

## ПРАКТИКООРИЕНТИРОВАННАЯ МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ МЕНЕДЖЕРОВ УПРАВЛЕНИЮ ИМИДЖЕМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

*В статье рассматриваются методы обучения, формирующие компетентность по управлению имиджем образовательного учреждения; приведены экспериментальные данные, свидетельствующие о отсроченном эффекте трансформации имиджевой компетентности руководителя в случае применения как традиционных, так и новых, разработанных автором, организационно-педагогических условий обучения.*

Тенденции в реформировании системы образования в Российской Федерации, которые уже нашли отражение в новых законодательных актах, все более повышают уровень ответственности руководителей образовательных организаций за право существования и развития своих школ, а, следовательно, требуют современных подходов к управлению. Для каждого директора образовательного учреждения одним из важнейших направлений менеджмента становится обеспечение конкурентоспособности школы: рыночные механизмы все устойчивее укрепляются в системе образования [1]. Поэтому управление имиджем – это одно из направлений современного менеджмента – относящееся к ряду наиболее востребованных в системе образования.

Несмотря на современные требования, уровень профессиональной компетентности руководителей в области управления имиджем образовательного учреждения остается на невысоком уровне. Приведем результаты выполненных нами исследований уровня компетентности директоров школ по управлению имиджем (табл. 1). В исследовании приняли участие 25 директоров государственных общеобразовательных учреждений, в

разное время прошедших обучение по программе профессиональной переподготовки «Управление образованием» или получивших второе высшее (управленческое) образование. В ходе измерений уровня имиджевой компетентности руководителей рассматривались три основные ее составляющие: коммуникативная, проектная, информационная и PR [2].

Из табл. 1 видно, что с течением времени уровень каждой составляющей имиджевой компетентности руководителей снижается. Причиной этого, как показало исследование, является качество формирования имиджевой компетентности руководителей ОУ. Можно констатировать фактическое отсутствие системы обучения управлению имиджем в вузах. Это в свою очередь обусловлено отсутствием требований к уровню профессиональной имиджевой компетентности руководителя образовательной организации в части регламентированных нормативами государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования. Существующая система обучения будущих руководителей образовательных организаций управлению имиджем на сегодняшний день формирует, особенно с учетом современных

Т а б л и ц а 1

Уровень сформированности имиджевой компетентности руководителей организаций

Срок, прошедший после окончания обучения	С о с т а в л я ю щ и е		
	коммуникативная	проектная	информационная и PR
1 месяц	58,3	74,1	65,4
6 месяцев	49,2	52,1	28,9
1 год	12,5	18,6	17,6

Т а б л и ц а 2

«Степень влияния» учебных дисциплин на формирование имиджевой компетентности

Организационное поведение .....	1
Организационная культура .....	1
Управление деловыми отношениями и деловая этика .....	2
Деловая коммуникация .....	4
Управление общественными отношениями .....	3
Управление корпоративной культурой .....	3
Технологии формирования деловой этики .....	3
Курс по выбору «Репутационный менеджмент» .....	3
Имидж руководителя .....	4
Эффективные коммуникации .....	4
Дисциплина по выбору «Эффективная команда» .....	3
Корпоративная и социальная ответственность .....	1
Управление развитием ОУ .....	1
Персональное развитие руководителя ОУ .....	2
Технологии управления средствами высокотехнологичной информационной среды .....	1
Оценка и аттестации персонала ОУ .....	1
Гуманитарные технологии управления профессиональным и личностным ростом .....	1
Технологии продвижения образовательных услуг на рынок .....	1
Технологии управления репутацией .....	2
Эффективные коммуникации .....	3
Управление знаниями в организации .....	1
Управление кросскультурной коммуникацией .....	1
Корпоративная и социальная ответственность .....	1
Корпоративное управление .....	2
Управление корпоративной культурой .....	1

требований, недостаточный уровень имиджевой компетентности. Ведущие образовательные организации, реализующие программы высшего профессионального образования в области менеджмента, формируют имиджевую компетентность будущих руководителей образовательных учреждений посредством преподавания таких дисциплин, как «Имидж руководителя», «Деловая коммуникация», «Организационное поведение» и т.п., каждая из которых оказывает лишь частичное влияние на формирование имиджевой компетентности. Приведем результаты экспертной оценки «степени влияния» учебных дисциплин на формирование имиджевой компетентности у студентов, обучающихся в педагогическом вузе по программе «Управление образованием». Экспертная оценка, проведенная тремя ведущими преподавателями университета – специалистами в области коммуникации, имиджологии и PR – формировалась на основе различных критериев

оценивания «степени влияния» учебной дисциплины в формировании имиджевой компетентности. В табл. 2 представлены результаты оценки изучаемых дисциплин [3] по пятибалльной шкале.

Как видно из таблицы, 62% учебных дисциплин оценены экспертами как дисциплины с низкой (ниже 3 баллов) «степенью влияния» на формирование имиджевой компетентности, при этом нет ни одной дисциплины, которая была бы полностью и всесторонне ориентирована на решение данной задачи. При этом важно отметить, что все рассмотренные учебные дисциплины изучаются посредством применения передовых образовательных технологий; помимо лекций, семинаров и мастер-классов, активно применяются игры и интерактивные технологии.

