

УДК 37.032

## МАРКЕТИНГОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК КРИТЕРИЙ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Донина И.А., Ширина Т.Г.

ФГБОУ ВПО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»,  
Великий Новгород, e-mail: novsu@novsu.ru

Нарастание конкурентной борьбы на рынке образовательных услуг, а также низкая удовлетворенность и несоответствие качества образовательных услуг требованиям государства и ожиданиям потребителей требуют поиска новых подходов к управлению образовательными организациями. Одним из таких подходов, направленных на успешное развитие образовательных организаций в условиях рыночной экономики, является маркетинговый подход. Применение маркетинговых технологий в сфере образования требует нового качества профессиональной компетентности у членов педагогического коллектива и особенно руководителя. Одним из компонентов профессиональной компетентности педагогических работников и руководителей, обеспечивающим успешность образовательной организации в условиях рыночной экономики, сегодня выступает их маркетинговая компетентность. В статье дается авторское определение феномена «маркетинговой компетентности» педагогических работников и руководителей образовательной организации, раскрываются ее компоненты: профессиональные знания, умения и навыки, ценностные ориентиры и нравственные качества, лидерские способности, деловые качества и умение управлять собой.

**Ключевые слова:** профессионализм, профессиональная компетентность, маркетинг, маркетинговая компетентность, педагогический работник, руководитель образовательной организации

## MARKETING COMPETENCE AS PROFESSIONALISM CRITERION IN EDUCATION

Donina I.A., Shirina T.G.

Novgorod State University named after Yaroslav the Wise, Veliky Novgorod, e-mail: novsu@novsu.ru

Growth of competition in the market of educational services as well as low level of satisfaction and nonconformity of quality of educational services to the state standards and customer expectations requires searching new approaches to the management of educational organizations. One of these approaches focused on successful development of educational organizations in the context of market economy is marketing approach. Application of marketing technologies in education dictates new quality of professional competence of teaching staff especially of its leaders. One of the components of professional competence of teaching employees and principals that provides design of growth strategy of educational organizations in the context of market economy and its effective implementation is their marketing competence. In the article we describe author's definition of the phenomenon of «marketing competence» of teaching employees and principals of educational organization, expand its components: professional knowledge, abilities and skills, value orientation and moral qualities, leadership skills, business qualities and self-management.

**Keywords:** professionalism, professional competence, marketing, marketing competence, teaching employee, principal of educational organization

Сфера образования во все времена решает задачи развития личности, воспитания подрастающего поколения, формирования способности и готовности к будущей трудовой деятельности. Она наиболее ярко отражает тенденции общественного развития, государственной политики и социально-экономической ситуации в стране.

Наблюдающиеся в последнее время снижение престижа образования, низкая удовлетворенность образовательными услугами со стороны государства и общественности, несоответствие качества образовательных услуг ожиданиям потребителей требуют поиска новых подходов к управлению образовательными организациями. Одним из таких подходов, направленных на успешное развитие образовательных организаций в условиях рыночной экономики, является маркетинговый подход, предполагающий фокусирование стратегии развития организации на запросах и нуждах потребителя; разработку и реали-

зацию качественных образовательных услуг, востребованных рынком; ориентацию на сокращение совокупных затрат потребителя (прежде всего затрат на потребление образовательных услуг); непрерывность сбора и обработки информации о конъюнктуре рынка образования и труда; комплексность использования маркетинговых инструментов в сфере образования [1, 80].

Реализация маркетингового подхода предполагает наличие новых видов профессиональных действий и, соответственно, новой компетентности руководителей и педагогических работников образовательных организаций. Это заставляет иначе взглянуть на структуру профессиональной компетентности педагогических и управленческих кадров и рассмотреть в качестве одного из ее компонентов – маркетинговую компетентность.

Раскрывая сущность понятия «маркетинговая компетентность» как компонента

профессиональной компетентности, проанализируем следующие теоретические категории «профессия», «профессионализм», «компетентность», «профессиональная компетентность».

