

Бочков Д.В.,

к.э.н., доцент кафедры управления образованием, Институт непрерывного образования ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет», e-mail: dionisoren@mail.ru

Нускабаева А.К.,

магистрант 2 курса, ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет», e-mail: Adelinaazamat@mail.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЕМ ИМИДЖЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕДАГОГА В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация

В статье актуализируется проблема управления формированием имиджевой деятельности педагога в системе дополнительного образования. Автором представлена краткая характеристика структуры и содержания магистерской диссертации, отражающей теоретические и практические аспекты проводимого исследования по проблеме. В рамках исследования теоретико-методологических аспектов управления инновационными процессами проведено осмысление понятия «имиджевая деятельность педагога» в системе управления образовательной организацией и дается оценка системной организации структуры управления данным видом деятельности педагога в образовательной организации. Опытно-экспериментальная часть представлена опытнo-экспериментальной работой проведенной на базе ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет» и структурного подразделения Института непрерывного образования. В ходе экспериментальной части дана характеристика деятельности и проведен анализ управления имиджевой деятельностью педагога в ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет», разработана и апробирована системы мероприятий по внедрению модели управления имиджевой

деятельностью педагога.

Ключевые термины и понятия: имидж, имиджевая деятельность, дополнительное образование, дополнительное профессионально образование, педагог, имиджевая деятельность педагога

Bochkov D.V.,

candidate of economic sciences, Associate Professor of education management Orenburg State Pedagogical University (OSPU), Orenburg, Russian Federation, e-mail: dionisoren@mail.ru

Nuskabaeva A.K.,

2st year undergraduate, Associate Professor of education management Orenburg State Pedagogical University (OSPU), Orenburg, Russian Federation, e-mail: Adelinaazamat@mail.ru

THEORETICAL ASPECTS OF THE STUDY OF THE PROBLEM OF MANAGING THE FORMATION OF THE IMAGE ACTIVITY OF A TEACHER IN THE SYSTEM OF ADDITIONAL EDUCATION

Annotation

The article actualizes the problem of managing the formation of the image activity of a teacher in the system of additional education. The author presents a brief description of the structure and content of the master's thesis, reflecting the theoretical and practical aspects of the ongoing research on the problem. Within the framework of the study of theoretical and methodological aspects of the management of innovative processes, the concept of "image activity of a teacher" in the management system of an educational organization is comprehended and an assessment of the system organization of the management structure of this type of activity of a teacher in an educational organization is given. The experimental part is represented by experimental work carried out on the basis of the Orenburg State

Pedagogical University and the structural unit of the Institute of Continuing Education. In the course of the experimental part, the characteristics of the activity are given and the analysis of the management of the image activity of the teacher in the Orenburg State Pedagogical University is carried out, the system of measures for the implementation of the model of the management of the image activity of the teacher is developed and tested.

Key terms and concepts: image, image activity, additional education, additional professional education, teacher, image activity of a teacher

Процессы реформирования российской системы профессионального образования, осуществляемые при переходе к рыночной экономике, и связанные с ними изменения социально-экономических условий функционирования этой сферы предъявляют новые требования к структуре и содержанию различным видам управленческой деятельности, включая такой сегмент как управление имиджевой деятельностью педагога в системе управления дополнительным образованием.

Проблема развития имиджевой деятельности педагога в системе дополнительного образования приобретает все большую актуальность в современном мире. Учебные заведения признают, что на конкурентном образовательном рынке они должны работать над своим позиционированием в обществе. Одним из таких элементов позиционирования выступает формирование положительного имиджа педагога образовательной организации во внешней и внутренней среде образовательной организации. Однако, как показывает практика, не многие учреждения и педагоги владеют механизмами и методами формирования имиджа и его дальнейшего эффективного развития.

С целью усиления своих позиций в конкурентной среде необходимо разрабатывать комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на привлечение потенциальных потребителей услуг и на повышение лояльности

уже имеющих потребителей. Не являются исключением и личность педагога. Более того, в данном сегменте в последние годы наблюдается стремительный рост конкурентной борьбы, что обусловлено значительным снижением престижа педагогической профессии. Педагогу чтобы не просто выжить в конкурентной среде, но и достигнуть состояния стабильной устойчивости, необходимо постоянно совершенствовать подходы к формированию в сознании потребителей образовательных услуг положительного образа своего образа.

Одним из таких подходов является интегрированный подход к формированию коммуникационной политики, в соответствии с которым в настоящее время все большую популярность приобретает концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК), координирующая все виды продвижения – рекламу, личные продажи, стимулирование сбыта и PR, чтобы выйти ко всем целевым аудиториям с единым сообщением. Данный подход более современный и позволяет решить проблемы, связанные с традиционным продвижением образовательных услуг и профессионализма педагога.

