

Бочков Д.В.,

к.э.н., доцент кафедры педагогики и менеджмент, Институт педагогики и психологии ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет», e-mail: dionisoren@mail.ru

Вязовик В.В.,

магистрант 2 курса, ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет», e-mail: Vvvyazovik2001@mail.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация

В статье актуализируется проблема реализации коммуникационной политики образовательной организации. В статье 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. Авторы дали краткую характеристику структуры и содержания магистерской диссертации, отражающей теоретические и практические аспекты проводимого исследования по проблеме формирования коммуникационной политики образовательных организаций. В рамках исследования теоретико-методологических аспектов коммуникационной политики в образовательных организациях дана оценка системной организации структуры управления коммуникационными процессами в образовательных организациях. Опытно-экспериментальная часть представлена опытно-экспериментальной работой проведенной на базе ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет». В ходе экспериментальной части реализуются

плановые мероприятия по анализу состояния и специфики коммуникационной политики образовательной организации на базе ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет».

Ключевые термины и понятия: коммуникация, коммуникации, образовательная организация, управление коммуникациями, коммуникационная политика, коммуникационная политика образовательной организации, формы коммуникаций, модели коммуникаций

Bochkov D.V.,

candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Pedagogy and Management, Institute of Pedagogy and Psychology, Orenburg State Pedagogical University, Orenburg, Russian Federation,
e-mail: dionisoren@mail.ru

Vyazovik V.V.,

2st year undergraduate, Associate Professor of education management Orenburg State Pedagogical University (OSPU), Orenburg, Russian Federation,
e-mail: Vvyazovik2001@mail.ru

THEORETICAL ASPECTS OF THE STUDY OF THE PROBLEM OF IMPROVING THE COMMUNICATION POLICY OF AN EDUCATIONAL ORGANIZATION

Annotation

The article highlights the problem of implementing the communication policy of an educational organization. The article substantiates the relevance of the research, defines the purpose, object, subject and base of the research, formulates the hypothesis and objectives of the research, defines the methodological foundations, stages and methods of research, identifies the theoretical and practical significance of the research. The authors gave 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 of forming the communication policy of educational organizations. As part of the study of the theoretical and methodological aspects of communication policy in educational organizations, an assessment of the systemic organization of the structure of management of communication processes in educational organizations is given. The experimental part is represented by experimental work conducted on the basis of the Orenburg State Pedagogical University. During the experimental part, planned measures are being implemented to analyze the state and specifics of the educational organization's communication policy on the basis of the Orenburg State Pedagogical University.

Key terms and concepts: communication, communication, educational organization, communication management, communication policy, communication policy of an educational organization, forms of communication, communication models

В современном обществе наблюдается рост в геометрической прогрессии потребности активного использования коммуникационных инструментов во всех сферах деятельности человека. Большое значение коммуникационные процессы имеют в системе образования, поскольку с помощью них выстраивается прямой и доступный к пониманию диалог с абитуриентами, студентами, их представителями, с обществом в целом.

В эпоху стремительных перемен, обусловленных технологическим скачком, обострением конкуренции и всеобщей цифровизацией, современные образовательные организации функционируют в условиях постоянно меняющегося окружения. При этом запросы государства, студентов и общества становятся все более строгими. В этих обстоятельствах качество управления учебным заведением напрямую зависит от результативности коммуникационной стратегии, которая сегодня является важнейшим элементом

общей стратегии развития.

Управление коммуникациями в организации реализуется в комплексе управленческих решений, основанных на анализе тенденций развития динамики спроса на рынке, личном взаимодействии субъектов как между собой, так через посредников. Благодаря коммуникационной политике достигаются максимальные результаты деятельности за счет моделирования поведения потребителей, определяющих уровень спроса на рынке.

Сфера образования, являясь особенной частью социальной жизни, характеризуется активным взаимодействием множества участников, что вызывает необходимость создания устойчивых, понятных и продуктивных каналов связи. Эта система включает два связанных аспекта: с одной стороны, обеспечение действенного обмена информацией по вертикальным (руководство-педагоги-студенты) и горизонтальным (между отделами) линиям внутри учреждения; с другой стороны, осознанное создание позитивного имиджа образовательного учреждения в обществе. Такая сложность коммуникационных процессов требует всестороннего методологического подхода, охватывающего теоретическое обоснование, научное изучение и практическое улучшение всех элементов коммуникационной стратегии.

Изучение коммуникационной политики образовательных учреждений становится особенно важным в контексте современных проблем. Ключевым является поиск эффективных моделей управления в условиях цифровизации, меняющихся социальных потребностей и усиления конкуренции в образовании. Важной также представляется задача установления прочных связей между всеми участниками образовательного процесса – как внутри организации, так и за ее пределами. Особую актуальность приобретает необходимость научной систематизации и практического применения современных концепций коммуникационного менеджмента в управлении образовательными учреждениями, что предполагает глубокий теоретический анализ и методическую разработку.

