

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт физики, технологии и экономики
Кафедра технологии и экономики

Персональный менеджмент в развитии образовательной организации

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой

дата

подпись

Исполнитель:
Мельгунова Юлия Гаязовна,
обучающийся В41-z группы

подпись

Руководитель ОПОП:
Глухих Павел Леонидович,
доцент кафедры технологии
и экономики, к.э.н.

подпись

Научный руководитель:
Корзникова Галина Григорьевна,
профессор УрГПУ, к.п.н.

подпись

Екатеринбург 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УСЛОВИЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	6
1.1. ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ПОЯНТИЯ, СУЩНОСТЬ, ЭВОЛЮЦИЯ	6
1.2. АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ В РАЗВИТИИ	20
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ	20
1.3. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	27
ГЛАВА 2. ПРАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ ПЕРСОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ.	43
2.1. ПУБЛИЧНЫЕ ДОКЛАДЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ КАК ОТРАЖЕНИЕ ИМИДЖА И СТРАТЕГИ.....	43
2.2. АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ПЕРСОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ ГОРОДА ЕКАТЕРИНБУРГА	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	55
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	58

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы. Можно сказать, что экономика, а также общество РФ в целом сегодня переживают определенный период коренных преобразований. Постоянная перестройка всех организационных структур, а также децентрализация управления и обновление технологий, методов и стиля руководства существенно увеличивают значение работы руководителя, при этом, развивая у него определенные качества творца, а также лидера инноваций.

Высокоэффективный труд руководителя является целостным сплавом науки, искусства, определенное сочетание мастерства, которому нужно научиться, а также таланта организатора, который нужно постоянно развивать, совершенствовать.

Сегодня большое количество способных, талантливых людей не смогли достичь вершин, а также серьезных успехов в своей жизни именно потому, что они не смогли правильно распорядиться всем своим временем, а также способностями, а значит правильно и рационально организовать всю свою жизнь, деятельность.¹

Все это обуславливает актуальность темы данной выпускной квалификационной работы.

Степень разработанности проблемы. Дефицит времени при постоянно увеличивающейся интенсивности труда является ситуацией, которая характерна для многих руководителей по всему миру. Перед любым развитым государством на сегодняшний день стоит ключевой вопрос, который касается того, как же научиться экономить время всех тех, кто реализует основные функции управления?

¹ Шепель В.М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 2007. – 320 с.

Единственным выходом из сложившейся ситуации сегодня является создание целостной системы, так называемого самоорганизации личного труда руководителя.

Целью выпускной квалификационной работы является рассмотрение персонального менеджмента в развитии образовательной организации.

Для реализации данной цели в работе поставлены следующие **задачи**:

- Определение понятия персонального менеджмента;
- Рассмотрение сущности персонального менеджмента;
- Изучение эволюции персонального менеджмента;
- Анализ внутренней и внешней среды в развитии образовательной организации;
- Рассмотрение конкурентоспособности;
- Изучение и анализ практики реализации персонального менеджмента в образовательных организациях.

Объект исследования – персональный менеджмент в развитии образовательной организации.

Предмет исследования – анализ внутренней и внешней среды образовательной системы в целях выявления конкурентоспособности образовательной организации

Методы исследования. В зависимости от решения конкретных задач в ходе исследования были использованы такие общетеоретические методы формирования научного знания, как: диалектический метод, раскрывающий возможности изучения экономических явлений в динамическом развитии, взаимосвязи и взаимообусловленности; дедукции и индукции; анализа и синтеза; экономико-статистического анализа. В процессе выявления основных тенденций и закономерностей, подготовки научных рекомендаций и предложений была использована методология системного подхода.

Структура работы. Структурно выпускная квалификационная работа представлена введением, двумя главами, заключением и списком литературы. Во введении определяется ключевая цель и задачи работы. В первой главе рассматривается персональный менеджмент, анализ внутренней и внешней среды в развитии образовательной системы и конкурентоспособность образовательной организации. Во второй главе происходит рассмотрение публичных докладов образовательных организаций и анализ реализации персонального менеджмента образовательных организаций города Екатеринбурга. В заключении делается вывод по итогам работы.

