

связи. Для того чтобы проявлялся такой мотив, необходимо создать речевые условия и ситуации. Русская народная сказка служит фундаментальной основой для развития умений воспринимать, понимать и эмоционально откликаться.

Список литературы

1. Аникин В.П. Русское устное народное творчество: учебник для вузов. – М.: Высшая школа. – 735с.
 2. Ведерникова Н.М. Русская народная сказка. – М.: Наука, 1975. – 136с.
 - 18.Пропп В.Я. Русская сказка. – М.: Издательство: "Лабиринт", 2000. – 416с.
 3. Ушинский К.Д. Избранные педагогические сочинения: В 2 т.- М.: Просвещение, 1974. – 348с.
 4. Выготский Л.С. Детская речь / Л.С. Выготский. М.: Педагогика, 2006. 420 с.
 5. Эльконин, Д.Б. Психологическое развитие в детских возрастах /. Воронеж. 2005. 198 с.
 6. Якубинский Л.П. О диалогической речи // Русский филологический, 2008. - 283 с.
-

ЗНАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ИДЕОЛОГИИ

ЛУГОВСКАЯ М.В.

*Старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга,
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный
национальный исследовательский университет»,
Россия, Белгород*

Одним из наиболее дискуссионных аспектов реформирования высшего образования в России является процесс принудительного подчинения его рыночной логике, что адекватно отражает подход с позиций так называемого нового менеджмента (неоменеджмента), основанного на идее «перенесения методов работы частного сектора в отрасли общественного сектора в интересах повышения эффективности его отраслей» [3, с.61]. В соответствии с этим подходом современные вузы, прежде всего, университеты, должны функционировать по моделям, характерным для корпораций, а система

управления ими – воспроизводить, хотя и с некоторыми особенностями, апробированные корпоративные модели. Идеи нового корпоративного менеджмента применительно к учреждениям высшего образования (ВО), далеко не всегда бесспорные, являются не просто модным трендом, а отражают некоторые особенности функционирования современных вузов, наиболее крупные из которых, действительно, приобретают черты, типичные для большинства корпораций. К их числу можно отнести большие масштабы деятельности, самостоятельность в принятии решений, наличие специфических, внутриорганизационных правил и корпоративной этики, формулировку собственной миссии [1, с.16].

Кроме того, в процессе решения задач вуз все чаще активно взаимодействует с традиционными корпоративными структурами, что не может не стимулировать конвергентные процессы между ними. Более того, университеты перенимают методы работы крупных экономических корпораций, начиная участвовать «в начальной стадии» цикла производства и передачи знания» [2, с.78], что для них было нехарактерно прежде.

Усиление корпоративных начал в деятельности ВО, таким образом, укладывается в рамки общих тенденций развития современного социума, который становится все более «корпоративно структурированным», а корпоратократия играет в нем роль наиболее влиятельной элиты. Но включение в общую логику корпоративных процессов означает, что в ходе воспроизводства и конкуренции, которые все более жестко детерминируют функционирование вузов, они с неизбежностью должны использовать те корпоративные ресурсы, которые обеспечивают достижение целей. К числу таких ресурсов, органичных природе вуза, относятся корпоративные знания. Этот ресурс существенно выделяет вуз среди многих корпораций уже потому, что процесс самоорганизации вузовской жизни изначально ориентирован на производство знаний, их распространение и использование как для внутреннего развития, так и для изменения внешней среды. Если в других корпорациях производство знаний, как правило, представляет собой необходимый, но не доминирующий процесс, то в вузах он становится центральным, обеспечивая им потенциальные преимущества перед конкурентами.

Многие пользующиеся мировой известностью университеты осознали «вес» этого преимущества и широко используют корпоративные знания для

наращивания своих возможностей в рамках образовательного и всего экономического пространства.

Однако большинство российских вузов пока еще недостаточно активно применяет ресурс корпоративных знаний. В значительной степени потому, что сам данный феномен остается достаточно новым для образовательной практики, которая традиционно была ориентирована не на оказание услуг, а на развитие личности обучающихся за счет трансляции культурных образцов. Особую актуальность эта проблема приобретает для провинциальных вузов, под которыми мы понимаем учреждения высшего образования, действующие в большинстве субъектов РФ, не относящихся к столичным. Для большинства этих вузов характерен дефицит ресурсов и ограниченность возможностей, которые могли бы использоваться для производства, распространения и использования корпоративных знаний. В то же время именно в них остро ощущается потребность в эффективных технологиях, обеспечивающих конкурентоспособность по отношению как к «столичным», так и зарубежным университетам.

Как отмечает К.И. Шарова, что система управления знаниями не адаптирована к российским условиям, и лишь немногие положительно оценивают практику ее применения [4, с.26]. Тем более, это типично для учреждений ВО, сотрудники и администраторы которых зачастую не имеют ясного представления о содержании корпоративных знаний, их возможностях и технологиях управления процессами их производства, распространения и применения.

Список литературы

1. Бабинцев В.П. Корпоративные отношения в российских вузах: разрыв традиции // Высшее образование в России. 2017. № 7.
2. Балацкий Е.В. Новые тренды в развитии университетского сектора // Мир России. 2015. № 4. С. 78.
3. Курбатова М.В. Реформа высшего образования как институциональный проект российской бюрократии: содержание и последствия // Мир России. 2016. № 4. С. 61.

4. Шарова К.И. Мировые тенденции управления знаниями в контексте становления постиндустриального общества // Вестник Полоцкого государственного университета. 2011. №13. С. 26.

УДК 37.373

МОНИТОРИНГ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ УЧЕБНЫМ ЗАВЕДЕНИЕМ

КУДУСОВА Э.Э.

*ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет»,
г. Симферополь*

В статье описаны этапы и процедуры организации мониторингового исследования в образовательном учреждении, результаты которого обуславливают принятие управленческих решений в образовании.

Ключевые слова: мониторинг, качество образования, управление образовательным учреждением, оценивание, измерения, социальный заказ.

Постановка проблемы. Современные социально-экономические и политические изменения стали предпосылкой реформирования национальной экономики и системы образования. Основным социальным требованием российского общества является потребность в качестве школьного образования, основным средством оценки которого является мониторинг, способно охарактеризовать эффективность образовательного процесса и дальнейшие шаги по его совершенствованию на основе адекватных управленческих решений.

Понятие внутреннего школьного управления до сих пор остаются недостаточно разработанными в отечественной педагогической теории. Внутреннее школьное управление до сих пор представляет собой " контроль» – часто тотальный и никому не нужный – и «управление» – часто бессистемное и жестко иерархическое. Такое управление построено на недоверии – к учителю, кобучающемуся, к родителям школьников. К тому же практика школьного управления чаще всего носит функциональный характер: об этом свидетельствует гиперболизированная функция внутришкольного контроля, которая не предусматривает учета личного мнения каждого учителя и не