Управление имиджевой деятельностью педагога на основе научного подхода позволяет достичь максимальных результатов в профессиональной деятельности и деятельности образовательной организации за счет моделирования поведения потребителей, определяющих уровень спроса на рынке.

В данном контексте актуальность темы исследования «Управление формированием имиджевой деятельности педагога в системе дополнительного образования», его теоретическая, методологическая и практическая значимость заключаются в концептуальной разработке организационно-управленческих мероприятий, позволяющих совершенствовать процесс управления имиджевой деятельностью педагога в системе дополнительного образования с учетом социально-экономических изменений, высокой степени неопределенности и многообразных рисков, свойственных социально-экономической среде.

В рамках магистерской диссертации обосновывается актуальность исследования, определены цель, объект, предмет и база проводимого исследования, сформулированы гипотеза и задачи исследования, определены методологические основы, этапы и методы исследования, обозначена теоретическая и практическая значимость проводимого исследования, сформулированы основные положения, отражаемые в содержании работы.

Структура исследования представляется теоретической и практической частью. В рамках исследования теоретико-методологических аспектов управления имиджевой деятельностью педагога в образовательной организации проводится теоретико-методологическое осмысление понятия «имиджевая деятельность педагога» в системе управления образовательной организацией и дается оценка системной организации структуры управления имиджевой деятельностью педагога в системе дополнительного образования. Особое внимание было уделено исследованию и определению содержания и специфики имиджевой деятельности педагога в образовательной организации системы дополнительного профессионального образования.

Опытно-экспериментальная часть представлена опытно-экспериментальной работой по формированию механизмов управления имиджевой деятельностью педагога. В рамках опытно-экспериментальной работы дана характеристика деятельности и проведен анализ управления формированием имиджевой деятельности педагога в ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет» и Институте непрерывного образования. Проведено обоснование модели управления имиджевой деятельностью педагога на основе формирования мобильных организационных структур управления ею, интегрированных с системой управления университета.

В ходе экспериментальной части разработана и реализуется программа мероприятий по реализации модели управления имиджевой деятельностью педагога на основе формирования мобильных организационных структур

управления, производится оценка эффективности предлагаемых мероприятий.

Проблема управления имиджевой деятельностью педагога в системе дополнительного образования является мало изученной в научных кругах.

Вопросы имиджа и имиджмейкинга поднимаются в исследованиях таких авторов как Н.М. Бердинских, Т.Н. и М.С. Пискуновых, Е.Б. Карпова и др.

Структура и механизмы формирования имиджа как фактора конкурентоспособности рассматривались в трудах Л.В. Даниленко, Е.Б. Карпова, Н.А. Кадочниковой и др.

К проблеме формирования имиджа педагога и образовательной организации обращались Т.А. Алексеева, Т.Н. Архипова, И.А. Бабанова, Л.Г. Батракова, М.В. Бердинских, В.В. Волкова, А.О. Еронин, Е.А. Рекичинская, А.В. Скрипкина, С.А. Аминтаева, Е.А. Бекетова, В.Л. Бозаджиева, Л.Ю. Донской и др.. Проблемы управления имиджем педагога рассматривались такими исследователями как Е.Ю. Сысоева, А.А. Сычева, К.В. Фофанова, А.Ю. Рожкова, М.В. Васильева и др.

Вопросами формирования имиджевой культуры педагога в дополнительном образовании занимались исследователи Е.С. Красницкая, Е.Ю. Сысоева, Ю.Г. Голубкова, Е.А. Опфер, О.Е. Соловьева и др.

Исследованием имиджевой компетентности педагогов как комплексного явления в образовательной среде занимались А.Л. Бусыгина, Е.В. Есарева, Е.Ю. Сысоева, В.Г. Купцова, Е.А. Опфер, М.В. Чапаева, О.Е. Соловьева и др.

Маркетинговые коммуникации в образовании рассматривали Ю.Н. Абабков, С.К. Афанасьев, О.С. Баталова, Е.А. Ганаева, А.В. Лыфенко, Г.А. Павлова, А.П. Панкрухин, Б.Ю. Пахомова, А.Н. Тимохович и др.

Интегрированным маркетинговым коммуникациям посвящены исследования А.Е. Авдюковой, А.В. Благодатных, В.В. Зундэ, В.А. Коноваленко, С.В. Куликовой, А.А. Меньшикова, В.Л. Музыкант, С.Ю. Нарциссовой, О.В. Сагиновой, Т.Б. Фейлинг, Л.П. Шестеркиной и др.

Однако при всей разработанности вопроса, проблема формирования

имиджевой деятельности педагога в системе дополнительного образования является мало изученной и представленной фрагментарно в трудах ученых и практиков.

