

время, как традиционные взгляды юношей препятствуют реализации этих стремлений. Мужчинами не учитывается стремление девушек к самоактуализации, а предъявляются жесткие требования к женщине, как к хранительнице домашнего очага, матери.

Выявленные различия семейно-брачных установок мужчин и женщин, на наш взгляд, могут привести к снижению самооценки женщины, неудовлетворенности своим социальным статусом, положению среди более успешных в карьерном росте женщин, снижению уровня притязаний, депрессивным состояниям и невротическим расстройствам, и повлечь за собой непонимание между супругами, конфликты, неудовлетворенность браком и жизнью в целом, и как следствие – распаду семейно-брачных отношений.

Можно предположить, что при дальнейшем развитии ситуации подобным образом, женщинам все чаще придется делать выбор между семьей и карьерой, а интенсивная эмансипация женщин может привести к меньшей ориентированности женщины на семью, нежеланию иметь детей.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеев Б.Е. Об акцентуациях феминности-маскулинности // Российский психиатрический журнал. – 2002. – № 2. – С. 12-16.
2. Ажгихина Н. Гендерные стереотипы в современных масс-медиа // Гендерные исследования. 2000. – № 5. – С.261-273.
3. Бендас Т.В. Гендерная психология: Учебное посо-

бие, СПб.: Питер, 2005.

4. Голод И.С. Российское население сквозь призму гендерных отношений // Качество населения Санкт-Петербурга. – СПб., 1996.

5. Ильин Е.П. Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины. – СПб.: Питер, 2002.

6. Клецина И.С. Психология гендерных отношений. Автореферат дис. ... доктора психол. наук. – СПб., 2004. – 39 с.

7. Кон И.С. Меняющиеся мужчины в меняющемся мире: Гендерный калейдоскоп. – М.: Сфера, 2002. – 226 с.

8. Коновальчик Е.А., Смотрицкая Г.Е. Воспитание гендерной культуры учащихся. – Мн.: Национальный институт образования, 2008. – С. 14-16.

9. Скутнева С.В. Гендерные аспекты жизненного самоопределения молодежи // Социологические исследования. – 2004. – №11. – С. 73-78.

10. Темкина А.А., Здравомыслова Е.А. Социология гендерных отношений и гендерный подход в социологии // Социологические исследования 2000. – № 11. – С. 15-23.

11. Шустова Л.П. Подготовка педагогов к гендерному образованию и воспитанию детей // Современные проблемы науки и образования. 2009. – №2. – С. 98-100.

12. Брандт Г.А. Гендерные исследования в России: особенности и проблемы // Гендерные отношения в современной России. Самара: Самар. ун-т, 2003. URL: <http://www.liza.am/article/001.htm> (дата обращения: 29.11.2011).

#### MODERN STATE OF THE FAMILY AND MARRIAGE INSTITUTE IN RUSSIA: GENDER ASPECT

© 2014

*L.I. Doeva*, senior lecturer department of special psychology  
North-Ossetian State Pedagogical Institute, Vladikavkaz (Russia)

*Annotation:* The article is devoted to actual problem of gender. Presents trends and masculinization of women, and the feminization of men in the modern world. Discusses the impact of the gender views on family and marriage installation of modern youth and the distribution of roles in the family, their conditionality psychological floors.

*Key words:* gender, psychological gender, masculinity, femininity, androgyny, the stereotype, image, family and marriage installation, the role of the family.

УДК 378.14

#### ДИАГНОСТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВО-КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ РУКОВОДИТЕЛЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

© 2014

*И.А. Донина*, кандидат педагогических наук, доцент кафедры  
«Профессионального педагогического образования и социального управления»  
Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород (Россия)

*Аннотация:* В статье затронута актуальная проблема поиска методологических оснований проектирования процесса профессиональной подготовки будущих руководителей общеобразовательных организаций. В качестве теоретико-методологической основы автором рассматривается маркетингово-компетентностный подход, реализация которого предусматривает наличие диагностической системы оценки его эффективности.

*Ключевые слова:* Маркетингово - компетентностный подход, профессиональная подготовка, руководитель общеобразовательной организации, профессиональная компетентность, диагностическая система оценки эффективности.

Эффективная деятельность любой общеобразовательной организации во многом определяется профессионализмом, личной позицией и управленческими способностями ее руководителя. Изменения во внешней и внутренней среде общеобразовательных организаций требуют от руководителей школ особой компетентности в области стратегического управления и планирования в изменившихся условиях, усиления предпринимательской составляющей, способности решать проблему успешности возглавляемой общеобразовательной организации в условиях рыночной экономики.

