

НЕПРЕРЫВНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

И.Г. Чуксина
доктор педагогических наук,
профессор кафедры
английского языка БГАРФ
irina-chuksina@mail.ru

Интерактивные технологии обучения в профессионально-коммуникативной подготовке менеджеров

Рассматриваются интерактивные технологии обучения как наиболее эффективные методы формирования готовности к грамотным деловым коммуникациям в профессиональной подготовке менеджеров, т.к. в современном обществе коммуникативная деятельность является доминантой высшего профессионального образования

Ключевые слова: интерактивные технологии; менеджер; готовность к деловым коммуникациям; профессиональная подготовка

В современном деловом профессиональном мире коммуникативные умения считаются ключевыми: среди всех профессиональных качеств коммуникативные умения - владеть наукой деловых отношений, уметь устанавливать и поддерживать цивилизованные отношения с людьми, преодолевать противоречия, разрешать конфликты (особенно если специалист занимается бизнесом, так как «бизнес – это умение общаться)наиболее высоко ценимы. А менеджмент – особая область деловой профессиональной коммуникации, где специалист должен прежде всего овладеть базовыми знаниями основ теории и практики коммуникации.

Проблемы обучения стратегиям управления и технологиям деловой коммуникации стали наиболее актуальными проблемами современного менеджмента. Профессионализм в менеджменте проявляется в управлении коммуникативными ситуациями и выступает в данном случае необходимым структурным элементом его профессиональной компетентности, позволяющей средствами общения эффективно воздействовать на поведение партнеров по общению.

Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам взаимодействовать с деловыми партнёрами, реализуя законы эффективного общения, принципы профессиональной этики и используя практические модели основных жанров речи, обслуживающих профессионально-ориентированную коммуникацию.

Общепринятыми формами деловой коммуникации в труде менеджеров являются деловые беседы, совещания, собрания, переговоры, конференции, разнообразные деловые встречи. Без преувеличения можно сказать, что характер деловых контактов оказывает решающее влияние на эффективность

совместной деятельности, на успешность проведения бесед, деловых совещаний и переговоров, поэтому спрос на коммуникабельных профессионалов, приятных в общении менеджеров, - это экономическая стратегия и политика в современном бизнесе.

В профессиональной подготовке управленческих кадров, осуществляемой в Институте прикладной экономики и менеджмента - одном из ведущих вузов в регионе в этой области - в силу своей гибкости, сугубо профессиональной направленности и конкурентоспособности на рынке образовательных услуг, в программу подготовки магистров в цикл профессиональных дисциплин включён разработанный в соответствии с авторской программой курс «Деловые коммуникации».

Цель этого курса состоит в изложении современного научного представления о деловой коммуникации, её роли и возможностях в повышении эффективности целенаправленной человеческой деятельности на практике; в представлении коммуникации в качестве уникального, специфического вида деятельности, без которого невозможно стать хорошим профессионалом; показать, что для специалистов, ведущих, деловые беседы и переговоры, торги – это не только коммуникативная, но и профессиональная компетентность, от развития которой напрямую зависит успех и карьера.

В задачи, поставленные нами, входило: раскрытие специфики деловой коммуникации, формирование профессионально-ориентированных умений в рамках деловой коммуникации и навыков конструктивного, корректного, эффективного общения с партнёрами по совместной деятельности; приобретение магистрами способностей решать практические задачи и навыков овладения техникой делового общения; знание требований к оформлению письменной документации; формирование личностных качеств, способствующих успешному деловому общению.

Курс строится на принципах теоретического осмысления и логической систематизации полученных знаний. Теоретические знания закрепляются разбором конкретных ситуаций делового общения, имитацией и моделированием практической деятельности. И одной из эффективных форм в профессиональной коммуникативной подготовке менеджеров является применение интерактивных технологий обучения: ролевых и имитационных игр, деловых игр.

Как известно, интерактивное обучение основано на психологии человеческих взаимоотношений и взаимодействий. Оно формирует умение мыслить неординарно, по-своему видеть проблемную ситуацию, находить выходы из нее; обосновывать свои позиции, свои ценности; развивает умение выслушивать партнера по общению, умение сотрудничать, вступать в партнерское общение, проявляя при этом толерантность, необходимый такт, доброжелательность; умение разрешать конфликты.

Интерактивные технологии обучения используются во всех сферах образования. Их успех связывают с возможностью развития самостоятельности, обучении одновременно и специальным и поведенческим навыкам, приобретающим особую важность в подготовке управленческих кадров.

Поэтому, несмотря на то, что применение ролевых, деловых игр в образовательном процессе в педагогической теории и практике не ново, и имитационно-игровой подход для моделирования различных сфер будущей профессиональной деятельности обучаемых широко используется, и, несмотря на значительное количество работ по проблеме использования игр в процессе обучения, их педагогический потенциал, очевидно, ещё далеко не исчерпан, что подтверждают и результаты нашей экспериментальной работы: наиболее эффективными методами развития готовности к эффективным бесконфликтным, грамотным деловым коммуникациям, мы считаем использование коммуникативных игр в учебном процессе, т.к. это интерактивный метод.

Такие игры, проводимые в форме психологического и лингвистического тренинга, способствуют развитию умений адекватного эмоционального воздействия на людей, то есть умения общаться, при этом проявлять не только умения, но и способность к творческому воображению, что очень важно для инновационного менеджмента, взаимодействовать с деловыми партнёрами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничество, необходимы для повышения уровня коммуникативной подготовленности будущих специалистов, преодоления коммуникативных барьеров, развития личностных способностей, значимых в профессиональной деятельности.

Лингвистический тренинг, а по своему содержанию - это ролевые и коммуникативные игры, представляет собой коммуникативно-ориентированное обучение, применительно к целям коммуникации и ситуации общения. Этот вид тренинга, используемый нами в данном курсе, предусматривает некоторые пропедевтические формы коммуникативной подготовки: составление профессионального глоссария, включающего слова, трудные для написания, произношения, употребления в определённой грамматической форме.

Нужно отметить, что такая работа ориентирует будущего специалиста на ортологические требования в профессиональной речи, отвечающей задачам эффективной коммуникации. Имитируя профессиональную деятельность, участники тренинга оказываются в условиях, которые близки к реальным, и имеют возможность объективно оценить свои силы и знания.

В труде менеджера беседа является одним из ведущих методов управления и воздействия на подчинённых, поэтому выполняя в играх отдельные функции будущего специалиста, связанного с профессиональным

общением и его этическими аспектами, обучаемые овладевают навыками межличностного общения и взаимодействия в условиях совместной профессиональной деятельности. Кроме того, имитационное моделирование способствует укреплению интереса обучающихся к своей будущей профессии.

Схема проведения педагогического эксперимента с использованием ролевых игр такова: формулируются цели ролевой игры, выбирается форма ее проведения, т.е. способ разыгрывания содержания ситуации и действий участников игры, проводится подготовка ее методического оснащения (инструкций, карточек с описаниями ролевых характеристик, оборудования, необходимого для ее проведения); формируется коллектив игроков и экспертов, разрабатывается программа и план проведения игры, проводится инструктаж ведущего с участниками игры, распределяются роли, подготавливается пространственная среда для разыгрывания; далее - погружение в ситуацию и разыгрывание ее участниками в соответствии с их трактовкой ролей и опытом игрового взаимодействия.

Этот этап предполагает ротацию в форме поочередного проигрывания участниками одной и той же роли, повтора ситуации с разным составом участников, сменой ролей, и подведение ведущим итогов, выделение наиболее значимых результатов и оценивание всех участников, обобщение, установление взаимосвязей игровой ситуации с реальными жизненными ситуациями и личностными позициями участников.

Рассмотрим один из множества вариантов сценариев ролевой игры «Собеседование при приеме на работу», как утверждают специалисты, наиболее эффективной форме, так как оно дает возможность лучше узнать кандидата как личность.

Причем в этой ролевой игре речь идет о моделировании возможных ситуаций, с которыми каждому участнику реально придется столкнуться либо которые ему пришлось уже пережить в своей трудовой практике. Нужно отметить, что участники игры- претенденты на должность - играют свою собственную «роль».

Цель игры: формирование профессионально-коммуникативной компетентности магистров: совершенствование навыков монологической и диалогической речи, в жанре саморекламы (составление резюме, самопрезентация для формирования приятного первого впечатления).

Краткое описание ролевой игры «Собеседование при приеме на работу» Разыгрывается ситуация собеседования методом отбора лучшего претендента на должность менеджера по рекламе в компанию «Торговый дом по продаже бытовой оргтехники», со способностями и целеустановками, необходимыми для занятия этой должности на конкурсной основе. Каждый из участников должен пройти собеседование, в котором должно проявиться умение рекламировать себя как работника на рынке труда.

Во время собеседования представитель кадровой службы - менеджер по персоналу- лично встречается с каждым кандидатом на замещение вакантной должности и общается с ним в течение 15 -20 минут. В ходе собеседования выясняется степень заинтересованности кандидата в конкретной работе, соответствие кандидата требованиям должности, выявлении лучшего претендента и его потенциал для работы в вакантной должности.

В соответствии с дидактическими целями руководит ходом ролевой игры преподаватель, он инструктирует участников ролевой игры по методике её проведения, организует формирование группы экспертов, вникает в работу экспертов, при необходимости комментирует содержание ответов кандидатов менеджеру по персоналу, организует подведение итогов.

Однако сам он не берёт себе никакой роли в игре, оставаясь нейтральным наблюдателем, и может, таким образом, в любое время вмешаться в игру или остановить её, в случае необходимости. При нем работает экспертная комиссия из 3- 5-ти человек, оценивающих беседы, исполнение ролей, коммуникативную компетентность всех участников игры.

Коммуникативные роли участников игры: менеджер по подбору персонала; отдел службы персонала - члены конкурсной комиссии(группа из четырех - пяти человек) помогающие менеджеру по персоналу определить все необходимые требования к претенденту, претенденты на должность, группа экспертов.

Установка на игру.

Руководитель формулирует цель и основные задачи, которые необходимо решить в процессе игры. Основные задачи включают: оценивание коммуникативных качеств кандидатов, определение соответствия кандидата требованиям должности менеджера по рекламе и выявление лучшего претендента.

Для проведения собеседования менеджер по персоналу и отдел службы персонала- члены конкурсной комиссии, должны владеть необходимыми знаниями о собеседовании и процедуре, тщательно подготовиться к нему.

Для этого менеджер по персоналу вместе с отделом службы персонала должен предварительно (в качестве домашнего задания) разработать «словесный портрет» менеджера по рекламе, куда включается приблизительное описание претендента на вакантное место: возраст, пол, образование, квалификация, имидж претендента, опыт прошлой деятельности в интересующем направлении, здоровье и физическое состояние, черты личности: уравновешенность, способность работать самостоятельно; компетентность (что должен знать и уметь претендент, какими навыками или дополнительными умениями владеть (например, компьютер –уверенный пользователь MSOffice, пакета программ Adobe, CorelDraw, языки, вождение машины и др.), личностные и деловые

характеристики: самодисциплина, интеллект, творческие способности, гибкость, самостоятельность, настойчивость, представительность, надежность, интересы. Кроме того, необходимо указать и на специфические черты личности: честолюбие, как качество менеджера, чья самооценка неразрывно связана с успешным завершением порученного задания или выполнением конкретного мероприятия.

Важно помнить, что этот документ предназначен только для менеджера по персоналу и его не показывают соискателю на должность. Менеджер по персоналу вместе с отделом службы персонала определяет функциональное содержание труда менеджера по рекламе—должностную инструкцию и требования, предъявляемые к должностным обязанностям менеджера по рекламе.

Так как в процессе собеседования претенденту предлагается ответить на ряд вопросов, которые в совокупности помогут получить необходимую информацию о кандидатах, то менеджер по персоналу должен продумать набор вопросов так, чтобы он соответствовал конечной задаче собеседования – нахождению наиболее достойного кандидата на должность менеджера по рекламе.

Поэтому при составлении вопросов нужно придерживаться следующих требований: вопросы должны позволять извлечь информацию, с помощью которой можно судить о том, насколько успешно претенденты будут справляться с должностными обязанностями, вопросы не должны быть случайными, бессистемными, не должны дублировать друг друга. Менеджер по персоналу до собеседования должен поработать над резюме, составленным претендентом на должность, и определить перечень вопросов, ответы на которые там не найдёт, и хочет получить их в ходе собеседования. В сущности, собеседование при найме на работу сводится к восьми основным вопросам: Что вы за человек? (это выясняют, если информации, представленной в резюме, для этого недостаточно).