ГЛАВА 1. ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УСЛОВИЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1. ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ПОЯНТИЯ, СУЩНОСТЬ, ЭВОЛЮЦИЯ

Широкоизвестный ученый и исследователь Питер Друкер в своей книге под заглавием «Задачи менеджмента в XXI веке» говорит о том, что одной из главнейших задач современной жизни является решение таковой проблемы, как повышение эффективности управления конкретно на уровне человека, то это и есть персональный менеджмент.

Есть огромное количество разных обстоятельств данным явлениям. Сюда можно отнести огромную зависимость успеха всякой компании от результативности применения времени топ-менеджментом, а также все увеличивающаяся так называемая «интеллектуализация труда», то есть когда от эффективности работы 1-го высокопрофессионального сотрудника зависит успех всего предприятия, довольно острый недостаток времени, сил, в особенности, когда человеку необходимо на протяжении жизни строить свою вторую карьеру и другое.²

Сегодня особенно актуальной становится проблема систематизации постоянно увеличивающегося количества информации именно по персональному менеджменту.

Хотелось бы отметить, что одним из первых определений, использовавшихся в нашей стране для описания представленного понятия, был такой термин, как техника личной работы. Данный термин в некой степени

² Шейнов В.П. Как управлять другими, как управлять собой. – Минск: Амалфея, 2009. – 195 с.

является удачным, так как он обещает собой для разрешения задач управления разные конкретные инструменты, а также приемы. 3

Наиболее успешным термином, касающимся описания деятельности по управлению собой, а в том же духе своей работой, собственным временем является таковой термин, как персональный менеджмент. Данный термин был использован в заглавии самого первого учебника, который был написан достаточно огромным коллективом авторов из нашей страны. 4

Можно заявить, что персональный менеджмент является областью познаний, которая занимается исследованием организации собственного труда сотрудника, которая основана конкретно на использовании различных достижений науки, передового опыта, а также применении технических средств.

Вообще персональный менеджмент дает возможность самым наилучшим образом установить определенное взаимодействие между сотрудником, а также применяемыми техническими средствами во всем процессе исполнения его должностных обязанностей.

Определенная степень готовности руководителя, а также специалиста к высокоэффективной работе определяется в первую очередь знаниями и умениями, а также навыками, некими качествами личности. Рационально организовать свой разумный труд, а также создать наиболее благоприятные условия для увеличения его эффективности является ключевой задачей, которая получает сейчас очень важное значение.

Абсолютно в любой сфере деятельности умственный труд, не считая мыслительной деятельности, охватывает различные чисто организационные и

³ Старобинский Э. Передача полномочий – один из важнейших принципов менеджмента // Управление персоналом. – 2007. – № 4. – С. 32. – С. 72.

⁴ Персональный менеджмент. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.executive.ru/wiki/index.php/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82

технические элементы. Некоторая их часть является общей для огромного количества различных профессий. 5

А это означает, что различные трудности организации конкретно собственного труда сотрудника можно изучать и с точки зрения организации, применяемых методов и принципов, а также приемов работы. Другой стороной организации конкретно личного труда можно назвать технику личной работы и технические средства, какие используются в практике каждодневной работы персоналом управления.

Хотелось бы отметить, что научную базу персонального менеджмента составляет определенная сумма познаний об организации собственного труда, которая была накоплена на практике управленческой деятельности, которая является представленной в облике разных принципов и методов, а также способов организации трудовой деятельности служащих аппарата управления.

Именно как наука персональный менеджмент определяет главные факторы, а также условия высокоэффективной работы управляющих, служащих, конкретно базе которых и разрабатывается теория, главным содержанием которой являются определенные принципы и формы, а также способы разумной работы служащих в процессе управления.

Вообще труд руководителя, а также спеца является беспристрастно обусловленным, он также носит инициативный и творческий характер. То есть с одной стороны, организация их каждодневной работы является подчиненной разным закономерностям и принципам, а также правилам. С иной же стороны данные критерии требуют определенного творческого осмысления для определения некой степени их применимости конкретно с учетом сложившейся производственной ситуации.

