

О.В. Панченко, преподаватель маркетинга

Тольяттинский институт технического творчества и патентоведения, Тольятти (Россия)

Ключевые слова: ценностные ориентации, инициатива, готовность, синдром, стратегия, подсистема, инновация, феномен, научно-техническая мысль.

Аннотация: Для перехода общеобразовательной школы к осуществлению инновационно-маркетинговой деятельности необходимо сформировать определенный инновационный климат, где учитель чувствует себя свободным, полностью мотивированным, готовым к творческой работе. Его можно создать в результате использования принципов инновационного менеджмента в педагогической деятельности.

В современных условиях все больший акцент делается на процессе реализации инновационно-маркетинговой деятельности, а также анализе и оценке различных ситуаций в деятельности всех структурных подразделений общеобразовательной школы.

Особое внимание уделяется соответствию сформулированных общих целей ценностным ориентациям членов школьного коллектива; созданию условий тесных ценностно-ориентированных связей руководителей с коллективом; возможности творческого состязания в достижении цели.

При создании условий для самооценки учителями своей инновационно-маркетинговой деятельности, повышается творческая инициатива всего педагогического коллектива. Учителя включаются в исследовательскую деятельность, в которой каждый выбирает себе направление и имеет возможность критической оценки своего исследования и полученного результата. С этой целью учителям, для самоанализа, можно предложить разного рода анкеты, провести собеседования, проконсультировать, организовать обсуждения на научно-практических конференциях, педагогических советах. Все это позволяет создать творческий коллектив, инновационно-маркетинговая деятельность которого обеспечивается личной заинтересованностью и интересами общеобразовательной школы [1].

Создание условий, обеспечивающих внутреннюю готовность учителя к адекватному восприятию целей и возможности свободного высказывания своего отношения к реализации поставленной цели (через проведение анкетирования). Результаты анкетирования позволяют спланировать дальнейшую работу по реализации поставленной цели: изучение и обсуждение конкретных вопросов инновационно-маркетинговой деятельности, анализ отдельных аспектов применительно к данным условиям общеобразовательной школы, разные формы обсуждения проблем (научно-практические конференции, деловые игры, семинары, круглые столы и др.); разработка отдельных аспектов перехода общеобразовательной школы в новый статус в творческих группах и на последнем этапе – создание инициативной группы по разработке комплексной программы с учетом реальной психолого-педагогической, морально-этической, учебно-методической, материально-технической, социально-экономической и управленческой ситуации, обсуждение и принятие этой программы общешкольным коллективом.

Создание стимулирующих условий, способствующих реализации подготовленной программы, т.е. сис-

темы моральных и материальных мер, направленных на реализацию интересов каждого учителя и разрешение возможных противоречий. К их числу можно отнести возможности аттестации учителей, обеспечивающей самооценку и объективную оценку коллег, по результатам которой изменяется квалификационный разряд [1].

Важным условием готовности учителя к инновационно-маркетинговой деятельности является создание обстановки, способствующей ликвидации в коллективе боязни неудачи. Синдром «боязни неудачи» чреват разными последствиями: неприятием новых идей, скептическим отношением к принимаемым решениям, что влечет за собой либо формальное исполнение намеченных задач, либо их игнорирование.

Поэтому нужно подкрепление конкретными действиями, возможные варианты которых учитываются в процессе формирования стратегии развития, принятием решений на базе максимально возможного содержания информации, безотлагательным поощрением больших и малых заслуг, прогнозированием возможных неудач, созданием условий их ликвидации, т.е. разработки программы «ограничители потерь».

Любые инновации в общеобразовательной школе всегда связаны с изменением ролевых и социальных позиций учителей, условий труда, что закономерно вызывает у них опасения.

Особое значение при проектировании инновационно-маркетинговой деятельности в школе, имеет нейтрализация или конструктивное использование влияния потребности личности в безопасности. Именно с действием этой потребности связаны наиболее серьезные причины сопротивления учителей инновационным преобразованиям, необходимо учитывать их реакцию. Вполне возможно возникновение двух подсистем – потенциальный сторонник и противник новшества.

Данный феномен является прямым следствием фактора неопределенности, заключающегося в новшестве и воспринимаемого определенной частью внутришкольного коллектива как угрозу их стабильному положению в рамках существующей системы.

Учителя согласны на инновации и готовы к ним, когда:

- ситуация идентична их опыту (биографии);
- они компетентны;
- они обладают достаточной степенью свободы для реализации инноваций.

Сторонники, появившиеся на самых ранних этапах жизненного цикла нововведения, как правило, знакомы с предметом инновационного процесса. Убеждения

и положительные установки развиваются у учителей в результате получения информации в процессе социальных интеракций, чтения аналитических обзоров и т.д. Важное значение имеет наблюдение за поведением других учителей, поддержка и одобрение с их стороны, достаточная степень творческой свободы в совместной деятельности учеников и учителей, а также грамотное управление со стороны администрации и руководства общеобразовательной школы [2].