Уточняется: образование, опыт работы, знание иностранных языков, семейное положение, интересы, планы на будущее, и т.д. – конкретный перечень вопросов определяется исходя из специфики ситуации. Почему вы ищете работу? Чем вы можете быть полезным? Каковы ваши сильные стороны? Каковы ваши слабые стороны? Каковы ваши самые крупные достижения? Каким на ваш взгляд, должен быть начальник? На какую зарплату вы можете рассчитывать?

Для оценки способностей к устной коммуникации не требуется, как правило, готовить специальных вопросов. Задавая любые вопросы следует следить за тем, насколько легко и правильно кандидат будет понимать то, о чем его спрашивают, и как он будет отвечать на вопросы.

Для оценки способностей к письменной коммуникации можно использовать блок дополнительных вопросов: Что вам нравится говорить с людьми или писать? Почему? Что у вас лучше получается говорить или

слушать? Как вы оцениваете свои ораторские способности? Приведите, пожалуйста, пример своего удачного публичного выступления? Приведите пример удачно подготовленного вами документа. Коммуникативные качества человека определяют четыре основных умения - умения слушать, говорить, воспринимать письменную информацию и писать. Рассмотрите по степени важности, пожалуйста, самооценку по этим умениям.

Кандидаты на должность менеджера по рекламе перед собеседованием обязательно знакомятся с должностными обязанностями и выясняют квалификационные требования, предъявляемые к такому специалисту: высшее профессиональное образование (желательно по специальности реклама, связи с общественностью, маркетинг или высшее профессиональное образование и дополнительная подготовка в области менеджмента), стаж работы по специальности не менее 2 лет, наличие базовых теоретических знаний об основах делового общения, уверенный пользователь MSOffice, пакета программ Adobe, CorelDraw, языки, вождение машины и др.).

В качестве домашнего задания предлагается составить резюме, а по оценкам специалистов, для победы в конкурсном отборе предлагается составить дополнительно обзор своих достижений или промахов, анализируя их причины.

Для своего потенциального работодателя рекомендуется подготовить несколько вопросов, которые нужно задать, например: возраст компании, основные направления деятельности, перспективы развития и планы на будущее; наличие испытательного срока, его продолжительность, права и обязанности на время испытательного срока, порядок принятия решения по результатам прохождения испытательного срока; юридический статус компании (ООО, ЗАО, СП, и т.д.); периодичность выплаты заработной платы, практикуется ли выплата аванса; наличие дополнительных льгот для сотрудников (например, приобретение продукции компании со скидкой, оплата проездных билетов, и т.д.); наличие социального пакета (оплата больничных, предоставление отпусков, и т.д.); распорядок рабочего дня (начало, окончание, перерыв на обед); необходимость сверхурочной работы, а также – как часто приходится работать сверхурочно и каким образом такая работа оплачивается; круг сотрудников, с которыми предстоит общаться при выполнении служебных обязанностей (в первую очередь – непосредственное начальство и подчиненные); является ли вакантная должность штатной? Кроме того, необходимо продумать ответы на вопросы, которые могут быть заданы

Для формирования приятного первого впечатления претендентам на должность менеджера по рекламе необходимо отработать версию самопрезентации, так как каждому кандидату будет предложена возможность выступить и в течение пяти минут рассказать о себе. Эта задача отнюдь не простая, ведь за эти несколько минут соискатель должен положительно выделиться и убедить менеджера по персоналу нанять именно его.

Группа экспертов в ходе подготовки к игре разрабатывает критерии оценивания коммуникативной компетентности всех участников игры, умения и навыки, необходимые для компетентного общения. т. е. владение технологиями общения, в том числе и компьютерного: умение вести диалог; умение задавать вопросы и стимулировать соискателя к прояснению его позиций; умение выравнивать эмоциональное напряжение как свое, так и соискателя; владение навыком активного слушания (умение услышать и понять, что имеет в виду соискатель); умение подобрать для деловой беседы подходящую для нее интонацию и стилистику; владение навыками аргументации и убеждения своей позиции; владение ораторским искусством; грамотностью устной и письменной речи; публичным представлением результатов своей работы, отбором адекватных форм и методов презентации; умение говорить доступно и понятно; умение воспринимать и производить коммуникативные сигналы вербальные, невербальные, паралингвистические; умение воспринимать сигналы, которые партнер предпочел бы скрыть; легко вступать в контакт и удерживать его; сбалансированный объем речи (когда человек слишком мало или слишком много говорит – это означает, что навык развит недостаточно).

Оценивание соискателей также включает: подробное перечисление деловых и личных качеств, продемонстрированных способностей, степени готовности к занятию конкретной должности, перспективности для последующего продвижения. Сценарный план игры приведен в таблице

Сценарный план игры

Таблица

Этапы игры/контрольное время	Эпизоды	Ожидаемые действия
1. Установка на игру 15 - 30 минут	Аннотация деловой игры. Инструкции. Информационные материалы: карточки с описаниями ролевых характеристик	Руководитель знакомит участников с целью и задачами игры, порядком проведения и правилами игры, критерием оценивания претендентов на должность менеджера по рекламе
2. Самоорганизация игроков в соответствии с предписанной ролью 10 – 15 минут	Менеджер по персоналу Кандидаты на должность менеджера Группа отдела службы персонала Группа экспертов	Участники конкурса тянут жребий: кто в какой последовательности будет участвовать в собеседовании; изучение задач и сценарного плана игры
3. Определяется регламент проведения беседы с каждым кандидатом 10 – 15 минут		
4. Собеседование менеджера с каждым из кандидатов на должность	Во время собеседования зачитывается резюме претендента. Менеджер	Резюме обрабатывает группа отдела службы персонала. Группа экспертов оценивает

10 - 15 минут	использует в деловой беседе вопросник со специальным перечнем вопросов, которые дополняются с учётом результатов резюме. и психологического тестирования кандидата на должность	деловые и коммуникативные качества каждого из претендентов
4.1 15 -30 минут	Претенденты, ожидающие своей очереди, заполняют опросники с тестами на выявление личностных и профессиональных характеристик	Обсуждение и обработка резюме и тестов группой отдела службы персонала.
4.2. Обсуждение результатов собеседования 15 - 30 минут	Подготовка к совещанию с группой отдела службы персонала по принятию решения. Обсуждение кандидатов..	. Каждая кандидатура обсуждается группой отдела службы персонала с менеджером по персоналу. . Эксперты оценивают результаты работы каждой группы.
4.3. Подведение итогов игры. 30 -45 минут	4.3.1. Анализ игры сравнительный анализ оценок качеств претендентов для выбора наиболее достойного. 4.4.2. Окончательная оценка претендента как итог специальных подробных обсуждений группой экспертов группой отдела службы персонала с разбором продемонстрированных им знаний, навыков, способностей. 4.4.3. отбор на должность наиболее достойного кандидата 4.4.4) Объявление итогов игры .	Эксперты дают заключение по каждому кандидату. Руководитель игры и эксперты обсуждают работу групп, оценивают качество проектов и оценивают работу каждой группы. Руководитель игры подводит итоги. Комментирует результаты. В заключении руководитель игры и эксперты определяют победителя игры – наиболее достойного кандидата, комментируя, чем мотивирован выбор. Окончательная оценка заключений о пригодности претендента включает: подробное перечисление деловых и личных качеств оцениваемого, продемонстрированных способностей, степени готовности к занятию конкретной должности, перспективности для последующего продвижения и

		<p>т.д. Оцениваются также инициативность работника (по опыту прежней работы), заинтересованность в работе именно данной компании, соответствие практического опыта теоретической подготовке работника, характеру предлагаемой работы, знание функциональной сферы деятельности и т.д.</p> <p>Руководитель оценивает весь замысел и всех участников игры.</p>
--	--	--

Эффективность игры в огромной степени зависит не только от содержательного насыщения, но и от уровня организации игры. Поэтому для завершения игры можно составить рекомендации по проведению собеседования при приёме на работу менеджеру по персоналу.

Менеджер по персоналу в процессе собеседования во время сбора информации о кандидате должен вместе с кандидатом решить общую задачу: «примерить» должность к кандидату, а не кандидата к должности. Очень желательно изначально проинформировать кандидата о том, что проводится конкурс на занятие вакансии, указать цель, возможные результаты.

Менеджер по персоналу должен «доказать», что по своим представительским данным и умению общаться с людьми он соответствует занимаемой должности. Претенденты предпочитают аккуратных, со вкусом одетых, компетентных и информированных интервьюеров, которые умеют слушать, относятся к претендентам с уважением и предоставляют им возможность продемонстрировать свои знания и навыки.

Нельзя упустить ключевых моментов и вопросов, при подготовке к собеседованию. Чтобы избежать ошибок такого рода и свести их к минимуму, при подготовке и проведении беседы можно придерживаться некоторых требований: заранее ознакомиться с материалами о каждом кандидате, иметь при себе документы кандидата- резюме, анкету, если заполнялась, иметь предварительно подготовленный план беседы, например, в форме вопросника со специальным перечнем вопросов, которые дополняются с учетом результатов резюме и тестирования кандидата на должность, определить последовательность вопросов, также должностную инструкцию, своего рода документ, который вправе попросить для ознакомления претендент.

В нем должны быть подробно расписаны краткие требования к данной должности. Описание работы снимает неопределенность, позволяет избежать путаницы и, главное, излишней потери времени.

Уметь контролировать ход собеседования, т.е. способствовать тому, чтобы кандидат говорил именно то, о чем менеджер хотел бы узнать. Наиболее очевидным средством контроля является форма задаваемых вопросов. Вопросы должны формулироваться так, чтобы большую часть времени говорил претендент. Вопросы, начинающиеся со слов «Почему...?», «Как...?», «Что...?» и предполагают развернутые ответы, что позволяет лучше контролировать ситуацию.. Вопросы типа «Были ли вы...?», «У вас есть...?» и т.п. неизбежно заставят давать краткие ответы.

Уметь слушать, «держать открытым свой ум», концентрируя все органы чувств на восприятии поступающей информации. В большей степени результат собеседования зависит от сведений о кандидатах, собранных главным образом с помощью органов зрения и слуха.

На основе этого менеджер сможет сделать верный выбор кандидата на должность. Безусловно, члены комиссии-эксперты также должны владеть искусством - слушать, обращать внимание на вербальную и невербальную информацию, уметь вычленив ту информацию, которая требует дальнейшего разъяснения и уточнения.

Проявлять настойчивость и дотошность, если ответы кандидата не являются достаточно конкретными и полными.

Уметь выносить суждения. На протяжении всего собеседования оставаться объективным: не выносить предвзятых суждений, не поддаваться соблазну принять решение в самом начале собеседования, подыскивая затем доказательства правильности своего мнения о претенденте на должность.

В ходе самопрезентации кандидата важно обратить внимание на приоритеты кандидата - с чего он начал, какое внимание уделил профессиональной сфере, какое - образованию, какое - личным аспектам; следует обратить внимание на логическое мышление - глобальность и детальность мышления- насколько детально и последовательно кандидат рассказывает о себе, на склонность к работе в одиночку или в группе, работе в качестве менеджера или работе под руководством..

Можно также приготовить перечень оценок, выставляемых кандидату. Особенно этот документ полезен в случаях, когда собеседование проводится совместно с коллегами по работе.

Таким образом, используемые интерактивные технологии обучения – ролевые, коммуникативные игры, предполагающие организацию коммуникативной деятельности обучаемых, в ходе которой они воспроизводят типичные ситуации будущего профессионального общения, являются наиболее эффективными методами формирования готовности к грамотным деловым коммуникациям в профессиональной подготовке менеджеров.

Литература

- Еговцева Н.Н. Коммуникативно-речевые игры в системе подготовки специалистов по социальной работе в высших учебных заведениях. Дис... доктора пед. наук, 2007. -352 с.
- Как-Калик В.А., Никандров Н.Д. Педагогическое творчество. М.: Педагогика, 1990. - 190 с.
- Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. –СПб.:Знание, 2004. -495 с.
- Чижов Н.А. Персонал предприятия: технология управления и развития / Н.А.Чижов. - М.: Издательский центр «Анкил», 2003. – 275 с.

О.К. Крамаренко
кандидат педагогических наук
доцент МГГУ им. М.А. Шолохова
г. Москва

Е.А. Трубицын
учитель ГОУ ЦО №218 ДО
г. Москва

Использование социально-информационных сетей при обучении студентов и абитуриентов

Рассматриваются современные возможности мотивации учащихся: абитуриентов, студентов, аспирантов к самообразованию. На конкретном примере показаны формы и методы включения широкой аудитории учащихся в дистанционное обучение, которое может являться как самостоятельным образовательным ресурсом, так и вспомогательным. Средством коммуникации, воспитательного и образовательного взаимодействия преподавателя со студентами является профильный сайт, созданный в социально-информационной сети

Ключевые слова: группа; социализация; творческая активность; коммуникация; дистанционное обучение; социально-информационная сеть; сайт; форум

Человека от других представителей царства животных отличает потребность в новых впечатлениях и знаниях, отсюда постоянный поиск, обеспечивающий ознакомление с окружающим миром. Именно постоянное узнавание чего-либо нового для себя является основой нормального психического развития ребенка и успешного существования взрослого человека.