Определенные взгляды, а также критерии служат лишь неким исходным пунктом для работы менеджера или же специалиста над неизменным

⁵ Педагогический энциклопедический словарь / Гл. ред. Б.М. Бим-Бад. – М., 2007.

совершенствованием их индивидуально-личного рабочего стиля, а также определенных навыков, умений, разных способов организации труда. 6

Персональный менеджмент состоит из научно обоснованного решения определенных вопросов, которые тесновато связаны между собой, а это:

- организация труда конкретно в аппарате управления;
- выбор разных систем, а также методов работы;
- разные специфические трудности, касающиеся организации собственного труда;
- организация, а также оборудование рабочих мест;
- организация применения разных средств вычислительной, оргтехники.

Таким образом, список разных представленных вопросов и определяет состав, а также задачки, направления работы в области персонального менеджмента. 7

Есть огромная численность способных и талантливых людей, какие за всю свою жизнь так и не добились определенных вершин, а также серьезных успехов в их жизни, они не сделали хорошей карьеры только потому, что они не сумели верно распорядиться временем, способностями, а значит, они не смогли четко и рационально организовать свою жизнь, а также активность. 8

Хотелось бы отметить, что временем, как определенным ресурсом хоть какой человек располагает конкретно в одинаковом количестве. Однако итоги его применения являются различными у разных людей.

⁶ Питюков В.Ю. Основы педагогической технологии. Учебно-методическое пособие. – М.: Изд-во «Гном и Д», 2007.

⁷ Персональный менеджмент. – [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<http://www.hr-portal.ru/varticle/personalnnyy-menedzhment>

⁸ Бугаев А. Е. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://elib.tolgas.ru/publ/Bugaev_UMK_Osn_menedzhmenta_2012.pdf

Непрекращающийся недостаток времени при постоянно увеличивающейся интенсивности труда в данный момент является процессом, который свойственен почти для всех управляющих по всему миру. Перед любым развитым государством на сегодняшний день встал вопрос о том, как же научиться беречь время тех, кто занимается реализацией основных функций управления.

Сегодня переход РФ на рыночную экономику требует значительного роста интенсивности труда менеджеров компаний и разных организаций.

Исследования говорят о том, что менеджеры конкретно вследствие острого недостатка времени значительно увеличивают длительность рабочего дня. В результате у них просто нет времени, а также сил на поднятие квалификации и рост культуры, а также отдых и семью. Нужно иметь в виду, что острый недочет времени сейчас не является предпосылкой, то есть это следствие недостаточной самоорганизации менеджера.

Если менеджер непрерывно занят, так называемыми «горящими делами», он поддается непосредственно стихийному ходу событий, а также не управляет собственным временем, то постепенно он просто теряет способность распознавать главное от второстепенного, а также отделять из множества ситуаций особенно важные трудности.⁹

Сегодня можно заявить, что организация процесса работы менеджера является не лишь только его собственным занятием. То есть если его подчиненные не знают, когда же сумеют попасть к руководителю, то они стремятся попасть к руководителю со срочными, а также не в особенности срочными делами.

Сложившаяся система определенного беспорядочного применения рабочего времени очень часто исходит конкретно от самого руководителя, а также возвращается к нему в виде острой необходимости непрерывно

⁹ Коротков Э.М. Развитие менеджмент-образования: технологии и методическое обеспечение // Профессиональный учебник, 2006. №4.

растрачивать собственное время на решение, так называемых особенно «горящих проблем».

Можно говорить о том, что организация собственного труда менеджера сегодня не может не брать в расчет разные личные индивидуальные особенности людей. Здесь нереально управляться только лишь твердыми правилами, а в том же духе нормами. ¹⁰

Однако современная наука, а также практика управления оказывает потребность, возможность высокоэффективной организации конкретно собственного труда менеджеров. Так как в будничной работе успешных менеджеров имеются определенные общие черты, какие можно вычислить и сконструировать в виде различных принципов, неких практических рекомендаций, которые являются целесообразными для данной области менеджмента.

