

Специфика маркетингового анализа будущих менеджеров образования

Аннотация. Данная статья изучает специфику осуществления маркетингового анализа будущих менеджеров образования. Определено, что данный анализ должен осуществляться на основании положений профессионального стандарта, который включает в себя основные умения, характерные для современного управленца.

Ключевые слова: анализ, маркетинговый анализ, рефлексия, образовательный стандарт, профессиональный стандарт, умения, менеджер образования.

Будущий менеджер образования в процессе своего профессионального образования проходит длительный путь. Для становления необходимо изучение разностороннего круга профессиональных дисциплин, получения значительного количества обязательных знаний и умений. При этом будущий менеджер образования оценивается обществом со стороны возможности выполнения тех или иных обязанностей после окончания учебного заведения. Для того, чтобы определить уровень подготовленности будущего менеджера образования, могут быть применены различные варианты оценки. Не так давно в этой области начал использовать и маркетинговый анализ [2].

Маркетинговым анализом называют процесс изучения определенного объекта. Он осуществляется с целью получения определенного комплекса информации, которая в дальнейшем станет основанием для формирования эффективной маркетинговой стратегии. Маркетинговому анализу может быть подвергнут любой объект общественных отношений. В процесс маркетингового анализа включается сбор, анализ, интерпретация данных. При этом вся информация должна быть собрана из различных источников, в круг которых входят и социологические исследования, и статистические данные.

В исследованиях определены различные цели маркетингового анализа. Выделим основные из них:

- определение положение объекта исследования в своем окружении;
- анализ сложившихся тенденций и трендов в области деятельности объекта исследования;
- оценка спроса на объект или его умения, знания и навыки в общественном формате;
- определение слабых и сильных сторон;
- разработка эффективной стратегии развития объекта с целью достижения поставленных целей [4].

Проведение маркетингового анализа будущих менеджеров образования в целом соответствует классическому варианту проведения анализа. Очень важной информацией в процессе проведения данного анализа выступает сформированности знаний, умений и навыков, профессиональных качеств, теоретической и практической подготовки к выполнению будущей деятельности.

Маркетинговый анализ будущих менеджеров образования должен учитывать, что на сегодняшний день для них определено огромное количество обязательных компетенций, которые представлены в Государственном образовательном стандарте Российской Федерации. Будущий управленец должен быть готов, что при осуществлении профессиональной деятельности он столкнется с высокими требованиями работодателя, а также обширным кругом обязанностей. При этом они будут касаться не только образовательного процесса, но и экономики, психологии корпоративного уровня, консалтинга, статистики, маркетинга и др. [7]

Дипломированный менеджер образования должен не только быть теоретически подготовлен, но и уметь применить полученные знаний в практической деятельности. Все указанные особенности должны быть учтены в процессе постановки целей и задач маркетингового анализа, что в дальнейшем станет основой для выбора методов исследования.

Очень важно понимать, что, проводя маркетинговый анализ будущего управленца, прежде всего осуществляется анализ его личности. Поэтому должны быть учтены личностные, индивидуальные, психические и психологические особенности индивида. Только после накопления информации и с этой точки зрения, можно определять профессиональные возможности того или иного будущего менеджера образования.

Специфика маркетингового анализа будущих менеджеров образования заключается в том, что в процессе его проведения должна быть оценена его подготовка и ее качество. Очень часто такая оценка рассматривает только изучение уровня готовности к выполнению профессиональной деятельности. Важно учесть, что подготовка будущего менеджера образования должна учитывать, что это – непрерывный процесс. Его цель состоит в формировании профессиональных качеств личности. Они должны получить свое обобщение в готовности личности к профессиональной деятельности. И это может выступить в качестве сильной и слабой стороны при проведении маркетингового анализа, существенно влияя на выбираемую стратегию маркетингового развития будущего менеджера образования [4].

Для будущих менеджеров образования очень важно оценить в процессе маркетингового анализа уровень формирования готовности к выполнению профессиональной деятельности. По сути, она выступает как системообразующий компонент в профессиональной подготовке студентов. В составе готовности к выполнению профессиональной деятельности будущих менеджеров образования необходимо выделить трех взаимосвязанных аспектов – личностного, когнитивного и психологического [4]. Также могут быть выделены дополнительно такие компоненты профессиональной готовности менеджера образования, как мотивационный, теоретический и практический.

