

psychology. Handbook of basic principles. 2nd ed.: New York: Guilford, 2007 pp.385-407;

14. Осин Е.Н. Измерение позитивных и негативных эмоций: разработка русскоязычного аналога методики PANAS//Психология. Журнал Высшей школы экономики, 2012, т.9, №4, с.91-110. С.92

15. Garagozov, R. (2012). Do woes unite foes? Interplay of narratives, memory, emotions and attitudes in the Karabakh conflict. Dynamics of Asymmetric Conflict., v.5, (2), 116-135;

16. Caucasus Barometer 2012 Caucasus Research Resource Centers URL: <http://www.crrccenters.org/caucasusbarometer/overview/>:(последний доступ сентябрь, 2013).

17. Greenwald, A.G. & Banaji, M. R. (1995). Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. Psychological Review, 102, 4-27.

18. Payne, B.K., Jacoby, L.L., and Lambert, A.J.(2005). Attitudes as accessibility bias: Dissociating automatic and

controlled processes. In R R. Hassin, J.S. Uleman & J. A. Bargh (eds.), The New Unconscious. London: Oxford University Press.

19. DeSteno, D., Dasgupta, N., Bartlett, M. Y., & Caidric, A. (2004). Prejudice From Thin Air: The Effect of Emotion on Automatic Intergroup Attitudes. Psychological Science, 15, 319-324

20. Fazio, R., Jackson, J., Dunton, B., & Williams, C. (1995). Variability in automatic activation as an unobtrusive measure of racial attitudes: A bona fide pipeline? Journal of Personality and Social Psychology, 69, 1013-1027.

21. De Vaal, T. (2003). Black Garden: Armenia and Azerbaijan through Peace and War. New-York: New-York University Press.

22. Lambert, A.J., Scherer, L.D., Schott, J.P., Olson, K, Andrews, R., Zisser, A., & O'Brien, T. C. (2010). Rally effects, threat, and attitude change: An integrative approach to understanding the role of emotion. Journal of Personality and Social Psychology, 98, 886-903.

EFFECTS OF DIFFERENT TYPES NARRATIVES ON IMPLICIT INSTALLATION

© 2014

R.R. Garagozov, Senior Fellow Center for Strategic Studies
R.H. Kadyrova, Professor, Department of Psychology
Baku State University, Baku (Azerbaijan)

Annotation: Taking the narrative approach to conflict resolution, the authors analyze the impact of different kinds of stories to change the setting. Influence of different types of narrative installation measured by implicit methods, including a special technique "priming".

Keywords: implicit methods, attitudes, conflict narratives.

УДК 37

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ СОПРОВОЖДЕНИЯ И ПОДДЕРЖКИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В РОССИЙСКИЕ ВУЗЫ

© 2014

Е.В. Каргина, начальник отдела международного сотрудничества
Тольяттинский государственный университет, Тольятти, Россия

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы развития системы сопровождения и поддержки иностранных студентов как эффективного инструмента повышения их контингента в высших учебных заведениях Российской Федерации. В статье анализируется опыт вузов США, Великобритании и России по организации комплексного сопровождения иностранных студентов на всех этапах привлечения и последующего обучения, направленного на повышение удовлетворенности этой группы студентов пребыванием в вузе.

Ключевые слова: экспорт образовательных услуг, иностранные студенты, система сопровождения и поддержки.

Международный рынок образовательных услуг - это динамично развивающийся сектор экономики, в котором существует острая конкурентная борьба на уровне регионов, стран и отдельных вузов. Стимулирование экспорта образовательных услуг входит в приоритетные направления развития многих стран мира и рассматривается не только как источник генерирования доходов за счет обучения иностранных студентов, но и как инструмент «мягкой силы», способствующий распространению языка, культуры, институциональных образцов и стандартов страны-реципиента. Более того, в условиях возрастающей конкуренции за глобальный талант привлечение иностранных студентов позволяет странам привлечь высококвалифицированный человеческий капитал, способной генерировать инновации.

