizations based on methodical marketing. The idea that efficiency and quality of modern education depends not so much on the quality of the market of educational services as on the quality of training of specialists in the field of management is substantiated. The authors state that the current situation in the sphere of education shows that the heads of educational organizations broadcast various levels of managerial competence, which requires a differentiated approach to training in the system of additional professional education, as well as the effective use of methodical marketing resources for designing an individual strategy for professional growth of the head of an educational organization. The purpose of the article is to determine the possibilities of methodical marketing in the formation of professional competence of heads of educational organizations in the system of additional professional education. The main research methods were the analysis of theoretical sources of the study of the problem; diagnostics and analysis of managerial competence of heads of educational organizations in the system of additional professional education. The concept of methodical marketing in the system of additional vocational education is used by authors as a view of activity from the point of view of the direct consumer of the product of this activity, thanks to the need of which it is possible to create a commodity (educational service) as a consumer value.

Keywords: professional competence of the head; methodical marketing; tools of methodical marketing; diagnostics of professional competence of the head of the educational organization.

Устойчивое развитие современного сектора экономики определяется качеством системы непрерывного образования, что обуславливает особое внимание государства и

общества к повышению его качества. Эффективность и качество современного образования зависит от качества рынка образовательных услуг, а также от качества подготовки специалистов в области управления. Устойчивое развитие образовательной организации, формирование ее конкурентоспособности и позитивного имиджа диктует необходимость в руководителе, обладающем не только предметной, педагогической, методической, но и управленческой компетенцией [1, с. 7].

Следует отметить, что современная ситуация в сфере образования показывает, что руководители образовательных организаций транслируют различные уровни сформированности управленческой компетентности, что требует дифференцированного подхода к обучению в системе дополнительного профессионального образования, а также эффективного использования ресурсов методического маркетинга для проектирования индивидуальной стратегии профессионального роста руководителя образовательной организации [2, с. 75].

По мнению В.А. Ковалева, к ключевым проблемам системы дополнительного профессионального образования следует отнести:

- низкий уровень взаимодействия системы дополнительного профессионального образования и непосредственных потребителей образовательных услуг;
- недостаточную информированность системы дополнительного профессионального образования об образовательных запросах потребителей;
- недостаточно выраженный уровень определения ценности субъекта рынка образовательных услуг;
- неясность качественных характеристик и содержания ценности потребителя как субъекта образования [3, с. 4].

Целью статьи является определение возможностей методического маркетинга в формировании профессиональной компетентности руководителей образовательных организаций в системе дополнительного профессионального образования. Основными методами исследования стали анализ теоретических источников изучения проблемы; диагностика и анализ управленческой компетентности руководителей образовательных организаций в системе дополнительного профессионального образования.

Ориентация на перспективу в компетентностном подходе предполагает возможность построения субъектом профессионального развития индивидуальной траектории профессионального роста как в профессиональном, так и в личностном плане. Компетентность на уровне субъекта связана с установкой на непрерывное образование и проявляется в его способности на основе объективной оценки собственных возможностей осуществлять выбор в конкретной профессиональной и личностной ситуации [4, с. 6].

По мнению Д. Мак-Клелланда, компетенции, выступающие как ключевые характеристики субъектов труда, должны быть измеряемы и давать возможность различать работников по качеству демонстрируемых ими результатов [5, с. 56]. Компетенция является обобщенной характеристикой необходимых способов действий, которые обеспечивают эффективное исполнение определенных профессиональных функций, и характеризуется установленной совокупностью знаний, умений и опыта. Способность к деятельности выступает ядром компетенции. Структуру компетенций составляют когнитивный (знаниевый), мотивационный (ценностно-смысловой), операционально-технологический и личностный компоненты.

Эффективность управленческой деятельности зависит от управленческой подготовки персонала, от уровня выраженности профессиональной компетентности менеджеров. Позитивными характеристиками современного управления являются следующие показатели:

- направленность на рост эффективности организации;
- ориентация на достижение намеченного результата деятельности;
- способность определять риски, а также пути их преодоления и предупреждения;
- использование возможностей для корректировки целей организации в зависимости от изменяющихся условий;
- опора на инновационные идеи в управлении и развитии организации;
- способность использовать и применять возможности информационных технологий в процессе принятия управленческих решений и мониторинга ситуации;
- ориентация на принятие нестандартных управленческих решений в интересах развития и эффективности организации.

В настоящее время вступил в действие механизм государственного регулирования практики разработки, применения и утверждения профессиональных стандартов. Разработаны документы для совершенствования государственной социальной политики, для реализации которых были установлены соответствующие механизмы и правила их применения, утверждения и разработки. Профессиональный стандарт, обеспечивая актуальный уровень требований к профессиональной деятельности, строится на функциональном анализе трудовой деятельности и подлежит постоянному обновлению и мониторингу.