Сопrotивление нововведениям происходит в основном из-за системы, в которой существуют сотрудники. Руководитель должен учитывать, что сложная организационная структура, имеющая много подсистем и взаимосвязей, труднее поддается изменениям. Малейший сдвиг приводит к разбалансировке всего механизма, поэтому сотрудникам свойственно бояться нового и отдавать предпочтение известному.

Противодействие переменам бывает связано с опасением возможных потерь (например, увеличение учебной нагрузки с сохранением прежней заработной платы).

Причина сопротивления учителя инновациям может крыться также в его личных барьерах, к ним относятся: страх перед неизвестностью, потребность в гарантиях, опасение потерь, угроза сложившимся социальным отношениям в коллективе, непричастность к преобразованиям. Учитывая вышесказанное, необходимо учитывать реакцию педагогического коллектива на планирующиеся нововведения [3].

Когда мы говорим о переходе школы из одного состояния в другое, естественно, руководителю нужно иметь представление о том, как реорганизовать деятельность общеобразовательной школы и использовать возможности всех заинтересованных лиц [1]. Для этого разрабатывается специальная программа реорганизации общеобразовательной школы, в которую включаются следующие компоненты: аргументация изменений, определение команды, разработка перспективы, планирование и достижение успеха, создание нового образа школы, делегирование полномочий учителям и создание благоприятных условий для экспериментов, творчества и инноваций [4–8].

Таким образом, формируется определенный инновационный климат, где учитель чувствует себя свободным, полностью мотивированным, готовым к творческой работе. Его можно создать в результате использования принципов инновационного менеджмента в педагогической деятельности:

- стимулированием чувства ответственности и решимости в достижении намеченной цели;
- внесением полной ясности относительно поставленных перед педагогическим коллективом задач;
- формулированием задачи коллективу и отдельным его членам в полном объеме, объясняя, что они должны делать и к чему стремиться;
- обеспечением условий для творческого труда;
- созданием оптимальных условий для успешного выполнения поставленной задачи;
- поддержанием коллектива при решении возникающих проблем.

Восприимчивость общеобразовательной школы к новым достижениям научно-технической мысли зависит во многом от организационного климата, который в наибольшей степени благоприятствовал бы инициативному поиску нетрадиционных, новаторских решений, самостоятельной подготовкой учителей и выбору средств и путей их достижения [9].

Таким образом, можно сделать вывод, что к условиям готовности относятся следующие: сочетание организованного обучения и самообучения учителя, наличие у него мотивации, его отношения со средой (творческий потенциал руководителей школы; разработанные комплексные проекты и их консультирование; социально-экономическая среда; ролевые позиции участников инновационно-маркетинговой деятельности), тесные ценностно-ориентированные связи руководителей с коллективом, возможность творческого состязания и самооценки своей деятельности, ориентация на успех и информированность, которые помогают учителю общеобразовательной школы, включиться и обеспечить собственное продвижение в инновационно-маркетинговой деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Внутришкольное управление: теория и опыт педагогических и управленческих инноваций / Под ред. Н.В. Горбуновой. – М.: Новая школа, 1995.
2. Гарунов М.Г. Развитие творческой самостоятельности специалиста // Высш. образование в России. – 1998. – № 4.
3. Герасимов Б.Н. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие / Самара: МГПУ, 2007.
4. Панченко О.В. Сущность понятия «готовность» и уровни готовности учителя к инновационно-маркетинговой деятельности // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2012. № 1. С. 48–50.
5. Панченко О.В. Формирование условий готовности учителя к самообразованию и осуществлению инновационно-маркетинговой деятельности в общеобразовательной школе // Балтийский гуманитарный журнал. 2012. № 1. С. 23–24.
6. Богданова А.В., Коновалова Е.Ю. Управление качеством образования в контексте основных противоречий глобализации // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2012. № 1. С. 13–16.
7. Панченко О.В., Коновалова Е.Ю. Применение информационных и коммуникационных технологий в подготовке учителя к инновационно-маркетинговой деятельности // Самарский научный вестник. 2012. № 1 (1). С. 32–34.
8. Ярыгин О.Н., Кондурар М.В. Индуктивное мышление как компонент интеллектуальной компетентности // Карельский научный журнал. 2012. № 1. С. 40–42.
9. Крац И.С. Методические основы формирования творческого мышления учителя технологии как средство его подготовки к инновационной деятельности. // Автореферат диссерт. к.п.н. Москва: ИСО РАО, 2000.

**CREATION OF READINESS TEACHER BY INNOVATIVE MARKETING ACTIVITY
IN SECONDARY SCHOOL**

© 2013

O.V. Panchenko, lecturer in marketing
Togliatti Institute of Technical Creativity and Patents, Togliatti (Russia)

Keywords: value orientation, initiative, willingness, a syndrome, a strategy subsystem innovation phenomenon, scientific and technical thought.

Annotation: To move to the implementation of a comprehensive school of innovation and marketing activities necessary to form certain innovative climate, where the teacher feels free, fully motivated and ready for creative work. It can be created as a result of using the principles of innovation management in teaching.