Согласно Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020г. доля иностранных студентов в российских вузах должна достигнуть 5%, а объем финансирования, привлеченного за счет обучения иностранных студентов – 10% от размера государственного финансирования системы высшего профессионального образования [1]. Выделение приведенного контингента иностранных студентов как основного показателя при оценке эффективности международной деятельности в рамках мониторинга Министерства образования и науки РФ привело к тому, что перед всеми российскими вузами встала задача привлечения иностранных студентов. Данное направление

работ требует особенно больших усилий от вузов, стоящих на начальной стадии интернационализации и ранее не развивавших данное направление.

В настоящий момент усилия таких вузов направлены на развитие международного маркетинга образовательных услуг и привлечения максимального количества иностранных студентов на обучение, в то время как сопровождению и поддержке иностранных студентов на всех стадиях их взаимодействия с образовательными учреждениями уделяется недостаточно внимания. Опыт вузов стран-лидеров международного образования, таких как США и Великобритания, показывает, что развитие специализированных услуг для иностранных студентов способствует сохранению контингента и повышает общий уровень их удовлетворенности пребыванием в вузе.

Отзывы и рекомендации студентов и выпускников являются одним из самых эффективных инструментов, которые влияют на принятие решения в пользу выбора того или иного учебного учреждения. Качество поддержки и сопровождения студентов имеет такое же большое значение в формировании позитивного опыта, как качество образовательных программ и кампуса. Это является особенно актуальным для иностранных студентов, поскольку они испытывают больший стресс из-за необходимости адаптироваться к новой социально-бытовой, образовательной, культурной и языковой среде. В связи с этим, стратегии интернационализации вузов должны включать совершенствование работы служб

поддержки иностранных студентов на всех стадиях взаимодействия с университетом (рисунок 1).



Рис.1. Этапы оказания поддержки иностранным студентам

В США на государственном уровне разработаны рекомендации для университетов, направленные на улучшение опыта поступления и обучения иностранных студентов в американских вузах. Они включают

- создание специализированного раздела сайта для иностранных студентов, содержащего рекомендации по специфическим для иностранных студентов вопросам, изложенные в доступной форме;
- информирование преподавателей и персонал образовательного учреждения о юридических, культурных и образовательных проблемах, с которыми сталкиваются иностранные студенты;
- выделение специализированного персонала для сопровождения процесса поступления иностранных студентов и обеспечения их потребностей во время обучения;
- проведение отдельной ориентации для иностранных студентов;
- наличие блюд национальной кухни в меню кафе и буфетов на территории кампуса;
- обеспечение дополнительной языковой подготовки;
- привлечения местных семей мигрантов к интеграции иностранных студентов в местное сообщество и культуру [2].

Представляет интерес и опыт вузов Великобритании по созданию условий для обеспечения поддержки иностранных студентов. В 2012 году был опубликован отчет об исследовании, проведенной группой экспертов из Шотландии, направленный на выявление лучшего опыта вузов региона по оказанию поддержки и сопровождению этой категории студентов и охватывающий вузы, в которых иностранные студенты составляют 20% от общего контингента. Для изучения были выделены 3 области:

- равноправный доступ к поддерживающим и профессиональным услугам для иностранных и местных студентов;
- сплоченность кампуса – отношения между иностранными и британскими студентами, между иностранными студентами и персоналом, а также способы поддержания хороших отношений;
- вовлеченность в местное сообщество и способы повышения вовлеченности со стороны университета [3].

Исследование охватывало следующие услуги, предоставляемые студентам на территории университета:

услуги по размещению, питание, услуги по планированию карьеры, услуги священника, медицинское обслуживание, услуги для студентов с ограниченными возможностями, финансовые услуги, организация занятий спортом и проведения свободного времени, поддержка иностранных студентов, имеющих на иждивении членов семьи [3].

В результате анкетирования 965 иностранных студентов, обучающихся в 5 университетах Шотландии, были выявлены услуги, представляющие наибольшую ценность для студентов:

- получение информации о вузе и его услугах помимо информации о курсах, особенно в твердой копии;
- информационная и консультационная поддержка перед прибытием и наличие информации о ключевых службах;
- услуги по встрече в аэропорту и по прибытии в вуз;
- консультирование о возможностях совершенствования языка обучения;
- консультирование по формированию навыков обучения и социальным традициям и обычаям;
- наличие услуг по культурной поддержке и вероисповеданию на территории кампуса [3].