На наш взгляд, проблема управления имиджевой деятельностью педагога в сфере дополнительного образования не достаточно изучена и требует дальнейшего рассмотрения и детализации в условиях инновационных изменений.

Решение поставленных задач и проверка исходных предположений, заявленных в магистерской диссертации, осуществлялись на основе применения таких **методов исследования**, как:

– теоретические: анализ и обобщение педагогической и методической, философской, управленческой, психолого-педагогической литературы, научной периодики по проблеме исследования; логико-методологический анализ понятий; систематизация; моделирование;

– эмпирические: наблюдение, анкетирование, математические методы обработки результатов, опросные методы, экспертная оценка и самооценка, графическое и табличное представление результатов исследования.

в выявлении, научном осмыслении и обосновании механизмов и условий управления формированием имиджевой деятельности педагога, способствующих быстрому и адекватному реагированию педагога на изменения среды.

Целью проводимого исследования рассматривалось теоретическое обоснование и апробация модели управления имиджевой деятельностью педагога в системе дополнительного образования, способствующей быстрому и адекватному реагированию на инновационные изменения в системе образования.

Объектом исследования в ходе опытно-экспериментальной работы выступила имиджевая деятельность педагога в системе дополнительного образования.

Предмет исследования явилась структура управления имиджевой деятельностью педагога.

В ходе проведенной работы была заявлена гипотеза исследования: процесс управления формированием имиджевой деятельности педагога в системе дополнительного образования будет эффективным, если в систему управления формированием имиджевой деятельности педагога будут интегрированы мобильные организационные структуры управления инновациями, координирующие все виды продвижения и реализации инновационных процессов организации и развития имиджевой деятельности педагога.

В качестве основных задач исследования были обозначены следующие:

1. Изучить теоретико-методологические аспекты понятия «имиджевая деятельность педагога» в системе управления образовательной организацией.

2. Рассмотреть структуру управления имиджевой деятельностью педагога в системе дополнительного образования.

3. Охарактеризовать и проанализировать систему управления имиджевой деятельности педагога в ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет».

4. Опытным-экспериментальным путем апробировать модель управления имиджевой деятельностью педагога в системе дополнительного образования.

Экспериментальной базой исследования выступил ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет» и его структурное подразделение Институт непрерывного образования, кафедра управления образованием.

Поставленные цель, задачи и проверка гипотезы исследования проводились в рамках основных этапов исследования в течение 2021-2022 гг.

На первом этапе (сентябрь 2021 – декабрь 2021) изучалась и анализировалась теоретическая литература по проблеме исследования. Определялись методологические и теоретические основы исследования,

формулировался научный аппарат исследования. Формировалась научно-методическая база для проведения экспериментальной работы.

На втором этапе (январь 2022 – май 2022) осуществлялось осмысление основных идей, тенденций в управлении имиджевой деятельностью педагога, методов, приемов и условий для их успешного вхождения в образовательное пространство. Осуществлялся подбор базы для проведения исследования, шло накопление эмпирического материала по теме исследования, выявление противоречий, условий и возможностей системной организации структур управления формированием имиджевой деятельности педагога в системе дополнительного профессионального образования.

На третьем этапе (сентябрь – декабрь 2022) планируется проведение опытно-экспериментальной работы, систематизация и обобщение данных экспериментальной работы, написание текста магистерской работы.

Основные характеристики компонентов плана-схемы практического исследования на третьем этапе:

1) цель исследования: на основе полученной информации разработать модель управления имиджевой деятельностью педагога в ФГБОУ ВО «ОГПУ».

2) задачи практического исследования:

- провести исследование системы управления формированием имиджевой деятельности педагогов в ФГБОУ ВО «ОГПУ»;

- изучить текущую модель управления формированием имиджевой деятельностью педагогов в ФГБОУ ВО «ОГПУ»;

- разработать практические рекомендации по управлению формированием имиджевой деятельностью педагога в ФГБОУ ВО «ОГПУ» на основе мобильных организационных структур управления;

- объект исследования имиджевая деятельность педагога ФГБОУ ВО «ОГПУ».

Практическая значимость исследования заключается в:

- определение спектра возможностей организационных структур

управления формированием имиджевой деятельностью педагогов в системе дополнительного профессионального образования;

- разработке научно-методического обеспечения управления формированием имиджевой деятельностью педагогов в ФГБОУ ВО «ОГПУ»;

- разработке модели управления имиджевой деятельностью педагога, способствующий успешному позиционированию на рынке услуг.

Список литературы

1. Абрамовских, Т.А. Формирование и развитие имиджа образовательной организации в условиях цифровой образовательной среды [Электронный ресурс] / Т.А. Абрамовских // Современное педагогическое образование. – 2020. – № 5. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-i-razvitie-imidzha-obrazovatelnoy-organizatsii-v-usloviyah-tsifrovoy-obrazovatelnoy-sredy>.