Главный вывод современной теории социализации и социологии воспитания: формирующаяся личность - не объект внешних воздействий, а активный субъект саморазвития.

Современный уровень технического развития общества ввел в нашу жизнь новые аксессуары: наряду с носовым платком, зонтом, мобильным телефоном теперь стоит и ноутбук. Он становится универсальным средством получения информации (если он подключен к сети Internet), а также ее структурирования и архивирования; рабочий инструмент в случае написания литературных работ или создания с помощью соответствующих программ музыкальных произведений, графических и др.; это посредник коммуникативной активности (Skype, E-mail, участие в виртуальных дискуссиях, конференциях и пр.); помощник при проведении досуга: виртуальные игры, возможности просмотра и прослушивания фото, аудио и видеозаписей. Поэтому мы рассматриваем виртуальное общение и творчество, как реально действующие факторы социализации.

Мы всецело поддерживаем задачу современной педагогики, которую Б.Т. Лихачев видит, прежде всего, в том, чтобы, опираясь на идею всеобщей генетической одаренности детей, создать методику работы не только с ярко заявляющими о себе талантами, но и обеспечивать поле деятельности для творчества всем детям [1, 63].

Из всего выше сказанного становится понятно, почему педагогу важно осознать, каковы воспитательные возможности виртуального общения и обучения в процессе формирования личности. В последнее время в учебном процессе все шире используются интерактивные и компьютерные технологии. Почти повсеместное распространение сети Интернет породило множество сайтов, содержащих огромное количество информации, зачастую неточной или ошибочной.

Путь к эффективному восприятию этой информации лежит через рационализацию и упорядочение накопленных знаний. Как правило, созданные ресурсы имеют слишком общую направленность и невысокий уровень изложения материала, или они слишком специализированы и потому не востребованы у массового пользователя.

Возможность легко создавать и редактировать сайты для широкого круга пользователей ПК имеет исключительную важность. Они разрабатываются в соответствии с конкретными целями и задачами, позволяющими пользователям получать достоверную информацию, а при необходимости, квалифицированную помощь. Это особенно важно для жителей удаленных регионов.

Рассмотрим возможности дистанционного обучения как метода образования учащихся ВУЗов. Наша работа по разработке и модернизации сайта ведется в рамках социально-информационной сети «В контакте». Главными достоинствами данного ресурса являются:

1) Масштабность. На сегодняшний день это самый популярный сайт Рунета: зарегистрировано более 90 млн. пользователей, из которых, по оценочным данным, почти 20 млн. являются школьниками и студентами.

2) Простота. Для создания своего ресурса не нужно иметь специальные знания по созданию и модернизации сайтов. Сеть «В контакте» предоставляет необходимые шаблоны, которые можно заполнить необходимой информацией, что экономит силы и время.

3) Многофункциональность. Данный сайт обладает широкими возможностями в плане изложения и иллюстрирования учебного материала и другой информации, имеющей отношение к учебному процессу. К примеру, имеется возможность выкладывать фото- и видеоматериалы, подтверждающие свойства веществ.

4) Экономичность. Сайт «В контакте» является бесплатным. С одной стороны, при создании своей страницы, посвященной обучению, не приходится регулярно платить за домен и за хостинг. С другой стороны, использование сайта бесплатно, что особенно важно для студентов. Все вышеперечисленное делает социально-информационную сеть «В контакте» удобным средством, как основного, так и дополнительного образования.

Рассмотрим две формы обучения студенчества, доступных при использовании сайта в рамках социально-информационной сети «В контакте». Это создание групп и обсуждения материала на форуме в онлайн-режиме.

Группа в сети «В контакте» – информационная структура, которая объединяет пользователей ПК по интересам и запросам. Она является основным средством обучения, так как предоставляет максимальные возможности для обучения студентов. В созданной группе можно размещать, редактировать, дополнять и располагать в другом порядке учебный материал, необходимый для усвоения студентами.

Важно, что для этого не требуется опыта работы со специализированным программным обеспечением, вполне достаточно стандартного набора пакета программ «Microsoft Office» для подготовки информации для размещения на сайте. Материал удобней всего выкладывать в виде файлов с расширениями: jpg (jpeg), bmp, gif и png.

При этом выложенные файлы не обязательно должны быть фотографиями в классическом смысле слова. Это может быть не только изображение реальных объектов (фотографий, картин, гравюр и т.д.), но и текст, представленный в виде фотографии [2, 14]. Преимуществом «текстовых фотографий» является возможность усвоения учащимися теоретических основ учебного материала, который может быть иллюстрирован реальными фотографиями, что облегчает восприятие материала. Помимо фотографий в группе возможно размещение видеороликов и обучающих фильмов.

Приведем возможности социальной и творческой реализации учащегося, включенного в работу тематических виртуальных групп. Создаются условия для воспитания и творческой самореализации учащегося: коммуникабельного, то есть способного к продуктивному сотрудничеству с

партнером по коммуникации и донесению своих мыслей, чувств, суждений до собеседника.

Это позволяет ему реализовать потребность в общении, расширяя его социальный круг: работа в группе, совместно со старшими студентами и взрослыми (преподавателями, магистрантами, аспирантами, молодыми учеными), знакомство с коллективами, разрабатывающими вопросы данного научного направления, участие в конференциях, обширные контакты с пользователями сети. Происходит стимулирование к саморазвитию всех участников (абитуриентов, студентов, преподавателей), которые возможны при наличии основных психических образований: рефлексии, целеполагания, планирования и предвосхищения результатов собственного поведения.

Создаются условия для психологической компенсации (процесс, направленный на достижение или восстановление чувства внутренней стабильности в связи с переживанием несостоятельности в тех или иных аспектах жизни, что является особенностью юношеского возраста).

Следует отметить, что зарегистрированные в сети студенты могут сохранять у себя на личных страницах заинтересовавшие их материалы. Фактически пользователи создают ссылки на данные файлы, которые уже размещены на серверах, поэтому сохранение фото- и видеоматериалов на личной странице не требует ни времени, ни физического места на своём ПК, в отличие от обычного скачивания информации из Интернета.

В группах имеются инструменты для отображения частоты посещения пользователями. Во-первых, студент может оставить свое мнение о размещенном материале в виде текстового сообщения (так называемый «комментарий»). При этом есть возможность общения с обучаемыми в онлайн-режиме.

Но этот способ не достаточно удобен, так как пользователи могут и не комментировать размещенную информацию. Вторым, более эффективным способом является использование опции «Статистика группы». Опция выводит в виде графиков число просмотров группы, число уникальных пользователей, распределение пользователей по возрастам, полу и городам, в которых они проживают.

Важно, что возможно взаимодействие разрабатываемой группы с другими группами внутри сети «В контакте» и внешними сайтами остального Интернета. Связь осуществляется посредством вставок ссылок на другие страницы, для которых в каждой группе предусмотрен раздел «Группы-друзья», куда включаются сходные по тематике группы.

Так, например, при создании группы, посвященной вопросам экологии, логично вставить ссылку на группы, связанные с изучением биологии и химии. Интерес может появиться стихийно и неосознанно вследствие эмоциональной привлекательности объекта (интересного сообщения на форуме, лекции), а уже потом человеком осознается его жизненное значение, которое может определяться многими причинами: потребностями,

общественными требованиями, способностями.

Углубившийся и утвердившийся интерес при включении человека в группу единомышленников, увлеченных изучением данного вопроса, тем более ценно, что они могут быть разделены огромными расстояниями (жить в разных регионах, странах, на разных континентах) может перерасти в потребность и определить осознанный выбор профессии.

В процессе обучения любому предмету важную роль играет общение преподавателя и обучаемого. В процессе виртуальных занятий учащиеся, выполняя различные задания педагога, открывают для себя новые научные и культурные слои знаний, обучаются в процессе самоподготовки, демонстрируют друг другу сделанные им самим открытия, то есть постоянно интеллектуально обогащаются, однако, не считают эти занятия целенаправленным обучением.

Именно здесь, заложен успех всего процесса: ненавязчивое обучение, самообразование и направленное корректирование студента или абитуриента педагогом, позволяют добиться ожидаемого результата и избежать противопоставления «учитель – ученик». Иногда учебного времени не хватает для того, чтобы обучаемый смог сформулировать и задать преподавателю вопросы по предмету.

Такие вопросы возникают при самостоятельном изучении материала и подготовке к контрольным, коллоквиумам и т.д. Предоставление преподавателю возможности отвечать на вопросы обучаемых не только во время занятий может существенно повысить качество образования.

Социально-информационная сеть «В контакте» дает такую возможность. В рамках любой группы или «встречи» существует удобный виртуальный форум, на котором могут размещать свои сообщения любой участник группы или «встречи», то есть имеется возможность коллективного обсуждения проблем и освещения мнений многих пользователей.

Помимо этого сеть «В контакте» позволяет пользователям общаться не только в рамках форума, но и индивидуально (для этого необходимо использовать функцию «тет-а-тет»). При этом, что важно для процесса обучения, можно подкреплять свои суждения о предмете фактическими фото-, видео- и аудиоматериалами.

Приведенное выше краткое описание основных возможностей социально-информационной сети «В контакте» дает некоторое представление о том, как можно использовать при обучении. В данный момент нами ведется работа по обучению общей и неорганической химии студентов МГУ им. М.В. Ломоносова с использованием сети «В контакте».

Студенты Географического и Геологического факультетов и факультета Биоинженерии и биоинформатики должны усвоить за достаточно короткое время большой объем информации по общей и неорганической химии, причем многие из них не владеют в достаточной мере даже базовым школьным курсом химии.

Соответственно, для таких студентов при отсутствии школьной базы чрезвычайно сложным является изучение основ общей химии, которые далеко выходят за рамки обычного школьного курса.

Продуктивным оказалось размещение на сайте вариантов решения типовых задач с подробным разбором и возможностью обсуждения со студентами непонятных моментов в режиме реального времени. Зачастую на семинарах не хватает времени для подробного и вдумчивого разбора примеров, особенно, если кто-то из студентов не обладает достаточной математической подготовкой (что, к сожалению, не редкость).

Нередко накануне контрольной работы или коллоквиума студенты выясняют, что какие-то из вопросов остались непонятыми. Сайт «В контакте» предоставляет возможность преподавателю достаточно быстро и эффективно объяснить обучаемому непонятый материал. Кроме того мы практикуем организацию дополнительных семинаров по просьбам студентов, которым это необходимо. Сайт «В контакте» представляет собой очень удобное средство организации таких занятий, благодаря опции «Создание встречи».

Последним методическим аспектом использования сайта «В контакте», о котором мы хотели бы упомянуть, является привлечение самих студентов к оформлению страницы сайта. Творческие наклонности можно развивать только целенаправленным участием в деятельности, соответствующей потребности и приносящей удовлетворение. При этом у студентов, занятых в этой работе, развиваются навыки использования программного обеспечения, что немаловажно в условиях современной глобальной компьютеризации.

Эти навыки обязательно пригодятся в дальнейшей научной работе, неотъемлемой частью которой является грамотное размещение и подача результатов исследований.

Социальная функция творческой активности состоит в том, что она способствует формированию активной жизненной позиции, проявляющейся в понимании человеком необходимости общественно-значимой деятельности каждого, наличия собственных мнений, убеждений и интересов, а также в умении отстаивать собственную позицию, и аргументировано убедить оппонента в собственной правоте.

Для эффективной организации работы подобного добровольного виртуального объединения в своей работе педагогу необходимо реализовать ряд подходов к воспитаннику:

- личностный подход (предполагает последовательное отношение педагога к учащемуся, как к личности, как к субъекту воспитания и межличностного взаимодействия и как к ответственному и самосознательному субъекту собственного развития);
- дифференцированный подход (позволяет определить оптимальную психическую и физическую нагрузку на обучающегося; помогает ему осознать свои индивидуальные отличия, ощутить себя частью коллектива,

установить взаимосвязи с ровесниками и людьми других возрастных и образовательных групп);

- возрастной подход (планирование работы с учетом возможностей и особенностей детей каждой возрастной группы);
- индивидуальный подход (изучить воспитанника: темперамент, задатки, личностные интересы, уровень притязаний; планировать общую деятельность работы с учетом индивидуальных особенностей ее участников);
- компетентностный подход (достижение эффективности через системность, ориентирован на развитие профессиональных компетенций; преподаватель помогает студенту, абитуриенту реализовать образовательные возможности, которые согласуются с его жизненными и карьерными планами). Компетентностный подход, применительно к реалиям российской образовательной системы привнес ее качественную реструктуризацию.