Таким образом, можно заявить, что персональный менеджмент является целенаправленным и последовательным использованием различных практических способов менеджмента в каждодневной деятельности конкретно для того, чтобы со значением и более оптимально расходовать свое время.

Большая численность выдающихся хозяйственных, военных, научных, политических управляющих добились успехов в будничной работе по большей доли именно благодаря достаточно точной организации собственной жизнедеятельности. ¹¹

Человек, естественно, не может управлять конкретно временем. Однако он может править всеми своими делами именно с учетом определенного фактора времени. Следует отметить, что в управлении требуются те же самые умения, что и в руководстве людьми, а это планировать и организовывать, а также делегировать и стимулировать, контролировать и координировать. То есть

¹⁰ Резник С.Д., Игошина И.А. Управление персоналом: тесты и конкретные ситуации. – Пенза: ПГАСА, 2003. – 136 с.

¹¹ Резник С.Д., Бондаренко В.В., Абрамов Р.Н., Турчаева Р.Ю. Методические указания к практическим занятиям по курсу «Персональный менеджмент». – Пенза: ПГАСА, 2007. – 51 с.

без этого элементарно нереально высокоэффективно действовать. Максимально возможно использовать отпущенное время помогает определенный набор управленческих навыков и приемов. Следует обдумать заблаговременно, что же делать и как делать, а также кому доверить определенное дело. 12

Руководитель обязан овладеть искусством и наукой управления самим собой, он обязан освоить все приемы так именуемого персонального менеджмента. Все это даст возможность менеджеру: 13

- высокоэффективно организовывать его личный труд, а также труд его подчиненных;
- самым маленьким путем достигать жизненных и профессиональных целей;
- постоянно повышать квалификационный уровень;
- по возможности избегать разных стрессовых ситуаций, а также увеличивать, сохранять высочайший уровень работоспособности;
- достигать больших результатов в труде;
- получать определенное удовлетворение от выполняемой им работы.

Вообще в развитии таковой дисциплины, как персональный менеджмент можно выделить три определенных этапа развития. Рассмотрим данные этапы. Первым этапом является накопление определенного опыта управления собой, а также собственным временем в жизни любого человека. Данный этап начался с появлением человека. Он продолжается и сейчас. 14

¹² Панкратов В.Н. Искусство управлять собой: практическое руководство. – М.: Институт психотерапии, 2001. – 256 с.

¹³ Введение в Персональный Менеджмент. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://elearn.oknemuan.ru/?p=18>

¹⁴ Архангельский Г. Организация времени: от личной эффективности к развитию фирмы, 2008.



Рисунок 1.1. – Этапы развития персонального менеджмента

Вторым этапом является дифференциация. Он связан в первую очередь с исследованиями в разных сферах, которые специалисты очень нередко вообще не относят к персональному менеджменту. Данный этап также будет продолжать развиваться без помощи других в дальнейшем. ¹⁵

Для рассмотрения завершающего третьего этапа развития персонального менеджмента необходимо классифицировать издания по представленной дисциплине. Объединим их в определенные группы по однообразию слабых, а также сильных сторон конкретно в отношении к задачам, а также главному предмету персонального менеджмента. Конечно же, в чистом виде работы,

¹⁵ Намазов В.Н., Жмыриков А.Н. Психолого-педагогические методы исследования индивидуально-личностных особенностей. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 146 с.

которые относятся к некой группе, выделить особенно тяжело. Но классификация является полезной, так как она дает возможность выделить самое основное, а все второстепенные детали можно учесть на гораздо глубоком уровне анализа. 16

Группа	Сильные стороны	Слабые стороны
<p>1. Персональный менеджмент по большей части является рациональной деятельностью.</p>	<p>Определенная практическая польза для читателей данных книг, которые могут использовать различные инструменты для увеличения эффективности использования времени, а также достижения различных личных целей.</p>	<p>Рассмотрение человека именно как определенной так называемой «технической субстанции», при этом пренебрегая некоторой психологической компонентой.</p>
<p>2. Различные психологические аспекты персонального менеджмента</p>	<p>Некоторая глубина рассмотрение ключевого аспектов деятельности, а именно «Человека-психологического».</p>	<p>Недостаточное применение различных современных достижений в теории управления.</p>

¹⁶ Токарев В. Профессиональные навыки менеджера ("обогащенный самоменеджмент")//Международный журнал «Проблемы теории и практики управления», 6/2000.