2. Архипова, Т.Н. Имидж как нематериальный актив и его роль в обеспечении конкурентноспособности образовательной организации: монография / Т.Н. Архипова и др. – М.: РУСАЙНС, 2017. – 240 с.

3. Балук, Н.Р. Интегрированные маркетинговые коммуникации – новая концепция или новый взгляд на традиционный инструмент маркетинга [Электронный ресурс] / Н.Р. Балук, Н.Ф. Басий, С.В. Скибинский // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. – 2017. – № 81. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/integrirovannye-marketingovye-kommunikatsii-novaya-kontseptsiya-ili-novyy-vzglyad-na-traditsionnyy-instrument-marketinga>.

4. Возиянова, Н.Ю. «Молекула ДНК» услуг дополнительного профессионального образования как элемент маркетинговой стратегии формирования имиджа [Электронный ресурс] / Н.Ю. Возиянова, И.В. Чугункина // Вестник АГТУ. – Серия: Экономика. – 2019. – № 2. – Режим

доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/molekula-dnk-uslug-dopolnitelnogo-professionalnogo-obrazovaniya-kak-element-marketingovoy-strategii-formirovaniya-imidzha>.

5. Возиянова, Н.Ю. Способы формирования имиджа в маркетинговой стратегии учреждения дополнительного профессионального образования [Электронный ресурс] / Н.Ю. Возиянова, И.В. Чугункина // Практический маркетинг. – 2019. – № 4 (266). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-formirovaniya-imidzha-v-marketingovoy-strategii-uchrezhdeniya-dopolnitelnogo-professionalnogo-obrazovaniya>.

6. Ганаева, Е.А. Маркетинговое исследование имиджа оренбургского государственного педагогического университета (на примере изучения мнения абитуриентов) [Электронный ресурс] / Е.А. Ганаева, Н.А. Дремова // Электронный научно-методический журнал «Вопросы дополнительного профессионального образования». – 2018. – № 4 (20). – С. 46-55. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41442729>.

7. Гончарова, А.В. Роль интегрированных маркетинговых коммуникаций в формировании лояльности потребительского рынка [Электронный ресурс] / А.В. Гончарова, Ю.В. Березе // УЭКС. – 2015. – № 2 (74). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-integrirovannyh-marketingovyh-kommunikatsiy-v-formirovanii-loyalnosti-potrebitelskogo-rynka>.

8. Красницкая, Е.С. Формирование имиджевой культуры педагога в дополнительном образовании [Электронный ресурс] / Е.С. Красницкая // Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров. - 2021. - №2 (47). - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-imidzhevoy-kultury-pedagoga-v-dopolnitelnom-professionalnom-obrazovanii>

9. Новикова, Т.Б. К вопросу разработки компонентов имиджа образовательной организации / Т.Б. Новикова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 12-7. – С. 1248-1252.

10. Опфер, Е.А. Имидж педагога высшей школы в контексте вызовов времени [Электронный ресурс] / Е.А. Опфер // Высшее образование сегодня. - 2017. - №11. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-pedagoga-vysshey-shkoly-v-kontekste-vyzovov-vremeni>

11. Рожкова, А.Ю. Имиджевые риски при переходе на цифровое образование: взгляд получателей образовательных услуг [Электронный ресурс] / А.Ю. Рожкова, М.В. Васильева // Научный вестник ЮИМ. - 2020. - №1. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzhevye-riski-pri-perehode-na-tsifrovoe-obrazovanie-vzglyad-poluchateley-obrazovatelnyh-uslug>

12. Соловьева, О.Е. Значимые факторы, оказывающие влияние на формирование современного образа преподавателя колледжа [Электронный ресурс] / О.Е. Соловьева, М.В. Чапаева // ИНСАЙТ. - 2021. - №2 (5). - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachimye-factory-okazyvayuschie-vliyanie-na-formirovanie-sovremennogo-obraza-prepodavatelya-kolledzh>

13. Сысоева, Е.Ю. Имиджевая компетентность преподавателя вуза: сущность и структура [Электронный ресурс] / Е.Ю. Сысоева // Вестник СамГУ. - 2014. - №1 (112). - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzhevaya-kompetentnost-prepodavatelya-vuza-suschnost-i-struktura>

14. Сысоева, Е.Ю. Рефлексивный анализ имидж-образующих характеристик преподавателя вуза [Электронный ресурс] / Е.Ю. Сысоева // АНИ: педагогика и психология. - 2017. - №4 (21). - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/refleksivnyy-analiz-imidzh-obrazuyuschih-harakteristik-prepodavatelya-vuza>