Одним из средств повышения конкурентоспособно-

сти общеобразовательной организации выступает образовательный маркетинг [1-6], который представляется явлением весьма перспективным и по-своему уникальным. Маркетинговая политика образовательных учреждений в своей основе строится по общим принципам маркетинговой деятельности, но в силу особенностей образовательных услуг имеет ряд отличий. Чтобы осмыслить сущность маркетинга, необходимо проанализировать обширный комплекс требований, факторов и элементов, формирующих рынок образовательных услуг. Отсюда вполне очевидно, что знание основ маркетинга будет обеспечивать постепенное вхождение об-

разовательного учреждения в рынок образовательных услуг и способствовать в целом повышению эффективности управления.

Поскольку руководитель становится ключевой фигурой образовательной организации, это существенно влияет на характер подготовки образовательных менеджеров. Возникает вопрос: каково должно быть содержание образовательной программы и технологии ее реализации, а также диагностики оценки эффективности профессиональной подготовки будущих руководителей.

Изменения требований к современной школе и усиление в них составляющей, связанной со взаимодействием с потребителями образовательных услуг и общественностью, становлением принципов маркетинга в качестве ведущих также актуализируют поиск методологических оснований проектирования процесса профессиональной подготовки руководителей общеобразовательных организаций.

Безусловно, в практике накоплен определенный опыт подготовки руководителей, но в контексте обеспечения устойчивого успешного развития школ в условиях рыночной экономики он требует осмысления, поскольку магистрант, будущий менеджер общеобразовательной организации, должен быть готов к профессиональной деятельности, обеспечивающей высокую удовлетворенность потребителей образовательных услуг и высокое качество образовательного процесса, так и выполнение государственного заказа в соответствии с государственными стандартами.

Со вступлением России в Болонский процесс, с появлением новых государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) также происходят изменения в процессе профессиональной подготовки будущих руководителей общеобразовательных организаций в вузе. Внимание акцентируется не только на содержании образования, но и на результатах обучения студента, выраженных в виде компетенций, представляющих собой динамичную совокупность знаний, умений, навыков, способностей и личностных качеств, которую выпускник вуза может продемонстрировать после завершения обучения, что в соответствии с Концепцией модернизации российского образования и ФГОС ВПО является одной из основных целей вуза. Это требует нового подхода к постановке целей, определению принципов отбора содержания образования и изменения технологии оценки образовательных результатов. Решение поставленных задач предполагает включение в содержание профессиональной подготовки будущих менеджеров вопросов, связанных с формированием маркетинговой компетентности руководителей школ как компонента их профессиональной компетентности (например: сущность и задачи маркетинга в образовании; маркетинговая среда образовательного учреждения; поведение потребителей образовательных услуг; организация и проведение маркетинговых исследований; внутренний маркетинг в образовательных учреждениях; управление маркетинговой деятельностью образовательного учреждения и т.д.).

Теоретико-методологическую основу проектирования подготовки в новых социально – экономических условиях в рамках магистратуры «Образовательный менеджмент» может составить маркетингово-компетентный подход, предполагающий интеграцию *технологического, контекстного, персонафицированного* подходов, обеспечивающих маркетинговую составляющую подготовки и *компетентностного* подхода, направленного на формирование профессиональной компетентности будущего руководителя.

Неоднозначность и сложность проблемы реализации маркетингово-компетентностного подхода в профессиональной подготовке руководителя общеобразовательной организации позволит обеспечить готовность руководителей к эффективному управлению организацией в условиях рыночной экономики и предусматривает нали-

чие диагностической системы оценки ее эффективности, включающей критерии и показатели оценки, диагностический инструментарий, (анкеты, экспертные оценки и т.д.), рекомендации по совершенствованию подготовки.

В качестве критерия эффективности реализация маркетингово-компетентностного подхода к подготовке по программе магистратуры «Образовательный менеджмент» нами определена маркетинговая компетентность будущего менеджера образования, основными компонентами которой являются: информационно-образовательная; организационно-управленческая; коммуникативно-маркетинговая; проектно-технологическая и рефлексивно-креативная компетенции. Также нами выделены уровни и критерии маркетинговой компетентности будущего руководителя общеобразовательной организации.

Таблица 1 - Уровни и критерии маркетинговой компетентности будущего руководителя общеобразовательной организации.