Изучению различных аспектов профессионализма, в том числе профессионализма педагогов и руководителей образовательных учреждений, посвящены работы Т.Г. Браже, Л.В. Васяк, И.В. Гришиной, О.А. Жилевой, А.В. Кириченко, Е.А. Климова, В.Ю. Кричевского, А.К. Марковой [3; 4; 6; 7; 9; 10; 11].

Понимая под «профессией – род трудовой деятельности человека, предмет его постоянных занятий, а также свидетельство наличия у него знаний и умений, опыта, позволяющих квалифицированно выполнять данный вид работ» [12, 304], необходимо отметить, что, по мнению ученых, характеристикой специалиста, обладающего высшим уровнем освоения профессии, является *профессионализм*. В настоящее время существуют различные точки зрения на сущность понятия «*профессионализм*».

Нам близка точка зрения А.К. Марковой, которая полагает, что «профессионализм» это не только достижение высоких профессиональных результатов, не только производительность труда, но и непереносимое наличие психологических компонентов – внутреннего отношения человека к труду, состояние его психических качеств... При рассмотрении и оценке профессионализма человека большое значение имеет то, из каких ценностных ориентаций он исходит, какие свои внутренние ресурсы добровольно и по внутреннему убеждению вкладывает в свой труд» [11, 34]. Психологические аспекты профессионализма подчеркивает и Е.А. Климов, рассматривая профессионализм как особое психологическое состояние личности: «не просто новый высший уровень знаний и результатов человека в данной области деятельности, а определенную системную организацию сознания, психики человека» [10].

А.В. Кириченко связывает развитие профессионализма с научно-техническим и интеллектуальным развитием общества, определяет его как высшую ступень в развитии человека в качестве субъекта познания, труда и общения. Основным критерием уровня профессионализма, по мнению ученого, является совокупность знаний, умений, навыков и психических свойств специалиста, соответствующих современным достижениям науки и практики в данной области [9]. В контексте нашей статьи в приведенных определениях хочется подчеркнуть такие аспекты профессионализма,

как ценностные ориентации личности и соответствие тенденциям развития общества.

Основным компонентом «профессионализма» является «профессиональная компетентность». Современные научные исследования не дают единого подхода к определению «компетентности» и «компетенция». Это обуславливает широкий спектр различных трактовок: от отождествления до принципиально разных подходов и точек зрения. Рассматривая сущность профессиональной компетентности руководителя и педагога образовательной организации, мы опираемся на точку зрения А.В. Хуторского, который разделяет «компетенцию» и «компетентность», понимая под первым совокупность взаимосвязанных качеств личности, задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов, наперед заданное требование к образовательной подготовке обучаемого. Компетентность же ученый определяет как «владение человеком соответствующей компетенцией, включающей его личностное отношение к ней и предмету деятельности, уже состоявшиеся качества личности обучаемого и минимальный опыт по отношению к деятельности в заданной сфере» [14, 59].

Сущность понятия «профессиональная компетентность» была предметом исследований многих российских ученых: Е.В. Бондаревской, Т.Г. Браже, Б.С. Гершунского, И.В. Гришиной, Э.Ф. Зеера, А.К. Марковой и т.д. [2; 3; 5; 6; 8; 11]. Анализируя различные научные исследования, мы считаем, что *профессиональная компетентность* – это сущностная характеристика профессионализма, представляющая собой интегральное личностное качество, основанное на совокупности фундаментальных специальных научных знаний, практических умений и навыков, свидетельствующих о готовности и способности к успешному осуществлению профессиональной деятельности.

Рассматривая сущность профессиональной компетентности в образовании, И.В. Гришина определяет *профессиональную компетентность педагогического работника* как системное явление, сущность которого состоит в системном единстве педагогических знаний, опыта, свойств и качеств педагога, позволяющих эффективно осуществлять педагогическую деятельность, целенаправленно организовывать процесс педагогического общения и также предполагающих личностное развитие и совершенствование педагога [6, 104].

В этой же логике можно рассмотреть *профессиональную компетентность руководителя образовательной организации*,

определив ее как системное явление, заключающееся в единстве профессиональных (управленческих, педагогических, психологических) знаний, опыта, свойств и качеств руководителя, позволяющих эффективно осуществлять образовательный менеджмент, и предполагающее самоменеджмент развития собственного профессионализма.