Практическая значимость профессионального стандарта в системе дополнительного профессионального образования руководителей образовательных организаций заключается в:

- формировании единых требований к профессиональному образованию и проектированию модульных программ обучения, основанных на компетенциях;

– обеспечении необходимого качества дополнительного профессионального образования, подготовки и переподготовки руководителей образовательных организаций на основе единых требований к трудовым функциям;

– разработке механизмов оценки обучающихся в системе дополнительного профессионального образования в ходе аттестационных процедур.

В системе дополнительного профессионального образования разрабатываются диагностические методики, определяющие профессиональные дефициты руководителей образовательных организаций. В качестве критериальной основы создания диагностического инструментария используется функциональная карта профессиональной деятельности руководителя образовательной организации (таблица), разработанная в соответствии с проектом Профессионального стандарта руководителя образовательной организации, разработанным Российским университетом дружбы народов (РУДН) [6].

**Функциональная карта профессиональной деятельности  
руководителя образовательной организации**

<b>Управление организацией и ее развитием</b>	<b>Управление проектами (процессами) в организации</b>	<b>Управление технологиями в организации</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•разрабатывает общую стратегию организации;</li><li>•организовывает разработку и развитие организационной структуры;</li><li>•минимизирует риски изменения позиции организации на рынке образовательных услуг;</li><li>•формирует эффективный стиль собственного поведения и поведения членов команды для осуществления изменений в организации;</li><li>•планирует изменения в образовательной организации</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•реализовывает стратегию развития организации;</li><li>•управляет маркетинговой деятельностью организации;</li><li>•утверждает и осуществляет контроль систем мотивации и стимулирования ключевых работников;</li><li>•руководит изменениями и инновациями в деятельности образовательной организации</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•определяет способы и пути продвижения миссии, целей, политики, культуры и ценности образовательной организации в ее внутренней и внешней среде;</li><li>•планирует ресурсы для выполнения задач;</li><li>•создает и поддерживает эффективную систему контроля деятельности подразделения;</li><li>•руководит аттестацией и профессиональным обучением педагогических работников;</li><li>•оценивает изменения в образовательной организации</li></ul>

В условиях возрастающей конкуренции в сфере дополнительного профессионального образования возникает необходимость в выработке новых позиций на рынке образовательных услуг, постоянное повышение качества образования, создание привлекательного имиджа образовательной организации. Лидирующие позиции в сфере дополнительного профессионального образования могут достигаться различными

способами: эффективностью образовательной деятельности, созданием инновационных образовательных систем, ориентацией как на выполнение государственного заказа, так и на удовлетворение непосредственных потребностей образовательных услуг – руководящих и педагогических работников региона.

Новым импульсом развития современной системы дополнительного профессионального образования становится методический маркетинг как ключ к достижению новых результатов (Ф. Котлер), дальнейшему совершенствованию и обретению новых качеств. Понятие «методический маркетинг в системе дополнительного профессионального образования» нами используется как взгляд на деятельность с точки зрения непосредственного потребителя продукта этой деятельности, благодаря потребности которого возможно создание товара (образовательной услуги) как потребительской ценности.

Образовательный маркетинг, по мнению П. Брекельманса, является неотъемлемой частью деятельности любой образовательной организации для обеспечения необходимого соответствия качества образования и запросов потребителей. Его направленность на создание, оценку и внедрение образовательных программ обеспечивает условия для создания ситуации взаимодействия, взаимообмена между образовательной организацией и основными заказчиками образовательных услуг для реализации стратегических задач образовательной организации [7, с. 125].

Д. Крэвенс, характеризуя маркетинг через специфику его функциональных областей, определяет в нем следующую процессуальную структуру: работа с маркетинговой информацией (сбор, анализ) → принятие решений (маркетинг-микс) → исполнение решений (наблюдение и контроль за получаемыми результатами). Особое внимание Д. Крэвенс обращает на значение анализа изменений потребительского спроса, что дает возможность быстро трансформировать систему для создания конкурентных преимуществ. Особую функциональную нагрузку здесь несет маркетинг-микс как совокупность необходимых инструментов (определение продукта, его распределение, продвижение, цена) для обеспечения согласованных воздействий на рынок [8].

