

ІННОВАЦІЙНІ ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ НАВЧАЛЬНИМ ЗАКЛАДОМ

Об'єктивне прискорення науково-технічного прогресу, а також глобальні зміни, що відбуваються у сучасному суспільстві взагалі та в гуманітарній сфері зокрема, вимагають модернізації змісту освіти та нових підходів до управління нею. Пріоритетними напрямками досліджень у сфері освіти сьогодні є визначення сутності, структури і типів інноваційних технологій у педагогіці, дослідження методологічних вимог, що висувуються до педагогічних інновацій, та особливостей їх використання в умовах сучасного освітнього простору, з'ясування характерних рис маркетингу в освіті, принципів маркетингової діяльності в системі освітнього ринку. У сучасній вітчизняній педагогічній науці все більше стверджується думка щодо освітніх технологій як певної системи організації та управління педагогічним процесом.

Педагогічні технології пов'язані насамперед із забезпеченням ефективності навчального процесу, впровадженням освітніх інновацій. У педагогіці під інноваціями розуміють нововведення, що поліпшують хід і результати навчально-виховного процесу. Слід підкреслити амбівалентність використання поняття «інновація» у психолого-педагогічній літературі. З одного боку, інновації – це процес впровадження в педагогічну практику нових методів, прийомів і засобів організації навчання й виховання, з іншого – результат, продукт цієї діяльності.

Важливим у теорії освітніх інновацій є питання критеріїв їх обґрунтованості, серед яких основними є такі показники: *оптимальність* (раціональність витрат засобів і зусиль суб'єктів навчально-виховного процесу), *результативність* (стійкість позитивних результатів суб'єкта інноваційної діяльності), *масова реалізація* (можливість творчого використання інновацій у масовій практиці). Застосування саме таких критеріїв оцінювання освітніх інновацій допомагає визначити значущість та корисність кожного нововведення, оскільки окремі з них, навіть зважаючи на їхню високу результативність, характеризуються великими витратами часу та зусиль їх учасників, через що є неефективними.

Впровадження освітніх інновацій потребує чіткого визначення їх компонентів. Структура педагогічних технологій складається з *концептуальної* частини, яка розглядається як короткий опис ідей, гіпотез, принципів, *змістової* частини, що визначає основний зміст інноваційної технології, загальні та конкретні цілі її впровадження, та *процесуальної* частини, де описується технологічний процес, його організація, методи і форми діяльності різних суб'єктів навчально-виховного процесу, його етапи, корекція дій, регламент, витрати часу.

Педагогічні інноваційні технології можна систематизувати за ознакою масштабності перетворень. Відповідно до цього критерію вони поділяються на системні (особистісно орієнтовані, нові інформаційні технології, модульно-рейтингові), модульні (технології розвитку творчості, ігрові та діалогові), локальні (технології цілепокладання й життєтворення, проектні та тренінгові технології). Останнім часом велика увага приділяється методикам та педагогічним технологіям, які забезпечують реалізацію принципів особистісно орієнтованої освіти.

Отже, підготовка діяльної, творчої особистості з високим адаптаційним потенціалом, здатної орієнтуватися в сучасному інформаційному просторі, критично мислити, приймати власні рішення, обумовлює необхідність організації навчально-виховного середовища на основі інноваційної педагогічної діяльності. Застосування освітніх інноваційних технологій дозволяє досягти ефекту новизни й оригінальності, сприяє підвищенню пізнавальної активності учасників навчально-виховного процесу, створює умови для розвитку учнів з урахуванням їх здібностей, інтересів та ціннісних орієнтацій, формування в них вміння застосовувати отримані знання й набуті навички у практичній діяльності.

Підвищенню конкурентоспроможності навчальних закладів на ринку освітніх послуг сприяє впровадження освітніх інновацій не тільки у навчально-виховний процес, а й у систему управління. Однією з важливих умов модернізації управління освітнім закладом є застосування концепції маркетингу. Без маркетингу сьогодні неможливе визначення потреб в освітній послугі, обсязі її фінансування, матеріально-технічного й ресурсного забезпечення. У системі освіти під маркетингом розуміється діяльність керівництва навчального закладу, спрямована на задоволення попиту потреб соціуму в освітніх послугах.

Існуючі системи управління попитом населення на освітні послуги опинилися перед необхідністю пошуку нових шляхів, зокрема створення служби маркетингу навчального закладу, основними функціями якої є: вивчення попиту споживачів на освітні послуги; оцінка потенціалу освітнього закладу у порівнянні з конкурентами; його комунікаційна діяльність; створення маркетингової інформаційної системи тощо.

Телетова, С.Г. Інноваційні освітні технології та маркетингова діяльність у системі управління навчальним закладом [Текст] / С.Г. Телетова // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 вересня 2013 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. - Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2013. - С. 271-272.