Поскольку современные образовательные организации осуществляют свою деятельность в условиях рыночной экономики, происходит изменение требований и к сущности профессиональной компетентности как педагогических, так и управленческих кадров. Делая акцент на специфике профессиональной компетентности в сфере образования, необходимо учитывать современные тенденции ее развития, предполагающие усиление педагогической составляющей в деятельности руководителя образовательной организации (которая выражается не только в организации образовательного процесса, но и реализации образовательной функции по отношению к возглавляемому коллективу). С другой стороны, тенденция демократизации управления образовательными организациями предполагает участие членов педагогического коллектива в управлении образовательной организацией. Это расширяет структуру профессиональной компетентности педагога, добавляя в нее управленческий аспект. Более того, большинство современных образовательных организаций имеют статус «автономных», что предоставляет им право активной самостоятельной хозяйственной и финансовой деятельности. Таким образом, можно говорить о тенденции взаимопроникновения составляющих профессиональной компетентности руководителя и педагогического работника образовательной организации. В структуре их профессиональной компетентности выделяются составляющие, обуславливающие успешную деятельность образовательной организации в новых, рыночных условиях. Их совокупность мы понимаем как *маркетинговую компетентность* и считаем ее одним из критериев профессионализма в условиях рыночной экономики. Понимая под маркетингом «деятельность, набор институтов и процессов, обеспечивающих создание, информирование, доставку и обмен предложений, имеющих ценность для потребителей, клиентов, партнеров и общества в целом» [13, 15], мы считаем, что маркетинговая деятельность подразумевает как централизацию управления маркетингом, так и включение ее в качестве одного из направлений деятельности образовательной организации, а также

принятие принципов маркетинга каждым членом педагогического коллектива. Директор-маркетолог может взять на себя только функции планирования, организации и контроля. Реализовать всю совокупность действий, которая требуется для эффективного маркетинга, без поддержки и понимания коллектива образовательной организации практически невозможно.

Таким образом, *маркетинговая компетентность руководителя и педагогического работника* образовательной организации рассматривается нами как владение определенными профессиональными знаниями, умениями, навыками, как личностное свойство, как способность и возможность обеспечения успешной деятельности возглавляемой общеобразовательной организации в конкурентной среде, за счет принятия принципов маркетинга в качестве основных принципов деятельности. Наличие маркетинговой компетентности позволяет эффективно выполнять деятельность по разработке и реализации стратегии развития образовательной организации в условиях рыночной экономики и решать маркетинговые задачи по взаимодействию с ключевыми партнерами: учащимися, их родителями, общественностью и государством.

Мы выделяем в структуре *маркетинговой компетентности: организационно-управленческий компонент* (управление маркетинговой деятельностью, взаимодействие с социумом, взаимодействие во внутренней среде); *предпринимательско-исследовательский компонент* (инновационное взаимодействие с рынком); *информационно-аналитический компонент* (анализ рынка, сбор и обработка информации по рынку, образовательным продуктам, анализ эффективности собственных образовательных программ и маркетинговых действий). Сущность маркетинговой компетентности для каждого из компонентов представлена в таблице.

*Маркетинговая компетентность* – динамичное образование, которое является компонентом профессиональной компетентности и критерием непрерывного развития профессионализма. Выделение ее как самостоятельной единицы порождает качественно новый уровень профессионализма, а именно: происходит расширение профессиональных знаний и умений за счет сведений по теории маркетинга, маркетинговым исследованиям, маркетинг-менеджменту, теории и методике менеджмента, образовательного менеджмента и образовательного маркетинга, психологии. Маркетинговые умения как способность личности применять полученные маркетинговые

знания в реализации маркетингового подхода к управлению образовательной организацией позволяют организовать образовательный процесс и процесс управления

на основе учета потребностей личности. Наличие маркетинговых знаний и умений обеспечивает научность и технологичность маркетинговой деятельности.