Введение новых учебных курсов в системе обучения менеджменту, полностью ориентированных на формирование имиджевых компетенций, таких как «Имидж образователь-

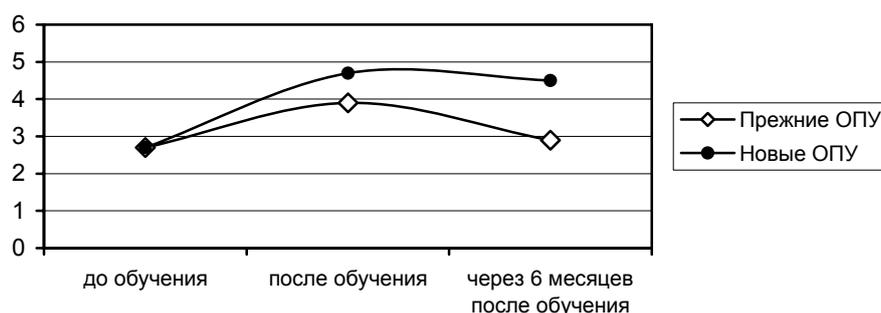


Рис. 1. Уровень сформированности имиджевой компетентности.

ного учреждения» или «Управление имиджем», – как показали проведенные исследования, также не решают поставленной задачи. Эти занятия были организованы для студентов 3 курса факультета управления, обучающихся по программе «Управление образованием» в форме факультативных занятий. Программа обучения содержала циклы лекций, практических семинарских занятий, игр по вопросам управления имиджем образовательного учреждения. Обучение в течение одного учебного семестра прошли 50 студентов. Уровень теоретических знаний и практических навыков, продемонстрированных студентами в ходе обучения и по его окончании, в целом соответствовал требованиям программы. Однако в ходе измерений, проведенных через 6 месяцев после окончания обучения, студенты не показали достаточного уровня сформированности имиджевой компетентности.

В следующем учебном году данный факультативный курс был предложен аналогичной аудитории, но при этом его преподавание осуществлялось в иных организационно-педагогических условиях. В программу обучения были внесены изменения: (а) за счет уменьшения количества лекционных часов было увеличено время на практическую работу, половина которой реализовывалась как производственная практика в образовательном учреждении; (б) весь курс при этом был разделен по тематическим модулям.

Слушатели посещали лекции, семинарские занятия, игры по тематическому модулю, а затем проходили производственную практику в рамках этого модуля. В ходе практики слушателям предлагалось решать текущие задачи по управлению имиджем конкретного образовательного учреждения. Практика

проходила под руководством преподавателя факультативного курса и директора школы. После окончания первого модуля начиналось обучение во втором модуле и т.д.

До начала обучения, по окончании обучения по программе и через 6 месяцев после обучения были произведены измерения уровня сформированности имиджевой компетентности у слушателей, проходивших обучение по программе факультативного курса «Управление имиджем» первого и второго года эксперимента, обучавшихся в прежних и новых организационно-педагогических условиях (ОПУ). Результаты измерений приводятся на рисунке.

Как видно из графика, уровень сформированности имиджевой компетентности у обучавшихся по программе, реализованной в новых ОПУ, выше. При этом важно отметить, что и интенсивность падения уровня компетентности в данном случае ниже. Это доказывает, что новые «практикоориентированные» организационно-педагогические условия реализации программы обучения управлению имиджем образовательного учреждения являются более эффективными.

Методика формирования компетентности по управлению имиджем образовательного учреждения на основе комплексного подхода с применением интенсивных технологий подразумевает:

- разработку сопровождения выделенных дисциплин интенсивными практикоориентированными технологиями;
- организацию специальной обучающей среды, направленной как на решение основной задачи по формированию имиджевой компетентности, так и на формирование психологической готовности будущих менеджеров к профессиональной деятельности в условиях конкурентного взаимодействия;

- разработку критериев для оценки уровня развития данной компетентности;

- диагностику уровня развития компетентности будущих менеджеров по управлению имиджем образовательного учреждения в период после внедрения и реализации интенсивных технологий (практические задачи, ситуативные сценарии и т.п.).

Критериями оценки уровня развития компетентности будущих руководителей по управлению имиджем ОУ при обучении менеджменту в системе ВПО, оценивающими готовность будущих специалистов к профессиональной деятельности в условиях конкурентной среды, выступают:

- выбор стратегии управления имиджем образовательного учреждения;

- эффективность мотивации сотрудников образовательного учреждения к формированию имиджа ОУ;

- опора на знания в области запросов потребителя при разработке имиджевой концепции;

- внедрение инноваций и нововведений с учетом различий в отношении к восприятию имиджа образовательного учреждения различными группами потребителей;

- индивидуальный подход к «имиджмейкерам» (организациям, конкурентам, иным социальным группам) с разной мотивацией формирования имиджа ОУ.

Результаты проведенных исследований позволили обосновать актуальность одного из базовых принципов предлагаемой модели обучения управления имиджем образовательного учреждения – приоритетного развития практических управленческих навыков в рамках разработанной методики, предполагающей новые организационно-педагогические условия ее реализации.

### **Л и т е р а т у р а**

1. Актуальные проблемы современной школы : материалы II Международ. науч.-практич. конф., Москва, 19–21 июня 2012 года / Рос. гос. гуманитар. ун-т.

2. *Панфилова А. П.* Интерактивные технологии формирования коммуникативной компетентности руководителей социально-культурной сферы : автореф. дис. ... д-ра пед. наук. – СПб, 2001. – С. 15.

3. Учебный план факультета управления РГПУ им. А. И. Герцена, 2010–2011 уч. год.