В целостном педагогическом процессе формирование творческой активности - это необходимое условие всестороннего развития личности, так как она способствует развитию познавательных способностей студентов и стимулирует к самообразованию. Это необходимое условие формирования компетенций молодых специалистов.

Приведенные выше формы и методы работы успешно апробированы как в средней и старшей школе, так и в ВУЗе. Например, если студент участвовал в мероприятии (виртуальной конференции, интернет-олимпиаде, оформлении сайта и т.п.), то он уже освоил методику (через личностное переживание). К тому же, как организатор, он, имея багаж воспоминаний о собственных ощущениях, создаст методически целостное и благоприятное по микроклимату занятие и получит максимальный обучающий и развивающий эффект, в случае самостоятельной его организации.

Многообразие и вариативность системы образования, гибкость образовательных структур усиливает потребность в подготовке личности преподавателя, ориентированного на современные направления в педагогике, способного осуществлять многоаспектную образовательную деятельность.

Для этого ему необходимо иметь собственную сформированную философско-методологическую базу педагогической деятельности, на основании которой планировать работу виртуальных групп. В ходе работы отмечается целостное развитие и личности педагога как субъекта педагогической деятельности, через освоение им виртуальных технологий.

В своей работе педагог использует как теоретический, так и практический пути овладения информацией. Естественно, что на различных этапах обучения эти пути пересекаются и используются неоднозначно, в одном случае превалирует практический, в другом теоретический. Но наиболее благоприятные результаты достигаются при их синтезе, взаимопроникновении [3, 56].

В сфере любой деятельности, как отдельного человека, так и коллектива накапливается и эволюционирует опыт. Эти же тенденции наблюдаются и в процессе создания и модернизации сайтов обучающих групп. Методическое осмысление обучающих возможностей нашего сайта может помочь разработчикам подобных интернет-ресурсов.

В заключении хотелось бы отметить, что, по нашему мнению, в силу своей универсальности и простоты, а так же наличие возможности общения преподавателя и студента, социально-информационная сеть «В контакте» может стать серьёзной альтернативой другим средствам дистанционного обучения.

Перспективой развития нашей работы мы видим объединение родственных групп, например, групп естественнонаучного профиля.

Литература

1. Лихачев Б. Т. Педагогика. Курс лекций: Учеб. Пособие для студентов пед. учебн. заведений и слушателей ИПК и ФПК.- М.: Юрайт, 1998.
2. Пашенко И. Internet. Шаг за шагом. Эксмо, 2005.
3. Проблемы эстетического воспитания подростков: Сборник научно- методических статей под ред. Л.В. Богомоловой. – М.: Новая школа, 1994.

Г.Г. Комовникова
кандидат химических наук
доцент
ФГБОУ ВПО «КГТУ»

Е.М. Крекова
ассистент кафедры
управления персоналом
ФГБОУ ВПО «МГИУ»
elemik1808@gmail.com

Проблемы и перспективы исследования привлекательности организации на рынке труда

Проблемы и перспективы исследования привлекательности организации на рынке труда раскрывают двусторонний подход к маркетингу персонала, основы сегментирования рынка труда, мониторинг системы привлечения персонала, этапы процесса привлечения персонала

Ключевые слова: привлечение; удержание; развитие; маркетинг; персонал

В современных нестабильных условиях развития российской экономики вопросы управления трудовыми ресурсами имеют особое значение, поскольку сотрудники предприятия являются самым важным ресурсом любой компании. Именно от эффективности их труда зависит стабильность и конкурентоспособность российских организаций, развитие общества в целом.

Максимальный эффект от использования возможностей персонала будет только в том случае, если работники заинтересованы в результатах своего труда. При этом необходимо не только вызвать интерес у работников, но и суметь поддержать и развить его.

В этой связи возникает необходимость формирования и применения современных, эффективных механизмов привлечения и удержания персонала, основанных на применении маркетинговых стимулов в области управления трудовыми ресурсами.

Для формирования действенной стратегии привлечения персонала в настоящее время, требуется коренной пересмотр традиционно бытующих на предприятиях трудовых отношений между работником и предпринимателем.

Необходимость анализа современных технологий привлечения и внедрение действенных механизмов мотивации в российских организациях обусловлена рядом причин.

Во-первых, отсутствие системного видения проблемы привлечения персонала и постоянного мониторинга эффективности процесса привлечения нередко приводит к ошибкам, что затем отражается в повышении показателя текучести кадров, снижении производительности труда, уровня удовлетворенности сотрудников, формировании негативного имиджа организации.

Во-вторых, иногда ошибки в системе привлечения возникают из-за применения неэффективных или устаревших ее технологий. Нередко, применяемые методы взяты из зарубежной практики, без учета специфики российского менталитета и современных условий функционирования организаций. Зачастую применение формальных методов набора и отбора кадров без учета потребностей личности.

В-третьих, во многих организациях нет четкой взаимосвязи профессиональных компетенций сотрудника и результатов его труда, и как следствие - отсутствие мотивационных инструментов привлечения для достижения требуемых результатов.

Поэтому вопросы построения эффективных систем привлечения и удержания персонала с использованием современных и действенных методов актуальны для предприятий в России. Наибольший интерес в этом плане представляют маркетинговые исследования рынка труда.

Если судить о зарубежной практике управления персоналом, то маркетинг нашел свое применение только в начале девяностых годов

прошлого столетия, а в России эта разновидность маркетинга до настоящего момента не получила достаточного распространения.

Только некоторые отечественные предприятия включают маркетинг персонала в состав задач, решаемых службами управления персоналом, но даже в этих случаях функции маркетинга нередко заменяются функциями кадрового планирования, набора и отбора персонала и организации рекламной деятельности.

Определение и реализация потребности в персонале носит, в этом случае, оперативный характер и текущее воздействие на возникновение вакансии, то есть не имеет стратегических перспектив. Подобное положение характерно не только для отечественных, но и для многих зарубежных компаний.

Итак, следуя определению маркетинга, в качестве потребителей (клиентов) можно рассмотреть, как организацию, так и ее персонал. Таким образом, маркетинг персонала исследует рабочую силу на рынке труда с двух сторон:

- 1) как товар, где главным являются потребительские свойства работников;
- 2) как покупателя, который покупает рабочее место в обмен на свой труд.

При таком подходе мы рассматриваем, с одной стороны, рынок рабочей силы и, с другой стороны, рынок рабочих мест. Как товар рабочая сила оценивается работодателем и зависит от его выбора, его решения. Как покупатель носитель рабочей силы оценивает и принимает решение о выборе рабочего места в зависимости от того, насколько оно способно актуализировать его способность к труду и удовлетворить ожидания.

Двойственный характер процесса привлечения персонала позволяет утверждать, что маркетинг персонала следует отнести к виду деятельности, который направлен на взаимовыгодное удовлетворение потребностей сторон, вступающих в трудовые отношения друг с другом.

Можно сказать, что одним из главных положений маркетинга персонала является равноправие сторон трудовых отношений в ходе их оформления и непосредственной реализации.

Исходя из этого, одной из главных задач является определение:

- с одной стороны, требований к персоналу (как потенциальному, так и действующему), предъявляемых работодателем,
- с другой стороны, выявления тех требований или запросов к работодателю, которые предъявляют потенциальные и штатные сотрудники.

Реализация указанной двуединой задачи возможна лишь на основе маркетинговых исследований внешнего и внутреннего (по отношению к работодателю) рынка труда. Сотрудники службы управления персоналом, занимающиеся маркетингом персонала, сталкиваются с практической задачей по созданию привлекательного образа своей компании на рынке

труда, а именно: как, с одной стороны, сформировать требования к персоналу, как потенциальному, так и действующему; как, с другой стороны, выявить запросы (требования) к работодателю, предъявляемые потенциальными и штатными сотрудникам.

Создание привлекательного образа организации, как работодателя способствует обеспечению ее конкурентных преимуществ на рынке труда и привлечению кадровых ресурсов с оптимальными для нее количественными и качественными параметрами.

Следует отметить, что конкурентное преимущество работодателя — это те достоинства фирмы, которые дают ей преимущество над конкурентами на рынке труда как в процессе набора и отбора персонала, так и в последующем удержании сотрудников в штате организации. Требования, предъявляемые к работодателю соискателем, это его реальные представления о работе и конкретном рабочем месте.

В этом случае необходимо проводить сегментирование рынка труда, то есть формировать целевые группы предложения и спроса рабочей силы, которые одинаково реагируют на один и тот же побудительный мотив занятости.

Решение предложенной задачи должно опираться на реализацию теоретических, методологических и организационных вопросов построения комплексной системы маркетинга персонала на уровне предприятий, которые до настоящего времени не достаточно проработаны.

В отечественных исследованиях затрагиваются в основном проблемы маркетинга рабочей силы на макроуровне. Разработка системы управления маркетингом персонала на мезоуровне предприятий, включающая в себя формулировку целей, задач, места в организационной структуре и кадровой политике, определение направлений взаимодействия с другими субъектами рынка труда в современных российских исследованиях в области управления персоналом явно недостаточно.

Возрастающая роль стратегической направленности управления персоналом, имиджа персонала организаций связана с тем, что большое количество организаций, особенно коммерческих, работают не только на рынке труда, но и на рынке товаров и услуг и такие действия на различных рынках предъявляют повышенные требования к анализу качественного уровня персонала, сравнению конкурентных преимуществ на основе различного рода коммуникационных взаимодействий.

Все это можно определить как следствие того, что возрастающая профессионализация производственной деятельности все в большей степени подчиняет себе задачу привлечения и удержания персонала. Если говорить об интенсивности, с которой реализуются данные действия, то можно заметить, что она зависит от конъюнктурного положения предприятия и оперативно-тактической потребности в персонале.

Использование методологии маркетинга персонала позволяет решать подобные задачи несколько иначе, предполагая перенесение акцента на стратегическое управление привлекательностью предприятия с точки зрения целевых групп, как потенциальных работников, так и действующих сотрудников. Поэтому проблемы формирования и позиционирования имиджа организации на рынке труда должны решаться целенаправленно и комплексно.

Теоретические, методологические и организационные принципы маркетинга создают предпосылки их эффективной трансформации в теорию и практику маркетинга персонала. Применение маркетинговых подходов в управлении персоналом позволяет повысить конкурентоспособность предприятий-работодателей и обеспечить им стабильное, привлекательное положение на рынке труда.

Организации в процессе определения потребности в трудовых ресурсах формируют требования к персоналу, соответственно разрабатываются документы, позволяющие отразить потребность в таких качественных категориях, как: состав профессий, специальностей, должностей и рабочих мест в их структурной взаимосвязи, содержание труда на конкретном рабочем месте.

Анализ содержания труда может стать основой для окончательного формирования списка требований к персоналу. Принимая сотрудника на работу, работодатель должен быть уверен, что труд работника будет иметь конкретный результат, непосредственное измерение которого выражается в качестве и своевременности выполнения им своих должностных обязанностей.

При этом используются различные параметры качества труда, такие как пригодность результатов труда к использованию смежными звеньями, тщательность выполнения заданий, аккуратность, рациональность и надежность выполнения целостного организационно-технологического процесса и его отдельных элементов. Но, в процессе набора и отбора персонала работодатель вряд ли сможет достоверно оценить указанные параметры, поскольку характер выполнения этих требований может достоверно раскрыться лишь в процессе непосредственной профессиональной деятельности.

Поэтому оцениваются в основном способности кандидата, которые рассматриваются в качестве условий, способствующих достижению конкретных результатов труда. К таким условиям можно отнести уровень образования, объем основных и дополнительных знаний, практические навыки и опыт работы в определенной сфере деятельности. В качестве дополнительных условий результативности труда можно рассматривать личностные свойства сотрудника и его мотивационные установки.

Как было замечено, маркетинг персонала работает на удовлетворение требований обеих сторон трудовых отношений, что означает необходимость

изучения тех требований, которые потенциальные сотрудники предъявляют к работодателю. Учет этих требований при проведении кадровой политики организации позволит ей сформировать и поддерживать на должном уровне собственный имидж, причем как на внешнем, так и на внутреннем рынке труда.

Как результат - позитивный имидж работодателя обеспечит эффективный процесс найма персонала, а также снижение текучести и повышение уровня удовлетворенности трудом у собственных кадров организации.

Отсюда возникает необходимость разработки достаточно полного перечня потенциальных запросов к организациям-работодателям, из которых круг возможных соискателей может формировать состав и содержание своих ожиданий и предпочтений.