Сущность маркетинговой компетентности руководителя образовательной организации и педагогического работника

Должность	Руководитель образовательной организации	Педагогический работник
Сущность обладания маркетинговой компетентностью	Способность осуществлять маркетинговую деятельность; управлять маркетинговой деятельностью организации; формировать готовность коллектива к маркетинговой деятельности	Способность осуществлять маркетинговую деятельность образовательной организации, применение маркетинговых технологий в профессиональной деятельности
Организационно-управленческий компонент	Планирование, организация, координация, мотивация и контроль маркетинговой деятельности образовательной организации. Формирование маркетинговой компетентности педагогического коллектива и самоджмендмент в становлении собственной маркетинговой компетентности. Формирование организационной культуры, принимающей принципы маркетинга в качестве базовых	Планирование, организация и осуществление маркетинговой деятельности в образовательном процессе, формировании ученического коллектива, взаимодействии с родителями. Саморазвитие и повышение квалификации в сфере маркетинга. Принятие организационной культуры, основанной на принципах маркетинга
Предпринимательско-исследовательский компонент	Исследование рынка образовательных услуг, потребностей потребителей образовательных услуг, поиск новых решений на основе возможностей рыночной ситуации, создание внутренней среды, способной реализовать инновационные стратегии развития	Разработка своих образовательных программ на основе анализа спроса и анализа конкурентов, оценка степени удовлетворенности потребителей. Использование возможностей внешней и внутренней среды для формирования новых образовательных программ и продуктов
Информационно-аналитический компонент	Формирование маркетинговой информационной системы, анализ и прогнозирование результатов деятельности образовательной организации, реализация информационно-коммуникационной политики	Информационное взаимодействие с участниками образовательного процесса

В качестве новых *ценностных ориентиров* выступает признание личности потребителя и его нужд в качестве приоритета в принятии решений и разработке стратегии развития. Система ценностных ориентаций определяет стратегические ориентиры профессионального развития и обеспечивает устойчивость профессионального становления личности, преемственность этапов становления, направленность самоуправления достижением целей и задач. *Нравственные качества* позволяют выстраивать деятельность на основе таких принципов, как открытость, доверие, взаимодействие, сотрудничество. Наличие *лидерских способностей* предполагает создание команды единомышленников из числа членов педагогического и ученического коллектива, клиентов и социальных партнеров и построение системы отношений на основе маркетинга взаимодействия. Лидерские способности

предполагают наличие коммуникационных умений, способность к организации взаимодействия, наличие авторитета лидера. *Деловые качества* позволяют эффективно реализовывать маркетинговый потенциал при реализации стратегии развития образовательной организации (проведении различного рода переговоров, презентаций, поиске и подборе кадров, деловых партнеров, принятии сложных управленческих решений: внедрение новых образовательных программ, выход на новые целевые рынки, ребрендинг и т.д.). *Умение управлять собой (самоменеджмент)* представляет собой высший уровень качеств, предполагающий наличие способности к самоорганизации, самомотивации, самокоординации и самоконтролю. Данный вид умений обеспечивает способность личности к саморазвитию ее маркетинговой компетентности и, как следствие, ее профессионализма.

## Список литературы

1. Абабков Ю.Н. Современные технологии маркетинга на рынке образовательных услуг // Техно-технологические проблемы сервиса. – 2009. – № 9. – С.77–87.

2. Бондаревская Е.В. Педагогическая культура как общественная и личная ценность // Педагогика. – 1999. – № 3. – С. 37.

3. Браже Т.Г. Рефлексивная культура педагога: способы ее выявления и развития // Человек и образование. – 2012. – № 1. – С. 80–84.

4. Васяк Л.В. Формирование профессиональной компетентности будущих инженеров в условиях интеграции математики и специализированных средств профессионально-ориентированных задач: диссертация... кандидата педагогических наук: 13.00.02 Чита, 2007. 170 с. РГБ ОД. 61:07-13/1509. – С. 18.

5. Гершуцкий Б.С. Концепция самореализации личности в системе обоснования ценностей и целей образования // Педагогика. – 2003. – № 10. – С. 3–7.