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 исследования механизмов коммуникационной политики в образовательных учреждениях проведено теоретико-методологическое осмысление понятий «коммуникация», «коммуникационная политика» и исследовано их практическое приложение в работе образовательных организаций.

Опытно-экспериментальная часть представлена опытно-экспериментальной работой по формированию механизмов коммуникационной политики на базе ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет».

Проблема управления коммуникационной политикой ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет» является максимально широкой и многоаспектной не только в секторе экономики, но и в системе образования.

Степень изученности проблемы исследования определяется многообразием научных работ исследователей. В российских научных работах указанная проблематика освещается выборочно, как часть более широких областей знаний, включая теорию управления, педагогику, психологию, маркетинг и PR. Признавая весомый вклад исследователей, таких как Е.Ю. Зудина, Н.И. Груздев, Л.В. Шаповалов, В.В. Козлов, А.В. Ольшанский, а также зарубежных экспертов (Г. Симмонс, К. Шеннон и другие), целостные модели разработки и осуществления коммуникационной стратегии, учитывающие особенности образовательных учреждений, все еще нуждаются в доработке.

Это подчеркивает необходимость более детального изучения теории и разработки практически применимых подходов, принимающих во внимание современные тенденции и характерные черты современной системы образования. Существующие исследования затрагивают эту тему лишь частично. Отсутствие комплексных моделей указывает на пробел в исследованиях.

Многообразие научных работ ученых, посвященных предмету исследования, подтверждает актуальность работы, но, тем не менее, ввиду динамичности развития механизмов и инструментов коммуникационной политики в образовании, мы отмечаем потребность актуализации знаний в рамках данной системы отношений и требует дальнейшего рассмотрения и детализации.

Проблема исследования в настоящее время обуславливается спецификой коммуникационных взаимодействий субъектов образовательных отношений и реализаций данных процессов в современном обществе. Развитие науки и технологий прямо сказалось на изменении общественных отношений, в том числе, в сфере образования. Особую роль следует уделить именно вопросу коммуникациям в рамках образования, как фактора, способствующего повышению интереса к данной сфере.

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.

Целью проводимого исследования является разработка направлений и механизмов совершенствования коммуникационной политики образовательной организации на основе анализа теоретических подходов, оценки существующих практик и выявления проблемных зон в современных условиях.

Объектом исследования в ходе опытно-экспериментальной работы выступил коммуникационная политика образовательной организации как элемент системы управления.

Предмет исследования явилось управление коммуникационной политикой ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет».

В ходе исследования было установлено, что в современной практике управления деятельностью образовательной организации существует ряд противоречий, которые требуют разрешения:

- между усиливающимся стремлением образовательных организаций к успешному позиционированию на рынке образовательных услуг, плотному взаимодействию с потребителем и недостаточным использованием для этого возможностей форм коммуникаций с потребителями образовательных услуг;

- между объективной необходимостью функционирования образовательной организации в условиях конкурентной среды и недостаточной разработанностью современных и эффективных форм управления коммуникациями в деятельности организаций;

- между потребностью современной образовательной организации в управленческих решениях, которые обеспечат ее узнаваемость и конкурентноспособность и их недостаточной разработанностью в рамках управленческой деятельности руководителей образовательных организаций.

В ходе проведенной исследовательской работы была заявлена гипотеза исследования: совершенствование коммуникационной политики образовательных организаций позволит улучшить интерес и востребованность к образованию в Российской Федерации.

В качестве основных задач исследования были обозначены следующие:

1. раскрыть сущность, цели и функции коммуникационной политики в системе образования, проанализировать ее роль в управлении образовательной организацией;
2. изучить существующие каналы и формы коммуникации в профессиональном образовании, охарактеризовать их эффективность в контексте взаимодействия с целевыми аудиториями;
3. рассмотреть теоретические подходы и модели построения коммуникационной политики, применимые к образовательной сфере;
4. проанализировать современные практики формирования коммуникационной политики в образовательных организациях, выявить основные тенденции и успешные кейсы;
5. описать типовые проблемы и ограничения, возникающие при реализации коммуникационной политики в образовательной среде;
6. определить критерии оценки эффективности коммуникационной политики и провести анализ информационной открытости, вовлеченности и имиджа образовательных организаций;
7. разработать модель эффективной коммуникационной политики образовательной организации, обозначив целевые ориентиры, элементы модели и показатели результативности;
8. предложить конкретные механизмы реализации коммуникационной стратегии, включая обратную связь, мониторинг и взаимодействие с ключевыми стейкхолдерами;
9. оценить риски, связанные с реализацией предложенных мероприятий, и сформулировать рекомендации по институционализации изменений.

Экспериментальной базой исследования выступил ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет».