Еще одной специфической чертой маркетингового анализа будущих менеджеров образования является необходимость придерживаться квалитологического принципа отражения качества процесса в качестве

результатов А. И. Субетто. Для маркетингового анализа очень важно понимать компоненты готовности как результат качества подготовки. С этой точки зрения маркетинговый анализ должен быть ориентирован на определение следующих критериев оценки будущих специалистов:

- мотивационно-ценностный,
- когнитивный,
- деятельностный;
- рефлексивный [3].

Именно полная оценка данных критериев позволяет говорить о полной маркетинговой оценке качества подготовки будущего менеджера.

Мотивационно-ценностный критерий в процессе маркетингового анализа должен включать такие понятия, как ценностные ориентации, профессиональную направленность, отношение к профессии. Для этого исследуется комплекс информации, характеризующей мотивы и ценности деятельности, уровень интереса у студентов.

Маркетинговый анализ будущих менеджеров образования должен выявить наличие четкой взаимосвязи между такими образованиями, как система ценностных ориентаций и направленность личности. Для будущего менеджера важно иметь такой уровень развития ценностных ориентаций, который образует основу внутреннего отношения к действительности. В процессе обучения будущий менеджер образования постоянно развивается, что влияет на формирование ценностной сферы, в дальнейшем оказывая влияние на результаты профессиональной деятельности. А это, в свою очередь, оказывает влияние на перспективы деятельности и развития всех субъектов организации образования [2].

Можно назвать еще одну причину, почему важно выделять в процессе маркетингового анализа будущего менеджера образования ценностные ориентации. Они представляют из себя важную составляющую профессионального сознания будущего специалиста. Также ценностные

ориентации мотивируют, определяя показатели значимости выполняемой деятельности и требований к самому себе.

Маркетинговый анализ будущего менеджера образования должен включать блок информации, который позволяет изучить специфику формирования положительной мотивации. Она проявляется в актуализации внутренних мотивов саморазвития.

Также необходимо обратить особое внимание на оценку уровня подготовленности студентов по показателю рефлексивного критерия. К основным признакам данного комплекса информации относится потребность саморазвития, твердые убеждения, высокие личностные установки, моральность поведения, самоанализ и осознание личностного смысла [2],

Когнитивный критерий в процессе маркетингового анализа проявляется в показателе уровня теоретической подготовки будущего менеджера образования. Осуществляется фиксация объёма знания, уровня успеваемости качества теоретической подготовленности, проявление интереса к теории в области педагогики и менеджмента. В качестве информации для границ критерия используются образовательные и профессиональные стандарты [1].

И последний критерием маркетингового анализа будущего менеджера образования выступает деятельностный, который, в отличие от ранее рассмотренного, ориентирован на уровень практической подготовленности. Комплекс информации в данном направлении анализирует уровень сформированности умений, необходимых для профессиональной деятельности менеджера. К ним относятся умения следующей направленности – конструктивные, коммуникативные, исследовательские, организаторский [7].

Таким образом, маркетинговый анализ будущего менеджера образования выполняется на общих основаниях, какие реализуются относительно анализа личности и профессионала. Однако, очень важно учитывать все критерии, которые важны для составления будущей стратегии развития.

Список литературы

1. Борытко Н.М. Гуманитарные принципы профессионального образования педагога-воспитателя в системе непрерывного образования // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. - 2012. - Т. 75. - №11. С. 43.
2. Герасимова О.И. Уточнение содержания понятия «рефлексивные умения студента» на основе теоретического анализа // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. - 2013. - №8. - С. 244-247.
3. Иванова З.И. Инновационные формы контроля и оценки учебных достижений в высшей школе / Иванова З.И., Антошина Е.С., Романова О.В. // Аграрная наука в XXI веке: проблемы и перспективы. Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции. Под редакцией И.Л. Воротникова, 2014. - С. 434-437.
4. Набиев Д. Х. Специфика маркетинговых исследований в системе образования // ORIENSS. 2021. №10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-marketingovyh-issledovaniy-v-sisteme-obrazovaniya> (дата обращения: 09.12.2024).
5. Пузанков Д.В. Система стратегического планирования развития университета // Университетское управление: практика и анализ. - 2002. - № 2 (21). - С. 6-15
6. Тапалова О.Б. Корреляция показателей потребности в достижении и мотивации достижения с личностными факторами в группе студентов и менеджеров // Вестник КазНУ альФараби. Серия психологии и социологии. 2018. № 1 (64) 2018. С. 26 – 37.
7. Шапиева А.С. Профессиональные требования к подготовке менеджера образования / Шапиева А. С., Магомедова П. К., Алиева Р. Р. // МНКО. 2015. №6 (55). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnye-trebovaniya-k-podgotovke-menedzhera-obrazovaniya> (дата обращения: 09.12.2024).