6. Гришина И.В. Профессиональная компетентность руководителя школы как объект исследования: монография. – СПб.: СПбГУПМ, 2002. – 232 с.

7. Жилиева О.А. Содержание профессиональной культуры личности // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – № 63–1.

8. Зеер Э.Ф. Психология профессий: учеб. пособие. – 2-е изд, перераб. и доп. – М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003. – 336 с.

9. Кириченко А.В. Акмеологическое воздействие в профессиональной деятельности госслужащих (Теория, методология, технология). – М., 1999.

10. Климов Е.А. Образ мира в разнотипных профессиях. – М., 1995. – 224 с.

11. Маркова А. К. Психология профессионализма. – М.: Международный гуманитарный фонд «Знание», 1996. – 312 с.

12. Райзберг Б.А. Словарь современных экономических терминов / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский. – 4-е изд. – М.: Айрис-пресс, 2008. – 480 с. – 304 с.

13. Райс Э., Траут Дж. Маркетинговые войны. – СПб.: Питер, 2006. – 256 с.

14. Хуторской А.В. Компетенции в образовании: опыт проектирования. – М.: «ИНЭК», 2007. – 327 с.

## References

1. Ababkov Ju.N. Sovremennye tehnologii marketinga na rynke obrazovatel'nyh uslug // tehniko-tehnologicheskie problemy servisa. 2009. no.9. pp. 77–87.

2. Bondarevskaja E.V. Pedagogicheskaja kul'tura kak obshhestvennaja i lichnaja cennost' // Pedagogika. 1999. no. 3. pp. 37.

3. Brazhe T.G. Refleksivnaja kul'tura pedagoga: sposoby ee vyjavlenija i razvitija // Chelovek i obrazovanie. no.1. 2012. pp. 80–84.

4. Vasjak L.V. Formirovanie professional'noj kompetentnosti budushhijh inzhenerov v uslovijah integracii matematiki i spetsdisciplin sredstvami professional'no-orientirovannyh zadach: dissertacija... kandidata pedagogicheskijh nauk: 13.00.02 Chita, 2007. 170 p. RGB OD. 61:07–13/1509. pp. 18.

5. Gershunskij B.S. Konceptija samorealizacii lichnosti v sisteme obosnovanija cennostej i celej obrazovanija // Pedagogika. 2003. no.10. pp. 3–7.

6. Grishina I.V. Professional'naja kompetentnost' rukovoditelja shkoly kak ob'ekt issledovanija: Monografija. SPb.: SPbGUPM, 2002. 232 p.

7. Zhiljaeva O.A. Soderzhanie professional'noj kul'tury lichnosti / Izvestija Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gercena. 2008 no. 63–1.

8. Zeer Je. F. Psihologija professij: ucheb. posobie. 2-e izd, pererab. i dop. M.: Akademicheskij Proekt; Ekaterinburg: Delovaja kniga, 2003. 336 p.

9. Kirichenko A.V. Akmeologicheskoe vozdejstvie v professional'noj dejatel'nosti gossluzhashhijh (Teorija, metodologija, tehnologija). M., 1999.

10. Klimov E.A. Obraz mira v raznotipnyh professijah. M., 1995. 224 p.

11. Markova A.K. Psihologija professionalizma. M.: Mezhdunarodnyj gumanitarnyj fond «Znanie», 1996. 312 p.

12. Rajzberg B.A. Slovar' sovremennyh jekonomicheskijh terminov / B.A. Rajzberg, L.Sh. Lozovskij. 4-e izd. M.: Ajrispress, 2008. 480 p. 304 p.

13. Rajs Je., Traut Dzh. Marketingovye vojny. SPb.: Piter, 2006. 256 p.

14. Hutorskoj A.V. Kompetencii v obrazovanii: opyt proektirovanija. M.: «INJeK», 2007. 327 p.

## Рецензенты:

Александрова М.В., д.п.н., профессор, проректор по учебно-методической работе Новгородского института развития образования, г. Великий Новгород;

Шерайзина Р.М., д.п.н., профессор, зав. кафедрой КППО, НовГУ им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород.

Работа поступила в редакцию 21.03.2014.