Исследуя содержание существующих теорий мотивации, а также опыт практического применения различных стимулов, можно сказать, что в системе управления трудовой мотивацией действует два больших класса побудительных стимулов: денежные и не денежные. Соответственно, любой сотрудник ждет от своего работодателя обеспечения выполнения как одной, так и другой стимулирующей функции труда.

Немаловажная роль трудовых отношений для отдельного человека заключается в том, что он получает дополнительную возможность (по сравнению с повседневной нетрудовой жизнью) войти в определенный социум, общаться в нем, реализовать потребность в определенном социальном статусе. Таким образом, труд по отношению к его участникам выполняет и социальную функцию.

Поэтому организация (как работодатель) должна проработать вопрос о том, каким образом она сможет выявлять запросы потенциальных и штатных сотрудников. Причем следует рассматривать эти запросы с двух позиций: как существенные относительно конкретной организации и как преобладающие в целом на рынке труда.

Основываясь на практическом опыте некоторых предприятий можно выделить несколько способов, с помощью которых возможно выявление запросов потенциальных и штатных сотрудников.

К таким способам следует отнести: мониторинг целевых групп потенциальных соискателей; опрос соискателей (в форме анкетирования или собеседования) об их представлениях и ожиданиях от работы и организации; изучение мнений посредников на рынке труда (кадровых агентств, служб занятости); анализ статистики причин текучести кадров, потерь рабочего времени, факторов снижения производительности труда; опрос сотрудников организации о соответствии их ожиданий реальным условиям труда и проявлениям имиджа работодателя.

При этом доказано, что запросы и ожидания разнятся у каждого отдельного соискателя, но если их обобщить, то можно увидеть, что

ожидания, например, специалистов экономического профиля более сходны между собой и менее сходны с запросами, например, специалистов технического профиля, также как запросы молодых специалистов отличаются от запросов более опытных сотрудников и т.д. Поэтому отдельные характеристики целевых групп в маркетинге персонала являются основой для сегментирования рынка труда.

Задачей сегментирования рынка труда является определение различных групп трудовых ресурсов, отличающихся в своих требованиях к работодателям и их восприятию, а также установление целесообразности ведения для отдельных целевых групп специальных стратегий привлечения персонала.

В соответствии с выделенными функциями труда может быть сформирован состав запросов потенциальных и штатных сотрудников к работодателю. В качестве запросов, преобладающих в целом на рынке труда, можно выделить: доход сотрудника; его карьерные шансы; уровень сложности предлагаемых работ; достаточно быстрый рост ответственности; корпоративный стиль управления; гибкую организацию рабочего времени; разнообразие выполняемых работ; комфортный социально-психологический климат в организации.

Результатом исследования запросов является построение профиля требований целевой группы. На основании его могут быть сделаны заключения, какие признаки более, а какие менее важны для конкретной целевой группы. На основе важности признаков в профиле можно выделить критические и дифференцирующие факторы.

Критические факторы - те, которые являются самыми важными. Их недостаточную развитость в организации вряд ли можно будет компенсировать другими условиями (например, низкая оценка фактора "социальная политика" в большинстве случаев не компенсируется высоким уровнем показателя "доход").

Дифференцирующие факторы необязательно должны быть оценены на высоком уровне, но они будут положительно отличать данную компанию на фоне других. Для сочетания менее важных дифференцирующих факторов действует компенсирующая модель (в этом случае слабость фактора "социальная политика" можно компенсировать более высоким значением фактора "доход").

Создание и ведение отдельных стратегий привлечения персонала имеет смысл только тогда, когда различия между целевыми группами очень существенны.

Действия работника по отношению к работодателю несут в себе принципиальные, значимые образцы поведения, формируются на основе сочетания имиджа компании и требований к работе и могут меняться с течением времени, например по мере накопления опыта у сотрудника.

Также необходимо помнить, что и изменение ценностей в обществе в долгосрочном периоде влияет на ожидания и запросы различных целевых групп к работодателям. В связи с этим имеет смысл своевременно отслеживать тенденции смены ценностей для того, чтобы суметь предвидеть ситуации, которые ведут к снижению интереса соискателей к тем или иным сторонам трудовой деятельности.

Потенциальные сотрудники в процессе поиска работы сравнивают свои запросы к потенциальному работодателю с имиджем компании. По этой причине, помимо знания самих запросов претендентов, знание имиджа организации и ее конкурентов на рынке труда является важной задачей маркетинга персонала.

Каждый сотрудник находится на определенном этапе отношения к организации. И на каждом из этапов важно применять подходящие инструменты привлечения

В связи с этим выделены следующие этапы процесса привлечения персонала – рис.1.: привлекательность, предпочтение, адаптация, первоначальная лояльность, лояльность, принадлежность, приверженность.

На ранних фазах поиска работы установки потенциального работника определяют, насколько данная компания отнесена к приемлемому набору. Этот набор включает все компании, которые соискатель признает потенциальными работодателями и куда он серьезно намеревается отправить резюме. Такая форма установки названа «привлекательностью». Инструментом привлечения здесь является известность и кадровый имидж работодателя.

На последующих фазах поиска работы претендент вступает в контакт с работодателем. Он детально рассматривает решение о возможности найма в эту компанию. Новая информация о работодателе и личный опыт прохождения отдельных этапов отбора в прошлом дополняют его картину о компаниях, рассматриваемых в качестве потенциальных работодателей.

Претендент будет выбирать то предложение, которое наиболее соответствует его запросам. Эту длительную, рациональную и действенную форму установки следует называть «предпочтением». В качестве инструментов привлечения может быть рекомендован анализ конкурентных предложений, разработка способов аргументации за компанию, предположение дополнительных параметров, которые могут быть важны для потенциального кандидата, исходя из его специфики потребностей, целей, мотивации.

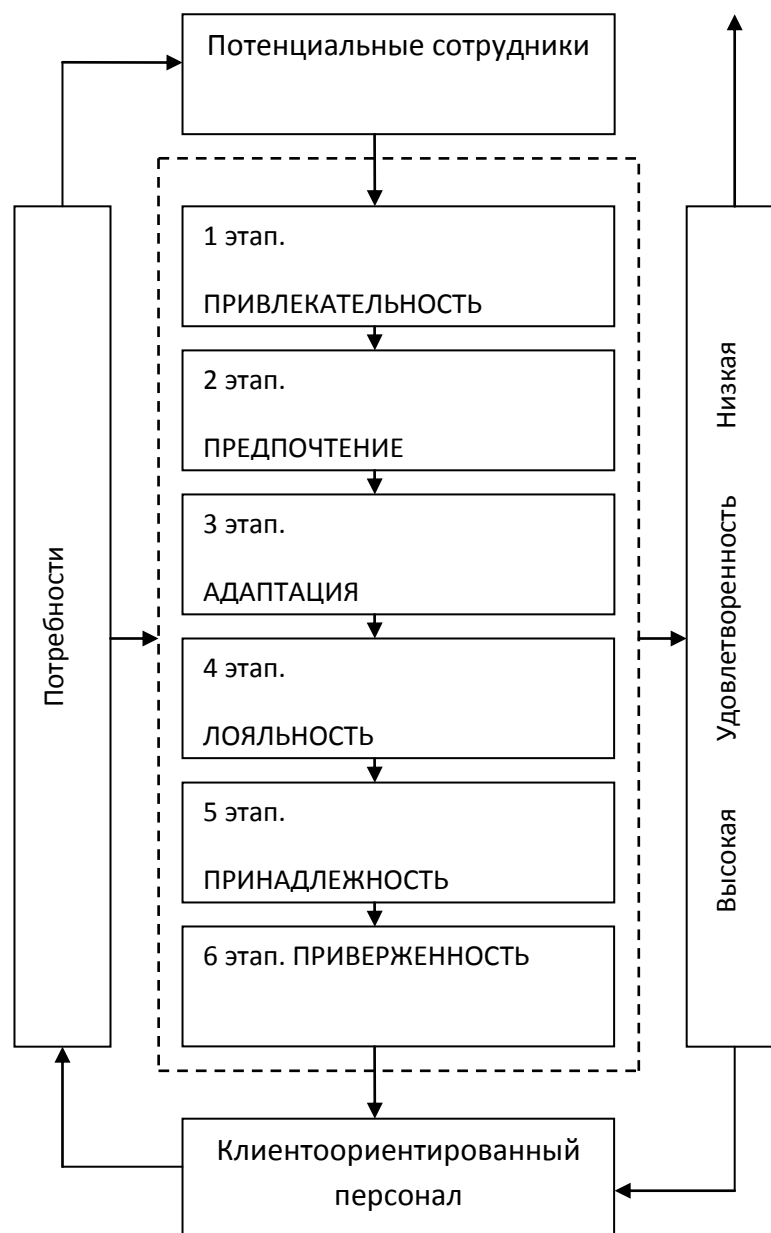


Рис. 1. Процесс привлечения персонала

Поступив на работу в организацию, сотрудник проходит несколько первых этапов «адаптации». Он может длиться до полугода. В это время сотрудника беспокоит, насколько он быстро освоит работу (тем более, если деятельность незнакомая), как его воспримет коллектив, сможет ли он оправдать ожидания и так далее.

Одновременно он присматривается, решая, будет он здесь работать или нет, устраивает ли его уровень оплаты, взаимоотношений, нравится ли ему та деятельность, которой занимается компания, ее услуги, ее имидж. На этом этапе вопрос лояльности не стоит.

Здесь возможны следующие мероприятия: наставничество (при этом для наставника деятельность по привлечению должна быть мотивирующим фактором), невысокие требования к показателям результативности труда (для возможности их перевыполнения) и т.п.

На следующем этапе – «лояльности» сотрудник начинает внедряться в систему, знакомиться и принимать корпоративную культуру. Он называет себя частью компании, хотя может этого пока не ощущать. На этой стадии нужно активно воздействовать на мотивацию сотрудника, знакомить его с корпоративной культурой, активно включать человека в организацию и проведение внутрикорпоративных мероприятий (конференций, презентаций, праздников), начать обучение необходимым профессиональным навыкам, организовывать тренинги командообразования, направленные на улучшение взаимодействия сотрудников, совершенствующие внутрифирменные коммуникации.

Следующий этап - этап «принадлежности» к компании, где сотрудник ощущает себя частью коллектива, активно работает, узнает и распознает не только ценность программ, но и свое место в них, принимает самостоятельные решения, становится активным защитником корпоративных ценностей. Такого сотрудника можно привлекать в качестве наставника. С этого этапа можно без страха и риска того, что сотрудник уйдет, давать ему большие полномочия и возможности, способствовать его карьерному росту и личностному развитию.

Последний этап - этап «приверженности». Обычно люди, дошедшие до этого этапа, играют ключевые роли в компании. Человек на данном этапе не может отделить себя от организации и ощущает себя незаменимой ее частью. Он активно развивает свою компанию. Такого уровня можно достичь, если компания постоянно развивается и в ней есть возможности для роста сотрудников.

Перемена в поведении, обусловленная привлечением и опытом сотрудника связана с удовлетворенностью. Переход от одного этапа к другому означает удовлетворение потребностей. В случае, если ожидаемая удовлетворенность не наступает, каждый этап может закончиться принятием решения об окончании трудовых отношений между работником и работодателем.

Таким образом, применение методологии маркетинга и проведение маркетинговых исследований рынка труда (внутреннего и внешнего по отношению к организации) будет способствовать определению ее конкурентных преимуществ в борьбе за лучших представителей целевой группы как потенциальных, так и штатных сотрудников, что приведет к повышению эффективности реализации процесса привлечения и удержания персонала организации.

С.В. Гайсина
старший преподаватель кафедры
инновационных образовательных технологий СПб АППО
г. Санкт-Петербург
s_v@bk.ru

Профессиональная компетентность учителя в условиях информационного общества

Рассматриваются современные подходы в оценивании профессиональной и ИКТ-компетентности, их взаимосвязь, место ИКТ-компетентности в общей структуре профессиональной компетентности, предлагается модель профессиональной компетентности учителя, отражающая многогранность и динамичность изменений личности гражданина информационного общества.

Ключевые слова: профессиональная компетентность учителя; ИКТ-компетентность; информационная культура

В шестидесятых годах прошлого века впервые появляются работы по оценке профессиональной компетентности педагога. Большой вклад в теорию профессиональной компетентности педагога внесли отечественные исследователи И.А. Зимняя, Н.В. Кузьмина, А.К. Маркова, Л.М. Митина, В.А. Козырев, А.П. Тряпицына, Н.Ф. Радионова и др.