Поставленные цель, задачи и проверка гипотезы исследования проводятся в рамках основных этапов исследования в течение 2023-2025 гг.

На первом этапе (сентябрь 2023 – август 2024):

- проводилась подготовительная работа, в процессе которой осуществлялись: изучение и анализ нормативных документов, философской, управленческой, психолого-педагогической и социологической литературы по проблеме исследования; анализ опыта управления коммуникациями в рамках образовательных учреждений различных типов, видов и уровней в г. Оренбурге и других регионах России;

- осуществлялась разработка концепции исследования и программы эксперимента. Работа была основана на методах теоретического анализа научной литературы, поисковых исследований, социологических методах;

- оформлялась теоретическая часть исследования.

На втором этапе (сентябрь 2024 – май 2025) проведена работа:

- проанализировано состояние системы управления коммуникациями на базе ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет»;

- определена потребность в профессиональных кадрах путем анкетирования, опроса, наблюдения и бесед со специалистами и руководителями образовательных организаций;

- реализовать экспериментальную проверку гипотезы исследования и эффективности модели управления коммуникационной политикой ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет».

Для реализации поставленных задач на данном этапе предполагается использовать комплекс экспериментальных методов и методов регистрационных исследований, объединенных в рамках констатирующего и формирующего экспериментов. Констатирующий эксперимент будет включать в себя: определение критериев оценки эффективности коммуникационной политики образовательных организаций и методов его диагностики. Формирующий эксперимент предусматривает экспериментальную проверку влияния выделенных организационно-управленческих условий в рамках модели

эффективной коммуникационной политики в деятельности ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет».

Целями изучения коммуникационной политики ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет» являются:

- выявление потребностей и ожиданий различных социальных групп, заинтересованных в предоставлении образовательных услуг;
- определение рейтинга каналов трансляции у социального окружения организации;
- определение последовательности конкретных действий при формировании коммуникационной политики ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет»;
- выявление влияния конкретных условий и факторов на формирование коммуникационной политики ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет»;
- выявление закономерностей, требующих учета при обращении к методам и приемам психологического воздействия на социальное окружение организации в процессе его взаимодействия с различными субъектами социума.

Оценка механизмов и инструментов коммуникационной политики ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет» предполагается посредством экспертного опроса представителей соответствующих групп восприятия и персонала организации.

На третьем этапе (июнь – декабрь 2025) будет:

- осуществляться анализ и интерпретация данных полученных при опытно-экспериментальной работе;
- обрабатываться результаты исследований методами математической статистики;
- анализироваться, обобщаться и корректироваться теоретические положения и выводы по проделанной работе;
- осуществляться работа по оформлению диссертации и внедрению

научно-практических результатов.

Ценность проведенного исследования для практики определяется возможностью его использования в целях улучшения коммуникационной стратегии образовательных учреждений. Предложенные методические советы дают возможность руководству учебных заведений обновить способы взаимодействия с заинтересованными сторонами, увеличить результативность управления репутацией, сделать информационную политику более открытой и улучшить методы формирования корпоративной культуры.

Внедрение представленных мер способствует формированию стабильной коммуникационной атмосферы, отвечающей современным потребностям в руководстве образовательными организациями, что в конечном счете ведет к увеличению их конкурентоспособности и улучшению качества предоставляемых образовательных сервисов.

Результаты проделанной работы будут отражены в итоговой магистерской работе.

Список литературы

1. Акимова, О. Маркетинговые коммуникации / О. Акимова. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2021. - 188 с.
2. Голованова, Д.П. Управление коммуникациями имиджа и лояльности / Д.П. Голованова и др.; под ред. И.М. Синяевой. – М.: ООО «Центркаталог», 2019. – 240 с.
3. Гуськов, С.И. Менеджмент и маркетинг спортивных и физкультурно-оздоровительных услуг: практические рекомендации из зарубежного опыта. – М.: ВНИИФК, 2018. – 201 с.
4. Ерошенко, И.А. Маркетинговые стратегии в сфере спортивно-оздоровительных услуг [Электронный ресурс] / И.А. Ерошенко, Ю.Я. Низовцева // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. -

2022. - №2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-strategii-v-sfere-sportivno-ozdorovitelnyh-uslug>

5. Кольченко ,М.О. Маркетинговые коммуникации на спортивном рынке [Электронный ресурс] / М.О. Кольченко // Новый университет. Серия «Экономика и право». - 2017. - №1 (71). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-kommunikatsii-na-sportivnom-rynke>

6. Лифарь, Е.В. Деятельность маркетинговой службе на примере фитнес-клуба «SKY» [Электронный ресурс] / Е.В. Лифарь, Т.В. Власенко, П.А. Ткаченко // Известия ТулГУ. Физическая культура. Спорт. - 2023. - №1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/deyatelnost-marketingovoy-sluzhby-na-primere-fitness-kluba-sky>