Уровни	Студент демонстрирует в рамках формируемых компетенций
Пороговый	Знание и понимание сущности реализации маркетингового подхода к управлению общеобразовательной организацией в условиях рыночной экономики; несформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, низкое качество выполнения отдельных учебных заданий, низкий уровень мотивации к освоению данного вида компетенций.
Стандартный	Знание в полном объеме теоретического содержания, его понимание, отсутствие пробелов; недостаточная сформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях; хорошее качество выполнения всех предлагаемых диагностических заданий с возможными ошибками и неточностями; средний уровень мотивации.
Эталонный	Полное знание и понимание теории маркетинговой деятельности в образовании и реализации маркетингового подхода к управлению общеобразовательной организацией, отсутствие пробелов в знаниях; наличие необходимых практических умений при анализе конкретных ситуаций, высокое качество выполнения всех учебных заданий; высокий уровень мотивации.

В качестве диагностического инструментария степени сформированности маркетинговой компетентности используются анкеты оценки удовлетворенности магистрантов, оценка удовлетворенности работодателей, экспертные оценки и т.д. Проводимая диагностика позволяет не только выявить уровень маркетинговой компетентности у студентов магистратуры «Образовательный менеджмент», но и выработать предложения по совершенствованию процесса их подготовки. Так как в рамках одной статьи мы не можем раскрыть суть системы всей системы диагностики, остановимся на одном из видов проводимых исследований: исследовании социального заказа на профессиональную подготовку образовательных менеджеров со стороны системы образования Новгородской области. В систематически проводимых исследованиях в качестве респондентов выступают руководители общеобразовательных организаций и главы комитетов образования районов. Чаще всего анкеты представлены двумя блоками вопросов. *Организационный блок* содержит вопросы, связанные с профессиональной деятельностью и квалификацией респондентов, он отражает вид возглавляемой респондентом организации, занимаемую должность, местонахождение образовательной организации, уровень образования руководителя. *Исследовательский блок* вопросов связан с выявлением наиболее эффективной траектории профессионального становления и наиболее востребованных компетенций в практике управленческой деятельности руководителей общеобразовательных организаций. По результатам исследования выявляется степень значимости педагогического образования для современного руководителя и его необходимый уровень (бакалавриат/магистратура); педагогического стажа и опыта педагогической деятельности для современного руководителя; управленческого образования для современного руководителя и его уровень (бакалавриат/магистратура); опыта управленческой деятельности для современного руководителя [7, с. 151].

Проводимое исследование позволяет выявить соответствие уровня современной подготовки управленче-

ских кадров ожиданиям действующих руководителей и способность системы высшего профессионального образования обеспечить готовность руководителя к эффективному управлению, определить наиболее эффективные стратегии становления управленческих кадров и компетенции руководителей, наиболее востребованные в современной практике управления образовательными организациями.

Так, например, анализ ответов респондентов на вопрос об уровне соответствия современной подготовки управленческих кадров их ожиданиям показал, что уровень современной подготовки управленческих кадров соответствует ожиданиям потребителей (руководителей образовательных организаций): а) «на 0»-1%; б) «на 25»-16,3%; в) «на 50»-39,1%; г) «на 75» -36,7%; д) «на 100» -6,9%, что подчеркивает наличие потенциала в развитии системы профессиональной подготовки и дополнительного образования руководителей образовательных организаций.

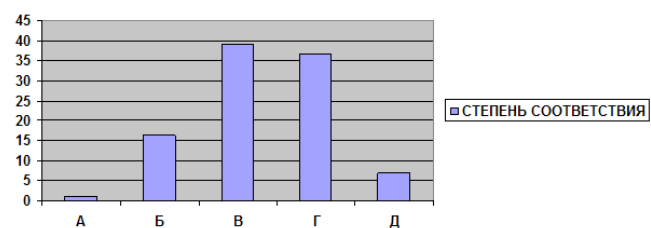


Рисунок 1 - Степень соответствия современной подготовки управленческих кадров ожиданиям руководителей образовательных организаций

Не менее интересен для анализа вопрос, связанный с тем, насколько уровень профессиональной подготовки позволяет быть эффективным менеджером: а) «на 0»-0%; б) «на 25»-1,7%; в) «на 50»-62,1%; г) «на 75»-29,3%; д) «на 100»-6,9%. Полученные числовые значения свидетельствуют о возможности совершенствования содержания и технологий обучения и сопровождения руководителей в их профессиональной деятельности.