В частности, И.А. Зимней выделены три подхода к определению профессиональной компетентности учителя⁸: личностно значимый, социально значимый и процессуально значимый.

С позиции личностно значимого подхода в центре внимания - отношение педагога к самому себе, его ценностно-смысловые ориентации и личностные характеристики (Б.К. Ананьев, Л.М. Митина, А.К. Маркова и др.). Значимым понятием в определении профессиональной компетентности является профессионализм, рассматриваемый как мера совершенства, а сама профессиональная компетентность – как степень приближения к идеалу.

С позиции социально значимого подхода профессиональная компетентность учителя определяется на основе отношения педагога к социальному взаимодействию и социальной сферы (А.А. Вербицкий, В.В. Кузнецов и др.). Основным положением является адекватность видов деятельности учителя формированию социально значимых компетентностей учащегося.

При использовании процессуально значимого подхода ведущими являются отношение к деятельности человека и процессуальные составляющие педагогической деятельности (Н.В. Кузьмина, В.А. Сластенин, И.Ф. Исаев и др.). Значимым понятием выступает сам процесс (педагогический, воспитательный, образовательный и др.).

С появлением школьного курса информатики, призванного отразить реалии информационного общества, в 1987 году был введен термин «компьютерная культура» (А.П.Ершов, В.М.Монахов), который включал в себя наряду с владением компьютерным моделированием и «...умение применить школьную ЭВМ к решению практических задач на материале общеобразовательных дисциплин и предметов трудового обучения»[7].

Развитие информационных коммуникационных технологий, модернизация образования, в том числе и присоединение России к Болонскому процессу, определили новые требования к компетентности учителя и учащихся. Для оценивания умений и навыков владения компьютером, информационными коммуникационными технологиями была введена новая характеристика деятельности педагога, ИКТ-компетентность.

В 2005 году Национальный фонд подготовки кадров принимает ИКТ-компетентность как один из индикаторов успешности проекта «Информатизация системы образования». Информационная и коммуникационная компетентность в рамках этого проекта определяется как способность учащихся и педагогов использовать информационные и коммуникационные технологии для доступа (поиска) к информации, ее определения (идентификации), интеграции (организации), управления (обработки), оценки (анализа), а также ее создания (продуцирования) и передачи (распространения). Эта способность должна быть достаточной для того, чтобы успешно жить и трудиться в условиях информационного общества [4].

Культура, как специфический способ организации и развития человеческой жизнедеятельности, представленный в продуктах материального и духовного производства, в системе социальных норм и учреждений, в духовных ценностях, в совокупности отношений людей к природе, между собой и к самим себе, как совокупность качеств личности претерпевает изменения в условиях информационного общества.

Термин «Информационная культура» впервые был введен библиографами в конце 70-х годов. В 1993 году в Международной Академии информатизации было создано отделение информационной культуры, занимавшееся исследованием данного понятия.

С развитием информационных коммуникационных технологий понятие информационной культуры дополнялось различными методами обработки информации с помощью компьютера. «Информационная культура личности – одна из составляющих общей культуры человека; совокупность информационного мировоззрения и системы знаний и умений, обеспечивающих целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционных, так и новых информационных и технологий.

Является важнейшим фактором успешной профессиональной и непрофессиональной деятельности, а также социальной защищенности личности в информационном обществе»[5].

На современном этапе существует два подхода к оцениванию компетентности владения компьютером и информационно-коммуникационными технологиями.

Первый – представляет информационную компетентность как составляющую ИКТ-компетентности, другой – ИКТ-компетентность рассматривает как составляющую информационной культуры.

С позиций первого подхода ИКТ-компетентность определяется как способность владения компьютерными средствами и технологиями и рассматривается как самостоятельный вид в ряду компетентностей (И.В. Роберт, С.В. Панюков, А.А. Кузнецов, А.Ю. Кравцов, А.А. Елизаров, В.Ф. Бурмакина, И.Н. Фалина, Е.Ю. Заболотнова и др.). ЮНЕСКО рассматривает ИКТ-компетентность как составляющую профессиональной компетентности учителя, а информационные коммуникационные технологии как инструмент не только экономического, но и нравственного развития общества [2].

В.Ф. Бурмакина и И.Н. Фалина дают определение ИКТ-компетентности учителя как уверенное владение всеми составляющими навыками ИКТ-грамотности для решения возникающих вопросов в учебной и иной деятельности при сформированности обобщенных познавательных, этических и технических навыков [3]. ИКТ-грамотность рассматривается как совокупность умений владения компьютером и информационными технологиями.

Второй подход в качестве центрального понятия выделяет понятие «информация». А.А. Ахаян, В.И. Богословский, В.А. Извозчиков, М.Н. Потемкин, О.Н. Шилова, А.Л. Семенов, А.Ю. Уваров определяют владение технологиями и методами работы с информацией при помощи компьютерных средств и технологий как составную часть информационной компетентности. О.Н.Шилова рассматривает под информационной компетентностью педагога - «способность учителя решать задачи формирования и освоения информационно-педагогической среды как профессионально-педагогической деятельности на базе теоретических знаний и выработанных на их основе практических способов использования современных информационных технологий».

На основании вышесказанного можно выделить общие черты ИКТ-компетентности и информационной культуры:

- Информационно-коммуникационная компетентность связывается непосредственно с владением современными компьютерными технологиями и с овладением общей культурой: этическими нормами и правилами поведения в обществе, нормами морали и общечеловеческими ценностями.

- Компетентное владение информационными технологиями оказывается невозможным при отсутствии коммуникативной культуры.

Модернизация образования и научно-технический прогресс определяют дальнейшее расширение состава профессиональных компетентностей учителя во владении компьютером и информационными технологиями.

Информатизация и технологизация всех сторон жизни, в том числе и образовательного процесса, изменяют качественные характеристики личности, определяемые как культура гражданина информационного общества. Возникает необходимость структурировать взаимосвязи ИКТ-компетентности и профессиональной компетентности учителя.

В нашем исследовании мы предлагаем рассматривать ИКТ-компетентность как составляющую информационной культуры и профессиональной компетентности, в отличие от ЮНЕСКО, интегрирующего педагогические умения в ИКТ-компетентность. Информационную культуру определяем как составляющую общей культуры гражданина информационного общества.

Профессиональная компетентность рассматривается нами с позиций личностно-значимого подхода как интегративное качество личности и как способность педагога превращать специальность, носителем которой он является, в средство формирования личности учащегося с учетом ограничений и предписаний, накладываемых на учебно-воспитательный процесс требованиями педагогической нормы [9, с.89-90].

Профессиональная компетентность может быть представлена через совокупность психолого-педагогических характеристик, проявляющихся в различных видах деятельности учителя: гностической, проектировочной, конструктивной, организационной и коммуникативной. Идея матричного описания психолого-педагогической компетентности учителя была предложена в 1998 году М.Г. Ермолаевой⁶ и разработана на основе научных идей И.А. Колесниковой, Н.В. Кузьминой, А.К. Марковой, Л.И. Митиной, С.Г. Вершловского.

Модель включала 7 блоков: личностно-гуманное отношение учителя к учащемуся и к самому себе; системное видение педагогической реальности, знание предметной области, владение образовательными технологиями, креативность, рефлексия, интеграция с педагогическим опытом.

В зависимости от того, как учитель выстраивал взаимосвязи этих семи компонентов, можно было судить о его педагогической парадигме. Впоследствии линейная модель заменена на матричную структуру.

Были выделены значимые умения, соответствующие каждому компоненту педагогической деятельности и каждому виду деятельности как характеристики личности: гностическая деятельность (ГД), проектировочная деятельность (ПД), конструктивная деятельность (КД), организаторская деятельность (ОД), коммуникативная деятельность (КМД).

Компоненты педагогической деятельности:

- личностно-гуманное отношение учителя к учащемуся и к самому себе (ЛГО)
- системное видение педагогической реальности (СВПР),
- знание предметной области (ЗПО),
- владение образовательными технологиями (ВОТ),
- креативность (К),
- рефлексия (Р),
- интеграция с педагогическим опытом (ИПО).

В соответствии с представлениями В.Н.Мясищева о многогранности и динамичном изменении личности, и А.Н.Леонтьева, рассматривающего деятельность субъекта в качестве исходной «единицы» психологического анализа личности [10] нами была выстроена модель профессиональной компетентности (см. рис.1).

«Личность имеет характеристику не линейную и не плоскостную. Если пользоваться пространственным образом, личность представляет не только трехмерную величину, как статуя, но, в отличие от нее, как все живое, она динамична и *различно в разных системах меняется* в процессе жизни»[9]. Матрица М.Г. Ермолаевой была дополнена введением уровней освоения: эмоциональный(1), содержательный(2) и деятельностный (3).

Специфические умения, соответствующие деятельности педагога в информационно-образовательном пространстве выделены в каждом виде деятельности в отдельные подгруппы (см. рис.1). Эти подгруппы являются составляющими ИКТ-компетентности.

С течением времени, меняется набор умений, понимаемый под «навыками уверенного пользователя компьютера». Дифференциации способностей владения компьютерными технологиями на два уровня ИКТ-компетентность и ИКТ-грамотность на сегодняшний день недостаточно, т.к. это не позволяет однозначно оценить:

1. Уровень владения непосредственно компьютерными технологиями.
2. Эффективность встраивания компьютерных технологий в урок (обоснованное применение ИКТ в образовательном процессе, достижение новых результатов, сокращение времени на изучение и достижение поставленных целей и т.п.)
3. Уровень информационной культуры как условие жизни в информационном обществе (умение представлять, обрабатывать, передавать, принимать, структурировать информацию, выделять главное)

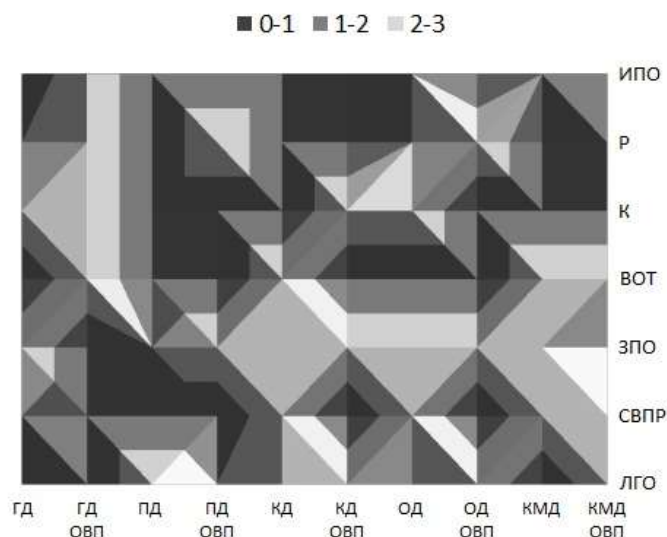


Рисунок 1. Графический профиль модели ПК учителя

На сегодняшний день уверенное владение текстовым редактором и редактором презентаций не отражает современный уровень развития технологий. Педагоги, имея разный уровень владения компьютером и использования информационных коммуникационных технологий, могут органично встраивать их в урок и добиваться повышения эффективности образовательного процесса.

Например, можно самостоятельно создавать программные мультимедийные интерактивные Flash-приложения или редактировать текстовый Google-документ. Формирование ИКТ-компетентности, как составляющей информационной культуры и профессиональной компетентности, можно рассматривать как процесс, развивающийся в двух направлениях: расширение виртуальной среды (взаимодействие на уровне локального компьютера, взаимодействие в локальной сети образовательного учреждения и взаимодействие в глобальной сети) и усложнение выполняемых действий, организуемых процессов и сред, в частности на локальном компьютере.

Эволюция компьютерной техники и информационных технологий позволяет ввести новый термин «уровень освоения виртуального пространства» (см. табл.1).