Система отзывов и предложений по улучшению услуг университета и прозрачность процедуры подачи жалоб на их качество и случаи проявления дискриминации или расизма позволяет вузам своевременно реагировать на нежелательное поведение персонала и студентов, а также постоянно совершенствовать систему поддержки и сопровождения. Для создания эффективной системы поддержки иностранных студентов необходимо также организовать взаимодействие и коммуникацию между службами, исключить дублирование функций и централизовать ключевые услуги (например, визовую поддержку) для повышения их качества. Профессорско-преподавательский персонал вуза, который напрямую взаимодействует со студентами, должен знать о существующих службах вуза и их услугах.

Иностранные студенты часто испытывают перегрузку информацией в начале учебного года, что приводит к нечеткому представлению о том, какие услуги каждая служба может оказать студентам. Для решения данной проблемы целесообразным представляется организация более длительных ориентационных сессий или равномерное распределение информации между несколькими встречами со студентами в течение первых месяцев пребывания в вузе.

Интеграция иностранных студентов в студенческую среду часто затруднена и требует усилий всего персонала университета, направленных на устранение барьеров между ними и российскими студентами. Это можно осуществить в рамках образовательной и внеучебной деятельности. Сотрудничество с внешними организациями и сообществами способствует интеграции иностранных студентов в городское сообщество, что повышает уровень интернационализации города и его привлекательность как места обучения для студентов из других стран.

Для вузов стран-лидеров международного образования характерно наличие специализированного структурного подразделения, осуществляющего набор иностранных студентов (International Admissions Office) и консультантов по поступлению. Это позволяет вузам осуществлять клиентоориентированный подход при работе с потенциальными студентами, повысить количественные и качественные показатели набора. Консультант по поступлению является первой точкой контакта для потенциальных студентов. Его цель – помочь студентам сделать информированный выбор пути достижения их образовательных целей. Консультант по поступлению

- сопровождает студентов во время прохождения процедуры поступления, включая ответы на вопросы о требованиях к поступающим, вступительных экзаменах, переводе из другого вуза, способах оплаты обучения и скидках, условиях проживания в общежитии и его

стоимости;

- служит основной точкой контакта, общается с потенциальными студентами по телефону, электронной почте, в социальных сетях;

- принимает участие в выставках, посещает школы, делает презентации, участвует в разработке маркетинговых материалов;

- поддерживает позитивные отношения со студентами, стимулирующие студентов рекомендовать программу и вуз своим друзьям;

- своевременно отвечает на вопросы студентов, ведет записи, вводит информацию в информационную систему и обеспечивает точность информации о студенте;

- консультирует по вопросам получения визы, проживанию в стране, городе.

В Кентском университете, США, внедрена новая модель сопровождения иностранных студентов, в основе которой заложена синергия между службой приема иностранных студентов и службой консультирования студентов. Введение позиции консультанта позволило сделать максимально эффективным набор иностранных студентов и сохранение контингента за счет выстраивания отношений с иностранными абитуриентами и студентами. Эти отношения лежат в основе синергического маркетингового эффекта. Данный подход заключается в том, что один человек – консультант иностранных студентов – обладает всей информацией, которая нужна студенту для выбора вуза, взаимодействует со службами университета, оказывающими услуги студентам, и оказывает поддержку в случае возникновения эмоциональных проблем. Эта модель позволяет создать «заботливую» среду, которая окружает иностранного студента с момента первого контакта со студентам на этапе выбора вуза, продолжается во время обучения и завершается в момент его выпуска [4].

Ведущие российские вузы также открывают специализированные подразделения для сопровождения данной категории студентов. Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» планируется произвести следующее разделение функций между тремя структурными подразделениями, которые занимаются работой с иностранными студентами:

1. учебный отдел по работе с иностранными студентами (будет заниматься всем, что связано с учебной работой);

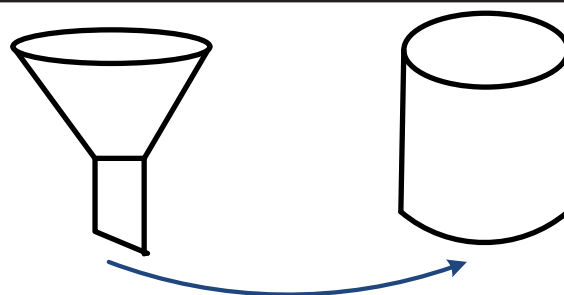
2. отдел поддержки иностранных студентов (задача - минимизировать все те минусы, с которыми сталкивается иностранец в России: помощь с регистрацией, учебными контрактами, оформлением медицинской страховки, доступа в библиотеку, размещением в общежитии, ориентацией и организацией досуга и т.д.);

3. центр международного рекрутинга студентов «Р-центр» (функция – привлечение иностранных студентов) [5].