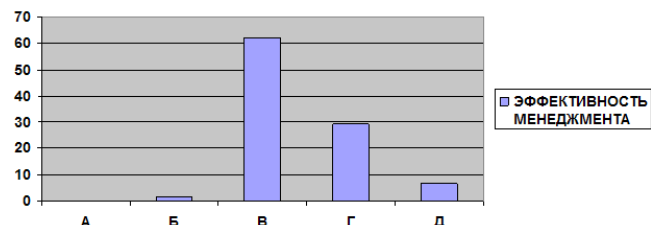


Рисунок 2 - Возможность эффективного менеджмента руководителей образовательных организаций после курсов профессиональной переподготовки

В качестве еще одного интересного результата исследования считаем необходимым провести анализ ответов респондентов на следующий вопрос. Для выявления наиболее эффективных стратегий становления управленческих кадров респондентам было предложено выбрать самые значимые из всех возможных траекторий профессионального становления руководителя (вопрос предполагал множественный выбор).

По результатам исследования было выделено пять стратегических маршрута:

1) Бакалавр педагогического образования (или специалист) (очное)®опыт работы®магистратура образовательный менеджмент (2,5 года заочное) (50% испытуемых);

2) Бакалавр педагогического образования (или специалист) (очное)®опыт работы®дополнительное профессиональное образование в образовательном менеджменте (32,7% испытуемых);

3) Бакалавр педагогического образования (или спе-

циалист) (очное)®магистратура образовательный менеджмент (2 года очное) ®опыт работы (24,1% испытуемых);

4) Бакалавр педагогического образования (или специалист) (заочное)®опыт работы®магистратура образовательный менеджмент (2,5 года заочное) (20,7% испытуемых);

5) Бакалавр педагогического образования (или специалист)®опыт работы на руководящей должности (19,9% испытуемых).

При оценке значимости компетенций для современного руководителя образовательной организации (множественный выбор) наиболее востребованными оказались следующие компетенции:

– способность и готовность к лидерству, умение принимать взвешенные решения, убеждать в целесообразности этих решений и воплощать решения в жизнь (88%);

– владение теорией и практикой маркетинга услуг, методологией организации сервиса для клиентов (87%);

– умение создавать команду и эффективно работать в команде, отстаивать свою позицию, убеждать, находить компромиссные и альтернативные решения (85%);

– владение стратегиями рыночной деятельности организации, основами организации маркетинговой деятельности (77%);

– готовность исследовать, проектировать, организовывать и оценивать реализацию управленческого процесса с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы (68%);

– владение навыками анализа конкурентоспособности организации (63%);

– владение методиками анализа рынков, конкурентов и потребностей клиентов (58%);

– владение комплексом знаний и практических навыков о методах разработки коммуникационной политики организации в условиях рынка (55%);

– способность разрабатывать стратегию развития, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (52%);

– способность поддерживать комфортный морально-психологический климат в организации и эффективную организационную культуру (49%).

Проводимые исследования позволяют спрогнозировать социальный заказ работодателей на уровень подготовки современных образовательных менеджеров, основу профессиональной компетентности которых составляет маркетинговая компетенция, выявить уровень удовлетворенности современным качеством подготовки будущих руководителей, наметить пути совершенствования процесса профессиональной подготовки в соответствии с полученным результатами.

В качестве рекомендаций по дальнейшему совершенствованию профессиональной подготовки образовательных менеджеров в условиях маркетингово-компетентного подхода можно предложить следующие: разработка методологии и организация персонализированного сопровождения становления образовательных менеджеров в территориальной образовательной системе; разработка и реализация специализированных программ дополнительного образования и тренингов по специализированным вопросам маркетинга в образовании; расширение международного сотрудничества в области образовательного маркетинга и вопросах подготовки магистров этого направления.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Цыбина О.Ю. К вопросу о формировании маркетинга образовательных услуг в России // Самарский научный вестник. 2013. № 3 (4). С. 77-78.

2. Дони́на И.А. Рыночно-ориентированное управление современной общеобразовательной организацией как фактор ее успешности // Азимут научных исследова-

ний: педагогика и психология. 2013. № 4. С. 12-14.

3. Тимирясова А.В. Разработка рекомендаций по совершенствованию институционального окружения образовательной системы Российской Федерации // Актуальные проблемы экономики и права. 2013. № 2 (26). С. 101-107.

4. Корнеева Е.Н. Современные тенденции развития рынка образовательных услуг в области управленческого консультирования // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2013. № 3 (29). С. 97-101.

5. Хоменко А.Д. Тенденции конъюнктуры рынка

образовательных услуг высших учебных заведений // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2013. № 3. С. 28-31.