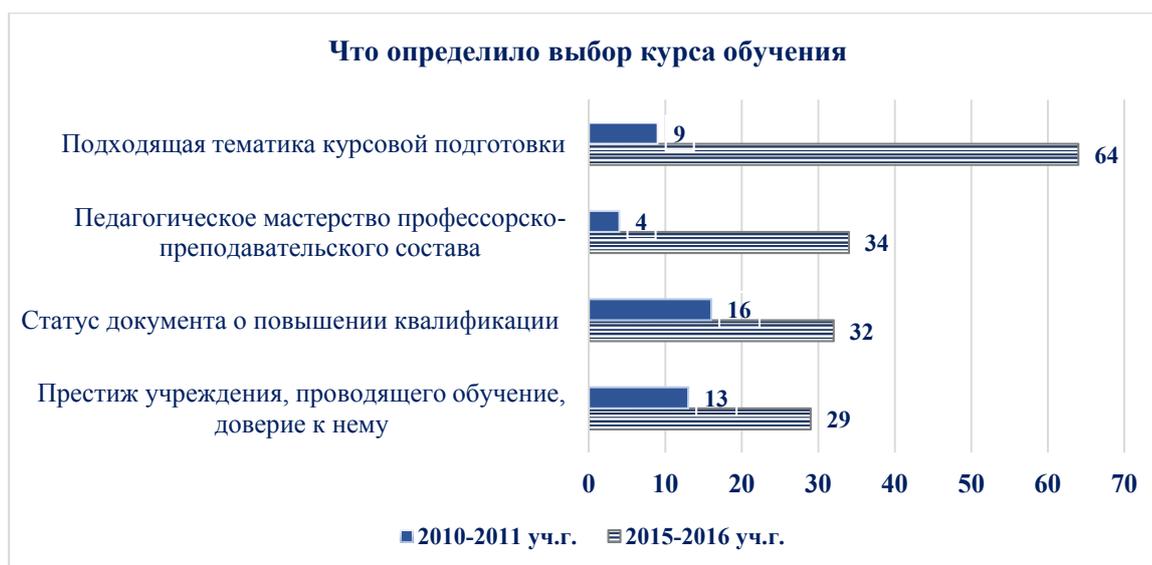
П. Друкер считает, что функциональное содержание маркетинга не является единственным его составляющим. Как утверждает исследователь, маркетинг становится всеобъемлющим понятием. Здесь необходимо вести речь о расширении философии маркетинга, где главной идеей выступает мысль о том, что удовлетворение потребительского спроса есть наиболее эффективный способ для достижения успеха организации. Так, выработка организацией маркетинговой философии дает ей возможность прогнозировать изменяющиеся потребности, оперативно реагировать на них, прогнозировать новые

изменения, новые потребности [9].

Методический маркетинг мы определяем как процесс формирования портфеля методических инноваций в деятельности методических структур, который обеспечит качественный методический продукт для удовлетворения требований потенциальных заказчиков образовательных услуг в будущем и в настоящем, учитывает функциональные особенности образовательного процесса, обеспечивает профессиональную конкурентоспособность субъектов образования, гарантирует развитие и сохранение институциональной специфики и преимуществ образовательной организации.

Интегрированный подход к управлению современной образовательной организацией опирается на идею о том, что традиционный подход к управлению на основе целей в современных условиях дополняется управлением на основе ценностей. Р. Бояцис, М. Мескон, М. Харви раскрывают особенности ценностных оснований управления, связывая их с ценностью персонала и ценностью ресурсов [10-12].

Следует отметить, что управление на основе ценностей обеспечивает наиболее действенное распределение ограниченной ресурсной базы организации и может быть осуществлено на основе управления ценностями или на основе управления ценностью потребителей, которые рассматриваются нами в качестве важнейшего ресурса и актива организаций, связанных со сферой услуг. Таким образом, наиболее важными условиями реализации данного интегрированного подхода к управлению образовательной организацией на основе методического маркетинга являются: формирование организационной культуры образовательной организации для создания благоприятной образовательной среды ОО; проектирование дизайна образовательной услуги, определяющегося желаниями и требованиями потребителей с учетом их индивидуального запроса; осуществление управления образовательной организацией, ориентированного на потребителей, заказчиков образовательных услуг.



*Рис. 1. Мотивационные факторы обучения руководителей образовательных организаций в системе повышения квалификации*

Мониторинговые исследования, проводимые Институтом повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования, свидетельствуют о том, что маркетинговые исследования, связанные с изучением мотивационных факторов обучения руководителей образовательных организаций, а также профессиональных запросов к системе повышения квалификации, дают возможность для дальнейшего повышения качества образовательного процесса в системе дополнительного профессионального образования, а также способствуют повышению уровня управленческой компетентности руководителей образовательных организаций (рис. 1) [12].

Инструментарием для измерения управленческой компетентности руководителей образовательных организаций выступала входная диагностика (собеседование); текущий контроль (проектная деятельность руководителей ОО, тренинги, деловые игры, регламентированная дискуссия); итоговая аттестация; мониторинг качества образовательного процесса в системе дополнительного профессионального образования.