Стратегии набора иностранных студентов в прошлом использовали метод «воронки», при котором образовательные учреждения стремились привлечь максимально большое количество кандидатов, даже если число поступивших студентов было невелико. В связи с ограничением бюджетов на рекрутинг студентов, вызванный общим сокращением финансирования высшего образования в мире, вузы больше не могут позволить такой подход к привлечению студентов.

Тед МакКаун предложил новую модель «цилиндра», в которой вузы ведут целенаправленный рекрутинг и фокусируется на том, какие студенты входят в процесс, чтобы обеспечить более высокий процент зачисленных на выходе.

Эта модель требует глубокой самооценки от вуза, который должен определить, какой тип иностранных студентов он имеет шансы привлечь, исходя из его академической репутации, предлагаемых программ, и окружения [4].



Массовое привлечение с последующим отсевом **Кастомизация маркетинга**
Выстраивание отношений

Рис. 2. Трансформация подхода к рекрутингу иностранных студентов

Важно понимать, что система привлечения студентов не ограничивается их поступлением в университет, поскольку опыт каждого студента транслируется по неконтролируемым вузом каналам коммуникации и влияет на выбор других студентов, а лояльные выпускники за рубежом вносят большой вклад в развитие репутации вуза. Удовлетворенность иностранных студентов комплексным опытом пребывания в вузе также способствует сохранению контингента, что позволяет вузам получить плату за обучение за весь нормативный период обучения и окупить значительные вложения в международный рекрутинг. Соответственно система поддержки иностранных студентов призвана обеспечить снижение потерь как на всех стадиях набора и обучения (рисунку 3).



Рис. 3. Снижение потерь на всех стадиях взаимодействия с иностранными студентами

Таким образом, при разработке стратегий выхода на международный рынок российские высшие образовательные учреждения должны предусматривать создание специализированных структур, сопровождающих иностранных студентов, и системы специализированных услуг и поддержки иностранных граждан, охватывающую весь комплекс потребностей, которые имеются у данной группы на всех стадиях взаимодействия с университетом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020г. / <http://www.ifap.ru/ofdocs/rus/rus006.pdf>
2. 2011 Recruitment Practices at Four-Year and Two-Year Institutions / Noel-Levitz Report on Undergraduate

Trends in Enrollment Management, Noel-Levitz, Inc. 2011. 46p. <https://www.noellevitz.com>

3. Attracting international students: equitable services and support, campus cohesion and community engagement. /Equality Challenge Unit. London, 2012. 96 p. / <http://www.ecu.ac.uk>

4. McKown, T. R. Synergizing Admissions and Advising to Improve International Recruitment / M. S. Andrade &

N. W. Evans (Eds.), International students: Strengthening a critical resource (American Council on Education Series on Higher Education) Lanham, MD: Rowman & Littlefield Education. 2009. pp. 80-84.

5. Дорожная карта. Приложение к информационному бюллетеню Окна академического роста. / НИУ «Высшая школа экономики». 2014. №2 (3) / <https://www.hse.ru/data/2014/02/27/1329762537/RoadMap3.pdf>

DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL STUDENT SUPPORT SYSTEM AS AN INSTRUMENT FOR ATTRACTING INTERNATIONAL STUDENTS TO RUSSIAN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

© 2014

E.V. Kargina, Head of International Cooperation Department
Togliatti State University, Togliatti (Russia)

Annotation: The article studies the issues of the international student support system development as an efficient instrument for increasing the number of international students in Russian higher education institutions. The article analyzes experience of universities from the USA, Great Britain and Russia in establishing an integrated international student support system at all stages of recruitment and further study, which results in increasing the level of satisfaction with the experience among international students.