6. Жданкина И.Ю. Понятие конкурентоспособности образовательной услуги в современных социально-экономических условиях // Вестник НГИЭИ. 2013. № 11 (30). С. 29-34.

7. Донина И. А., Иванова Т. Д., Шерайзина Р. М. Профессиональная подготовка руководителя образовательной организации: маркетингово-компетентностный подход: монография: сост. и общ. ред. Р.М. Шерайзиной. – Санкт-Петербург: «Свое издательство». – 2013. – 186 с.

**DIAGNOSTIC SYSTEM OF THE ASSESSMENT OF EFFICIENCY OF MARKETING AND COMPETENCE-BASED APPROACH TO THE VOCATIONAL TRAINING OF THE HEAD OF THE GENERAL EDUCATION ORGANIZATION**

© 2014

**I. A. Donina**, candidate of pedagogical sciences, associate professor, associate professor of the chair «Professional pedagogical education and social management»  
*Novgorod State University by the name of Yaroslav the Wise, Velikiy Novgorod (Russia)*

*Annotation:* In the article the actual issue of search of the methodological bases of design of vocational training of future heads of the general education organizations process is touched. As a theoretic and methodological basis it is considered marketing and competence-based approach which realization provides the existence of diagnostic system of an assessment of its efficiency.

*Keywords:* marketing and competence-based approach, vocational training, the head of the general education organization, professional competence, diagnostic system of an assessment of efficiency.

37.088

**ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ГОТОВНОСТИ ПЕДАГОГОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ К МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

© 2014

**И.А. Донина**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Профессионального педагогического образования и социального управления»  
**Л.В. Яблокова**, магистрант кафедры «Профессионального педагогического образования и социального управления»

*Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород (Россия)*

*Аннотация:* Развитие дошкольной образовательной организации как рыночно – ориентированной актуализирует формирование готовности педагогов дошкольной образовательной организации к маркетинговой деятельности и поиск методов ее экспериментальной оценки.

*Ключевые слова:* Маркетинговая деятельность, готовность педагогов, дошкольная образовательная организация, ФГОС, потребитель, образовательная услуга, мотивация, система ценностей, стратегические ориентиры.

Изменение нормативно-правовой базы системы образования, снижение государственных объемов финансирования образовательных учреждений, рост требований родителей к дошкольным образовательным организациям и т.д. обусловили поиск путей формирования готовности педагогических коллективов дошкольных образовательных организаций к профессиональной деятельности в новых социально – экономических условиях. Особую значимость это приобретает в связи с тем, что впервые в Российской истории в соответствии с Законом «Об образовании в Российской Федерации» [1] дошкольная ступень получила статус самостоятельного уровня. Этот факт актуализировал разработку Федерального государственного стандарта дошкольного образования. В сложившейся ситуации Федеральный государственный стандарт дошкольного образования (ФГОС) выступает как система параметров, которые принимаются в качестве государственной нормы образованности, отражающей общественный идеал и учитывающий возможности реальной личности и системы образования по достижению этого идеала. Стандарт устанавливает требования, обязательные при реализации Программ: к структуре программы, к результатам освоения Программы, представленных в виде целевых ориентиров дошкольного образования, к условиям реализации: психолого-педагогическим, финансовым, к предметно-пространственной среде, а также *кадровым условиям* реализации образовательных программ [2]. Согласно этому документу, педагог – главное действу-

ющее лицо в обновлении педагогического процесса, именно ему предъявляются новые требования.

Как отмечает С.А. Езопова, «современный педагог и специалист дошкольной образовательной организации вынужден решать целый ряд новых задач, которые связаны с общей политикой государства, потребностями развития общества в целом» [3].

Одним из путей решения обозначенных проблем дошкольной образовательной организации (удовлетворения растущих образовательных потребностей семьи и ребенка, улучшения качества образования, развития и совершенствования услуг, расширения материально-технической базы и повышения конкурентоспособности ДОО) может выступать *маркетинговая деятельность*. Она становится частью профессиональной деятельности педагога дошкольной образовательной организации, нацеленной на положительный результат на рынке образовательных услуг. Движущей силой маркетинговой деятельности выступают потребности воспитанников, родителей и государства. От того насколько комплексно учтены эти потребности, будет зависеть успешность образовательного учреждения – как в данный момент, так и в стратегической перспективе [4].

Маркетинговая деятельность в дошкольном образовательном учреждении – это деятельность педагогов и специалистов, направленная на изучение спроса и оказание потребителям качественных образовательных услуг, направленных на удовлетворение потребностей, как детей и их родителей, так и членов педагогического кол-