Функциональная компьютерная грамотность в освоении виртуального пространства

Таблица 1

Виды деятельности, определяющие уровень компьютерной грамотности	Уровни освоения виртуального пространства		
	Освоение виртуального пространства локального компьютера	Освоение виртуального пространства локальной сети	Освоение виртуального пространства глобальной сети
Ориентация в виртуальном пространстве	Понимание событий, происходящих на экране компьютера: загрузка операционной системы, открытие документа, приложения, программы. Умение ориентироваться в виртуальном пространстве компьютера (в каком сеансе, на каком диске, в какой папке, в каком файле хранится личная (необходимая) информация).	К предыдущему уровню добавляется понимание принадлежности документов к рабочей группе, рабочей станции.	К предыдущему уровню добавляется понимание доменной структуры размещения, видов веб-документов статический (динамический) в глобальной сети (электронная почта, сайт, блог, портал, социальная сеть); активный гаджет, виджет, плейкаст и пр.)
Действия с мономедийными документами	Создание, сохранение, копирование, переименование (перемещение), чтение (открытие), удаление, восстановление документа или ресурса		
	в виртуальном пространстве одного компьютера	в виртуальном пространстве локальной сети	в виртуальном пространстве глобальной сети
Редактирование информации одного вида - мономедийных документов (текст или графика или аудио и пр.)	с использованием информационных ресурсов программных сред, размещенных в виртуальном пространстве одного компьютера	с использованием распределенных в локальной сети информационных ресурсов и программных сред	с использованием распределенных в глобальной сети информационных ресурсов и программных сред
Действия над документами по преобразованию вида информации (или формата документа)	конвертирование, организация связанных документов, архивация, импорт, экспорт, монтаж видео, конкатенация, синхронизация информационных объектов и (или) потоков и т.д.		
	с использованием ресурсов одного компьютера, в том числе и программных сред	с использованием распределенных в локальной сети ресурсов	с использованием распределенных в глобальной сети ресурсов
Самостоятельная организация виртуального пространства (самоидентификация в виртуальном пространстве)	Создание: файла, папки, диска, сеанса. Проверка целостности и работоспособности виртуального пространства: антивирусная проверка, дефрагментация	Домен, рабочая группа, сетевое имя компьютера	Статическая/динамическая виртуальная среда. Личный сетевой профиль (аватар, визитка), аккаунт (логин), сетевое имя (ник)

Умения в освоении виртуального пространства отражают уровень функциональной компьютерной грамотности во владении компьютером и информационными коммуникационными технологиями.

Например, можно организовать работу с текстовым документом или создать личное виртуальное пространство, как на одном компьютере (1 уровень), так и в локальной сети (2 уровень) или в глобальной сети (3 уровень). Уровень профессиональной компетентности (см. табл.2) в этом случае лишь косвенно зависит от уровня функциональной компьютерной грамотности, а определяется умением органично встраивать в урок

использование компьютера и информационных коммуникационных технологий в соответствии с характеристиками профессиональной компетентности.

В соответствии с предложенной структурой ИКТ-компетентности уровень профессиональной компетентности оценивается в соответствии с компонентами профессиональной деятельности учителя и не зависит от используемого ИКТ-средства (локальный компьютер, локальная или глобальная сеть).

При таком подходе основополагающим положением является *педагогически целесообразная организация образовательного процесса независимо от среды взаимодействия (реальная или виртуальная)*, значимым является проявление профессиональных качеств учителя.

Фрагмент* матрицы профессиональной компетентности и примерные критерии оценивания при организации педагогического взаимодействия в виртуальном пространстве

Таблица 2

Сферы педагогической деятельности	Качественные параметры оценивания	Количественные параметры		
		1балл	2балла	3балла
лично-гуманное отношение к учащемуся например, проявляется в умении создавать доброжелательную, творческую атмосферу эффективного взаимодействия с учащимися и учащих между собой	гуманная стилистика текстов, обращений к учащемуся с учетом возраста, речевая направленность, диалогичность	наличие обращения с учетом возраста	обращение к учащемуся с учетом возраста на всех этапах взаимодействия	диалог, полилог, обращение к учащемуся с учетом возраста на всех этапах взаимодействия
	наличие удобной навигации, предоставляющей быстрый поиск необходимых заданий и разделов курса	менее трех или более 12 пунктов меню/ содержания/ оглавления	от трех до 12 пунктов меню (содержания, оглавления)	вложенные меню, раскрывающиеся списки, автоматически собираемые оглавления
лично-гуманное отношение к учащемуся например, проявляется в умении создавать доброжелательную, творческую атмосферу эффективного взаимодействия с учащимися и учащих между собой	структурированные гипертекстовые документы, учитывающие разнонаправленность образовательных интересов и личные особенности учащихся	структурированные тексты, содержащие до трех гиперссылок	структурированные тексты, содержащие от трех до 12 гиперссылок	структурированные тексты, содержащие более 12 гиперссылок
	доступные пониманию учащегося критерии оценивания	критерии приведены в общем виде	развернутые критерии оценивания приведены только для части заданий	критерии приводятся с учетом специфики и времени выполнения заданий
	инструкции о способах выполнения заданий технологического характера, например, по созданию	инструкции выполнения приведены в общем виде	детальные инструкции приведены в текстовом виде по технологии	детальные видео инструкции по выполнению конкретных заданий

Сферы педагогической деятельности	Качественные параметры оценивания	Количественные параметры		
		1балл	2балла	3балла
	видеофильма в качестве домашнего задания			
	способы организации взаимодействия учителя и учащихся	информирование	индив. задания, раскрывающие личностные особенности учащегося, позволяющие реализовать деятельностный подход	совместная деятельность исследовательского характера в on-line режиме в соответствии с личными образов. интересами учащегося
	наличие обратной связи с учителем	информирование	off-line режим	информирование, on/off-line-консультации
системное видение педагогической реальности например, проявляется в умении планировать и организовывать целостный образовательный процесс	Установление внутрпредметных и межпредметных связей	На уровне фактов	Структурные связи	Причинно-следственные связи
	материалы, отражающие спектр вариантов изложения темы	текст, графика	текст, графика, видео, аудио, интерактивные задания	текст, графика, видео, аудио интерактивные задания исследовательского характера
знание предметной области , например, знание конкретных методических приемов и способов организации и учебной и воспитательной деятельности	дифференцированность в критериях оценивания, например, в соответствии с таксономией Б.Блума ¹	1-2 уровень (знание, понимание)	1-4 уровень (знание, понимание, применение, анализ)	1-6 уровень (знание, понимание, применение, анализ, синтез, оценка)
	справочные материалы по изучаемой теме энциклопедического характера	до 10 гиперссылок	от 10 до 20 гиперссылок	более 20 гиперссылок
	материалы, расширяющие кругозор учащегося	до 3 ресурсов	от 3 до 5 ресурсов	более 5 ресурсов
владение ОТ например, владение продуктивными способами организации взаимодействия с учениками и учеников между собой	соответствие используемых технологий заявленным целям и задачам	традиционные технологии	целесообразное включение в образовательный процесс инновационных приемов и способов	эффективное использование инновационных образовательных технологий
креативность например, умение выбирать и гибко менять тип поведения в	нестандартные /творческие задания для учащихся	задания из учебника	готовые задания из интернета	авторские нестандартные /творческие задания для учащихся

Сферы педагогической деятельности	Качественные параметры оценивания	Количественные параметры		
		1балл	2балла	3балла
общении в зависимости от педагогической задачи.				
рефлексия , например, умение сопоставлять планируемое и реализованное, вносить необходимую коррекцию	индивидуальная и (или) групповая рефлексия образовательных и личностных результаты	рефлексия отношения	групповая рефлексия образовательных результатов	индивидуальная рефлексия метапредметных, предметных и личностных результатов
интеграция с педагогическим опытом , например, умение продуктивно взаимодействовать с опытом коллег, инновационным опытом	организация совместной деятельности с коллегами-педагогами, представителями других классов, образовательных учреждений, социальных партнеров школы и т.п.	использование чужих ресурсов с указанием авторства	привлечение коллег, например, при организации проектной деятельности учащихся	организация совместной деятельности коллег-педагогов, представителей других классов, образовательных учреждений, социальных партнеров школы

** В виду ограниченности возможностей при публикации развернутая матрица здесь не приводится, но будет представлена в диссертационном исследовании.*

Детализация гностических, проектировочных, конструктивных, организационных и коммуникационных способностей и умений по кластерам педагогической деятельности позволяет диагностировать профессиональную компетентность в процессе обучения на курсах повышения квалификации и выявлять причины затруднений.

Предложенные подходы к оцениванию ИКТ-грамотности (уровни освоения виртуального пространства), ИКТ-компетентности (эмоциональный, содержательный и деятельностный уровни) позволяют оценить ИКТ-компетентность как составляющую ПК и общей культуры гражданина информационного общества.

Предложенная общая трехмерная структура профессиональной компетентности учителя отражает взаимосвязи между педагогической деятельностью, деятельностью, связанной с владением компьютером и информационными технологиями, и информационной культурой. Данный подход может быть использован и для оценивания способностей (гностических, проективных, конструктивных, организационных, коммуникативных) как качеств личности.

Достоинством этого подхода является то, что для оценивания ИКТ-компетентности и профессиональной компетентности используется модель, отражающая многогранность и динамичность изменений личности педагога.

Литература

1. Bloom, B. S., Engelhart, M. D., Furst, E. J., Hill, W. H., & Krathwohl, D. R. (1956). Taxonomy of educational objectives: the classification of educational goals; Handbook I: Cognitive Domain New York, Longmans, Green, 1956.
2. Ict competency standards for teachers. UNESCO.-УК.: METIA, 2008. <http://cst.unesco-ci.org/sites/projects/cst/The%20Standards/ICT-CST-Competency%20Standards%20Modules.pdf>. 10.05.2011
3. Бурмакина В.М., Зелман М., Фалина И.Н. Большая семерка (Б7). Информационно-коммуникационно-технологическая компетентность: методическое руководство для подготовки к тестированию учителей. – М.:2007г. (URL-доступ: <http://edu.of.ru/attach/17/34253.pdf>, дата обращения 10.01.2012)
4. В основе рамки теста лежит концепция Ассоциации библиотек образовательных и научных учреждений -ACRL standarts (list of the ICT skills)
5. Гендина Н.И., Колкова Н.И., Скипор И.Л., Стародубова Г.А. Формирование информационной культуры личности в библиотеках и образовательных учреждениях: Учебно-метод. пособие. – 2-е изд., перераб. – М.: Школьная б-ка, 2003. – 296 с.
6. Ермолаева М.Г. Становление субъекта профессиональной педагогической деятельности в педагогическом колледже: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. 13.00.01: общая педагогика.– Сакт-Петербург,1998.–169с.
7. Ершов А.П. Школьная информатика в СССР: от грамотности к культуре, доклад на второй международной конференции «Дети в мире компьютеров», 1987:Архив академика А.П.Ершова (URL-доступ: <http://ershov.iis.nsk.su/archive/eaimage.asp?did=3093&fileid=83759>, 22.11.2012)
8. Зимняя И.А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата современного образования. URL-доступ: <http://www.eidos.ru/journal/2006/0505.htm> (дата обращения: 26.10.2012)
9. Кузьмина Н.В. Профессионализм личности преподавателя и мастера производственного обучения. – М., 1990.
10. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность, – М.: Политиздат, 1975
11. Мясищев В. Н. Психология отношений, – М.:МПСИ,2011.–400с.

Т.М.Ткачева
кандидат физико-математических наук, доцент
Московский автомобильно-дорожный
государственный технический университет
tatmihtka@rambler.ru

Образовательная среда как фактор повышения качества образования: опыт МАДИ

Исследуется образовательная среда как фактор повышения качества образования, представлен опыт МАДИ

Ключевые слова: качество образования; образовательная среда; научно-образовательная среда; социокультурное развитие

На заседании Совета по науке и образованию 29 октября 2012 года президент России В.В. Путин отметил: «Именно уровень развития науки, технологий, образования, качество человеческого капитала, в широком смысле этого слова, и определяют лидерство в современном мире... Наша с вами общая задача – в том, чтобы последовательно, используя лучший отечественный и мировой опыт, сформировать в России научно-образовательную среду, отвечающую требованиям сегодняшнего дня, стратегическим приоритетам развития Российской Федерации» [1].

Образовательная среда

Образовательная среда не является материальным условием деятельности, однако, без ее создания педагогический процесс будет неполным. Благодаря образовательной среде возникает субъективный опыт восприятия действительности. Этот опыт, социальное окружение способствуют проявлению и осознанию собственной идентичности в образовательной практике. Образовательная среда, и особенно научно-образовательная среда возникает как результат коммуникации и взаимодействия всех участников педагогического процесса. Ее образование и то, что она генерирует нельзя рассматривать по отдельности.

По мнению В.И. Слободчикова [2], образовательная среда «не есть нечто однозначно и наперед заданное, среда начинается там, где происходит встреча (сретенье) образующего и образуемого; где они совместно начинают ее проектировать и строить — и как предмет, и как ресурс своей совместной деятельности; и где между отдельными институтами, программами, субъектами образования, образовательными деятельностями начинают выстраиваться определенные связи и отношения».

Исследования, посвященные проблемам развития образовательной среды, выделяют особую роль и место в ней педагога (С.Г. Вершловский, В.Г. Воронцова, Е.И. Казакова, Ю.Н. Кулюткин, В.В. Селиванов,) [3]. Личность педагога признается ключевым фактором развития

образовательной среды. Педагог включен в личностно-значимую профессиональную среду, благодаря этому он может эффективно способствовать развитию оптимальной образовательной среды.