Key words: export of education services, international students, system of support services.

УДК 37

МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ АНАЛИТИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ РУКОВОДЯЩИХ КАДРОВ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ШКОЛ В СИСТЕМЕ ПОСЛЕДИПЛОМНОГО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

© 2014

Н.Н. Коваль, методист

Донецкий областной институт последипломного педагогического образования, Донецк (Украина)

Аннотация: В статье представлена модель формирования аналитической компетентности руководящих кадров общеобразовательных школ в системе последипломного педагогического образования, охарактеризованы ее структурные элементы.

Ключевые слова: модель, аналитическая компетентность, аналитическая деятельность, последипломное педагогическое образование, руководитель общеобразовательных школ.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Післядипломна педагогічна освіта має постійно модернізуватися, стабільно розвиватися, носити неперервний випереджуючий характер підвищення кваліфікації педагогічних, науково-педагогічних і керівних кадрів, реалізувати сучасні технології професійного вдосконалення та підвищення кваліфікації освітян відповідно до вимог інноваційного розвитку освіти.

Модернізація системи післядипломної педагогічної освіти має спрямовуватися на оновлення та переосмислення управлінської діяльності керівників освітніх закладів, на формування аналітичної компетентності центральної фігури всього управлінського процесу загальноосвітнього навчального закладу.

Потреба сучасної школи в висококваліфікованих управлінцях-аналітиках актуалізує необхідність дослідження питання побудови та впровадження моделі формування аналітичної компетентності керівників загальноосвітніх навчальних закладів у процесі курсової підготовки під час підвищення кваліфікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми післядипломної педагогічної освіти в останні роки розкрито в працях таких науковців, як В. Бондар, Л. Вовк, І. Жерносека, І. Зязюна, С. Крисюка, В. Лугового, В. Майбороди, Н. Побіренченко, Н. Протасової, С. Сисоевої, В. Швидуна та ін.

У працях В. Бондаря, Б. Канаєва, В. Кожухара, Ю. Конаржевського, А. Коростельова, К. Крутії, О.Мармази, Г. Савченко, В. Федорова, Г. Федорова, В. Ягупова, А. Яригіна, О. Яригіна наголошується, що якісне аналітичне дослідження є передумовою прийняття своєчасних та ефективних управлінських рішень.

Психолого-педагогічні аспекти підготовки керівників загальноосвітніх навчальних закладів до аналітичної діяльності розкрили в своїх роботах

В. Бондар, Л. Даниленко, Г. Єльнікова, Н. Клокар, Ю. Конаржевський, М. Лапенко, В. Маслов, М. Поташник, Л. Покроєва, М. Портнова, Л. Плахова та ін.

Методику формування аналітичної компетентності управлінців-освітян в своїх дисертаційних дослідженнях розкрили Н. Зінчук, І. Абрамова, О. Яригін, О. Назначило.

Значення аналітичної діяльності в управлінні загальноосвітнім закладом підкреслюється у працях В. Кожухара, Т. Ліхтер, О. Мармази, С. Салиги, В. Фатюхи, В. Федорова, К. Чернухи-Гадзецької та багатьох інших. Проаналізувавши основні положення щодо сутності та значення аналізу у менеджменті загальноосвітньої школи, можна виокремити наступні аспекти:

– з аналізу починається управлінський цикл, і ним він закінчується, що відповідно визначає його положення в управлінській діяльності;

– аналіз припускає виділення в досліджуваному об'єкті частин, оцінюванні ролі й місця кожної частини, об'єднання їх у єдине ціле, встановлення зв'язків системоутворюючих чинників;

– аналіз систематизує, обробляє та узагальнює інформацію, що надходить від об'єктів управління організацією;

– аналіз виявляє взаємозалежні показники та вплив найсуттєвіших факторів на динаміку результатів управлінського циклу;

– аналіз сприяє якісному виконанню функцій планування, організації, мотивації, координації, контролю та виступає як самостійна функція суб'єктів управління;

– аналіз передувє прийняттю управлінського рішення, контролює його реалізацію, оцінює ефективність прийнятого рішення та є базою для наступного планування і прогнозування;

– оволодіння аналітикою підсилює здатність керівни-