Итоговая диагностика показала, что у большинства руководителей сформировано современное понимание режимов функционирования и развития ОУ, адекватное современным реалиям, а также приоритетным направлениям образовательной политики региона и РФ; в ходе обучения руководители продемонстрировали положительную динамику роста управленческой компетентности (рис. 2).

### Динамика роста профессиональной компетентности руководителей образовательных организаций в системе дополнительного профессионального образования

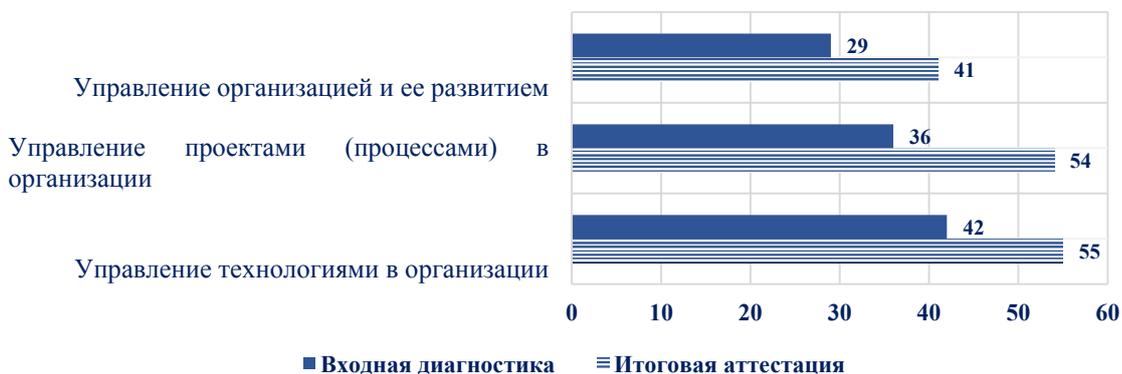


Рис. 2. Динамика роста профессиональной компетентности руководителей образовательных организаций в системе дополнительного профессионального образования

Формирование управленческой компетенции руководителей образовательных организаций средствами методического маркетинга в системе дополнительного профессионального образования требует персонифицированного и дифференцированного подхода. Эффективность данного процесса может быть обеспечена за счет тьюторского сопровождения руководителей образовательных организаций в системе дополнительного профессионального образования с учетом:

- опыта управленческой деятельности руководителя образовательной организации, а также специфики образовательной организации;
- профессиональных дефицитов, потребностей образовательных организаций и успешности в обучении;
- проектирования стратегии профессионального роста руководителя образовательной организации, обеспечивающей достижение позитивных результатов в соответствии с целями дополнительной профессиональной программы.

### Список литературы

1. Ганаева Е.А., Масловская С.В. Гуманитарное проектирование системы непрерывного образования руководителей образовательных организаций: монография. - Оренбург, 2017. – 192 с.
2. Масловская С.В., Мещерякова И.Н. Мониторинговые исследования качества дополнительного профессионального образования: социокультурный контекст // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. - 2016. - № 9. - С. 71-77.

3. Ковалев В.А. Потребитель как субъект рынка образовательных услуг: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. - Омск, 2014. - 24 с.
4. Островский А.В. Педагогическое сопровождение формирования управленческой компетенции кадров малого бизнеса в системе повышения квалификации: автореф. дис. ... канд. пед. наук. - М., 2016. - 24 с.
5. Спенсер Л.М., Спенсер С.М. Компетенции на работе. Модели максимальной эффективности работы / пер. с англ. - М.: НИРРО, 2005. - 384 с.
6. Об утверждении профессионального стандарта руководителя образовательной организации (управление в сфере образования): Проект Приказа Минтруда России (по состоянию на 01.10.2013) (подготовлен Минтрудом России) [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=PNPA&n=2368#0> (дата обращения: 15.04.2018).
7. Брекельманс П. Маркетинг // Управление в образовании: проблемы и подходы. Практическое руководство / под ред. П. Кастаньет, К. Ушакова. - М.: Сентябрь, 1995. - С. 123-145.
8. Cravens D.W. Strategic Marketing (3rd edn.). - Chicago: Irwin, 1991. - 247 с.
9. Друкер П. Эффективный руководитель. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. - 240 с.
10. Бояцис Р. Компетентный менеджер. Модель эффективной работы. - Ниppo, 2008. - 352 с.
11. Мескон М. Основы менеджмента / Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. - Изд. 3. - М.: Дело, 2006. - 720 с.
12. Масловская С.В., Мещерякова И.Н. Мониторинговые исследования качества дополнительного профессионального образования: социокультурный контекст // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. - 2016. - № 9. - С. 71-77.