Отметим, что организация образовательной среды является одной из ключевых управленческих педагогических задач. Важнейшей частью такой задачи является организация развивающих возможностей образовательной среды или, другими словами, создание таких образовательных ресурсов, которые способствовали бы развитию свободной и активной личности. Создание образовательной среды подчеркивает важность обучения, обеспечивает усвоение всесторонних знаний, навыков, формирование и развитие компетенций. Образовательная среда помогает реализации всех функций обучения, усвоению всех элементов содержания образования.

Образовательную среду можно рассматривать как подсистему социокультурной среды [4]. Она обеспечивает целостность специально организованных педагогических условий развития личности. Ведущими характеристиками образовательной среды являются ресурсный потенциал и способы ее организации. Среда, организованная как единство многообразия, обеспечивает социокультурное развитие разным субъектам: отдельным людям, общностям, образовательным системам.

Саморазвитие и самостоятельная работа обучающихся

Главная цель современного образования в вузе – формирование способности студента к *саморазвитию*, воспитание духовности и развитие саморазвивающейся, творческой, самоактуализирующейся личности, способной адаптироваться к различным жизненным условиям и успешно решать любые встающие перед ней задачи в условиях неопределенности и быстрых перемен. Подготовка студентов с такими способностями предполагает, что педагогический коллектив состоит из творческих личностей.

Творческая образовательная среда ориентирована на развитие инициативы, самостоятельности каждого студента. Важной подсистемой развивающей образовательной среды является учебно-техническая среда профессионально-личностного саморазвития студентов (обучающихся). Разумеется, то же самое можно сказать относительно повышающих свою квалификацию и молодых, и опытных преподавателей.

Традиционная дидактика саморазвития направлена в основном на преподавателя, а дидактическая культура саморазвития студента до настоящего времени чаще всего осваивается методом «проб и ошибок». Это сдерживает решение проблемы обучения студентов творческой рефлексии, а также стимулирование саморазвития общепознавательных умений, развитие способностей к самооценке и самоконтролю в познавательной деятельности.

Проблемы качественного совершенствования процесса профессионального образования, ориентированного на условия рыночной экономики, причем экономики, «основанной на знаниях», требующей

профессиональной мобильности от всех профессионалов, являются ключевыми для подлинного понимания основ и сущности профессионального развития любого специалиста.

В настоящее время преподавательский коллектив МАДИ осуществляет системную исследовательскую деятельность, направленную на выявление латентно существующих резервов для обеспечения подготовки таких специалистов уже сегодня. Среди таких резервов назовем расширение возможностей образовательной среды, обеспечение условий для саморазвития студентов

На кафедре инженерной педагогики МАДИ творческая учебно-техническая среда создается совместными усилиями коллектива педагогов-единомышленников и студентов. Педагогика сотрудничества – активно развивающееся направление инженерной педагогики. В центре инженерной педагогики МАДИ [5] творческая образовательная среда создается усилиями молодых и опытных преподавателей, повышающих свою квалификацию в соответствии с рекомендациями Международного общества инженерной педагогики в рамках изучения дисциплины «инженерная педагогика».

Смещение акцента с односторонней активности преподавателя на самостоятельное учение, ответственность и активность учащихся способствует формированию компетенций. Происходит изменение характера взаимоотношений между преподавателем и студентом: преподаватель выполняет функции координатора и партнера, «тьютера», «наставника».

В учебном процессе следует ориентировать студентов на совместную с педагогами деятельность в качестве полноправных партнеров. Сотворчество субъектов образования способствует созданию подлинно демократической атмосферы на занятиях, раскрепощению учащихся, проявлению креативности, побуждает их к самовыражению, реализации собственного творческого потенциала. Эвристические и исследовательские методы обучения, с акцентом на групповые формы работы (проектные) являются особенно эффективными. Такое обучение становится не только эффективным средством познания, но и средством ценностного осмысления личностью своего отношения к миру, к профессии, к самому себе.

Одним из результатов эффективной образовательной среды является достижение индивидуально-психологической зрелости обучающихся [6]. Слушатели проявляют готовность к самостоятельному прогнозированию своего поведения в любых жизненных ситуациях, умеют добывать нужную информацию и анализировать ее применительно к целям, связанным с решением конкретных и нестандартных ситуаций во всех сферах жизнедеятельности.

Это позволяет в дальнейшем не просто самостоятельно отслеживать собственные действия, но и проявлять оценочную рефлекссию на основе сформированного самосознания и объективной непредвзятой оценки своих мыслей, действий, поступков.

Эффективность образовательной среды также реализуется в умении обучающихся выработать способность к обоснованному прогнозированию и планированию собственного поведения, принятию обдуманых решений, умению соотносить их со своими возможностями и нести за них ответственность перед собой.

Научно-образовательная среда, лаборатория инженерно-педагогических исследований МАДИ

Одной из важнейших черт эффективной образовательной среды является ее научная база. Соответственно, можно сказать, что научно-образовательная среда необходима для успешной модернизации высшего образования. В МАДИ на базе кафедры инженерной педагогики создана научно-исследовательская лаборатория инженерно-педагогических исследований. Как уже было сказано, процессы самовоспитания, саморазвития и самореализации начинаются с самопознания. В связи с этим одной из основных задач этой лаборатории является диагностика индивидуально-психологических (личностных и интеллектуальных) особенностей всех субъектов образовательного процесса.

Целью такой диагностики является ориентация преподавателей всех учебных дисциплин на организацию учебного процесса с учетом индивидуальных особенностей студентов.

При обучении студентов необходимо иметь объективную информацию об особенностях высшей нервной деятельности студентов – индивидуальных свойствах нервной системы (темперамента), функциональной симметрии-асимметрии полушарий головного мозга (ФСА), индивидуальных когнитивных стилях, поскольку эти особенности определяют различия в восприятии и переработке информации студентами и, как следствие, - эффективность образовательного процесса для каждого из них.

В лаборатории планируется выполнение исследований и практических разработок, ориентированных на решение реальных проблем социально значимых транспортной и дорожной отраслей отечественной экономики. Приведем некоторые темы исследований:

1. Диверсификация образовательных программ в инженерном образовании;
2. Проектно-технологический подход в образовании;
3. Проектирование технологий реализации социально значимых проектов;
4. Педагогические технологии интеграции образования с фундаментальной и прикладной наукой, современным производством и бизнесом;
5. Особенности педагогических процессов в условиях открытого информационно-образовательного пространства (виртуальные классы);
6. Возможности электронных образовательных ресурсов нового поколения (*ЭОР НП*) для создания организационно-педагогических условий инновационного взаимодействия преподавателей и обучающихся (студентов и слушателей Центра по подготовке и переподготовке преподавателей технических вузов).

7. Электронные образовательные ресурсы нового поколения (*ЭОР НП*) как инновационные средства организации самостоятельной, саморазвития и непрерывного самообразования работы студентов;
8. Проектный подход к формированию профессиональной компетентности бакалавров, специализирующихся в области проектирования, конструирования и разработок автомобильно-дорожного содержания.

Целью социальных проектов, на которые ориентированы перспективные исследования лаборатории, направлены на повышение уровня качества жизни людей. В настоящее время междисциплинарные социальные проекты выполняются специалистами, занимающимися самыми разными видами творческой, интеллектуальной практической деятельности. Они имеют гуманистический характер и высокую степень актуальности [7].

Научная и педагогическая деятельность преподавателей кафедры инженерной педагогики, осуществляемая в рамках работы в центре повышения квалификации и подготовки преподавателей технических университетов и инженерных вузов - центре инженерной педагогики (ЦИП) – также представляет собой социальный проект, и он успешно выполняется [8].

Виртуальные классы, ЭОР НП как часть образовательной среды нового типа

Отметим, что образовательная среда, выстроенная с использованием традиционных подходов, главным из которых является непосредственное взаимодействие преподавателя и обучающегося, становится все больше лишь частью того образовательного пространства, которое существует сегодня.

В настоящее время, когда наблюдается переход из индустриальной эпохи в информационную, формы обучения должны изменяться. Современные средства коммуникации достигли такого уровня развития, что способны на любое расстояние передавать от наставника к обучаемому не только содержание, но и эмоциональный посыл, необходимый для эффективного усвоения новых знаний и навыков. Одновременно с этим беспрецедентно увеличилась свобода выбора, которой обладает новое поколение, составляющее все большую долю наших человеческих ресурсов.

Постижение нового – захватывающий процесс. Потребность в обучении, скорость с которой оно сейчас происходит, лишь увеличиваются. Утолить жажду знаний, обеспечить информационный обмен между людьми помогают современные технологии, открывшие доступ к неисчерпаемым источникам информации. Процесс получения образования становится все более доступным для каждого жителя Земли.

Виртуальный класс – это образовательная среда, созданная в виртуальном пространстве. Задача виртуальных классов – усовершенствовать доступ к передовым практикам получения образования посредством удаленного взаимодействия обучающихся и преподавателей с помощью персональных компьютеров. А также повысить качество и эффективность

обучения, используя для этого взаимного участия в образовательном процессе компьютерные технологии. Взрыв, свершившийся в эпоху знания, изменил представления о том, что надо учить и как это делать. Концепция виртуальных классов – пример революции знания [9].

То, что происходит для реального учебного пространства, не всегда подходит для виртуального. Никакой, даже самый лучший интерактивный курс по традиционной схеме обучения невозможно полностью перенести в виртуальную среду. Учащиеся заснут под мелькание слайдов Power Point. Кроме того, надо помнить о серьезных конкурентах – ЭОР НП, Интернет, а также мешать восприятию информации могут посторонний шум, соседи по аудитории, мобильные телефоны, желание стать «Юлием Цезарем» - выполнение посторонних заданий и т.п.



Рис. 1. Структура виртуальных источников информации

Из-за такого большого количества виртуальных источников информации происходит безостановочное распространение волны знаний в форме множества фрагментов знаний. Следствием этого процесса, построенного на современных технологиях, является распространение идей, инноваций и образования в мировом масштабе. Фрагменты знаний появились как следствие взрыва обучения. Это разрозненные частички информации и знаний. Фрагменты знаний можно получить из множества уже упомянутых источников.

Следует, однако, отметить, что фрагменты знаний необходимо соединить в единое целое. Именно этим процессом и занимается научно-образовательная среда вуза. Научно-образовательная среда вместе с новыми информационными возможностями преобразует процесс передачи знаний и может обеспечить формирование по-настоящему разносторонних и компетентных специалистов для инновационной экономики России.

Литература

1. Режим доступа: <http://президент.рф>
2. Слободчиков В.И. Образовательная среда: реализация целей образования в пространстве культуры // Новые ценности образования: культурные модели школ. Вып. 7. Инноватор-Bennet college. - М., 1997. С. 177–184.
3. С.Г. Вершловский. Взрослый как субъект образования. – Педагогика, 2003, №8, С. 3-8; В.Г. Воронцова. «Развитие социально-педагогических ориентаций учителей в процессе повышения квалификации: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / В. Г. Воронцова; НИИ НОВ АПН СССР. - Защищена 12.12.1990. - СПб., 1990. - 205 с.: табл.. - Библиогр.: с. 153-171; Казакова Е.И. Образованность, ответственность, нравственность: педагогические размышления директора. СПб, Из-во РГПУ, 2006; Кулюткин Ю.Н., Бездухов В.П. Ценностные ориентиры и когнитивные структуры в деятельности учителя. – Самара: СамГПУ, 2002. – 400 с..
4. Селиванов В.В. Истоки петербургской культурологической школы и ее современные перспективы и проблемы // Петербургская Культурология: проблемы и перспективы СПб, 2005.
5. В.М. Жураковский, З.С. Сазонова. «Повышение квалификации научно-педагогических кадров: поиск новых организационных форм», Высшее образование в России, №2, 2010, С. 27 - 31
6. Сухобская Г.С. Понятие "зрелость социально-психологического развития человека" в контексте андрагогики. // Новые знания. 2002. № 4. - с. 17-20.
7. З.С. Сазонова Т.М. Ткачева «Социальный проект: Интеграция традиций и инноваций в подготовке преподавателей технических вузов», Инженерная педагогика» в. 12, том 2, Изд. МАДИ ГТУ, Москва, 2010, С. 182-192.
8. З.С. Сазонова. Центр инженерной педагогики МАДИ: актуальные задачи. Высшее образование в России, № 11, 2010, с. 77-82
9. М. Мердок, Т. Мюллер (Matthew Murdoch, Treion Muller), « Взрыв обучения: Девять правил эффективного виртуального класса (The Learning Explosion: 9 Rules to Ignite Your Virtual Classrooms), Изд. Альпина Паблишер, 2012 г. 192 стр.