3. Эклектический подход.	Достаточно обширный круг изучаемых вопросов, а также возможность применения данных книг как определенного справочника.	Эклектический подход, а также достаточно слабая взаимосвязь всех различных разделов, отсутствие определенной системы персонального менеджмента.
4. Персональный менеджмент или же так называемый «обогащенный» самоменеджмент.	Применен творческий подход к построению совершенно новых моделей в персональном менеджменте. Связанная система, которая помогает практике. Возможно обширное использование для решения круга задач.	Достаточно высокая трудоемкость освоения материала.

Рассмотрим данные группы.

Первая группа определенных подходов к персональному менеджменту, которая различается высочайшим уровнем практической значительности, содержит в себе определенные советы по увеличению эффективности применения времени, продолжает сейчас довольно активно развиваться. Все это обуславливается главной проблемой, то есть нехваткой времени. 17

Далее следует рассмотреть подходы 2-ой группы. О определенных недочетах предоставленного подхода именно с точки зрения психологии писал

¹⁷ Леонова Н.И. Психология делового общения: Учебное пособие. – М: Экономика, 2005. – 127 с.

такой ученый и исследователь, как Ф.Лезер, при рассмотрении им вопросов тренировки памяти. 18

Рассмотрим так именуемый эклектический подход. Определенные попытки подключить в сферу персонального менеджмента различных дополнительных разделов техники конкретно собственной работы, таких как, к примеру, рациональное чтение или же умение вести телефонные переговоры и другое наблюдались в самых первых работах авторов в нашей стране. 19

Персональный менеджмент или так именуемый «обогащенный» самоменеджмент. Таким термином, как «обогащенный» самоменеджмент именуется определенная активность по использованию различных достижений самой близкой дисциплины, то есть всеобщего управления, которое описывает определенные методы, принципы конкретно в отношении к управлению организациями. На рисунке 1.2. можно увидеть системного подхода в персональном менеджменте, где определены 5 главных взаимосвязанных подсистем человека.



Рисунок 1.2. – Взаимосвязанные подсистемы человека

¹⁸ Берд П. Тайм-менеджмент: Планирование и контроль времени, 2008.

¹⁹ Зайверт Л. Ваше время в ваших руках, 1995.

Персональный менеджмент – это деятельность, которая включает в себя стратегическое и текущее управление своими разными действиями, имеет ключевой целью высокоэффективное достижение самых различных целей, управление всеми своими мыслительными, а также психологическими, эмоциональными процессами. Из представленного определения следует, что персональный менеджмент является довольно трудной наукой, именно поэтому к ее усвоению необходимо приступать с раннего возраста.

Хотелось бы отметить, что практическое использование персонального менеджмента имеет для РФ особенно значение.²⁰ Рассмотрим в каких же областях персональный менеджмент может отдать определенную ответную реакцию для бизнеса:

– Использование персонального менеджмента главным руководителями компании, а также специалистами конкретно для управления собой дает вероятность значительно увеличить эффективность работы любого человека.

– Использование персонального менеджмента конкретно как ключевого инструмента для подробного исследования поведения отдельных людей, чтоб использовать данные познания для стратегического управления сотрудниками компании.

– Использование персонального менеджмента для апробации разных инновационных управленческих инструментов, которые предлагаются к управлению предприятия со стороны определенных наружных консультантов.

– В нашей стране более привлекательным объектом приложения персонального менеджмента является использование персонального менеджмента именно как менеджера-тренажера. Потребность в предоставленном тренажере является в особенности высочайшей, так как довольно низкая производительность труда, а также свойство продукции

²⁰ Кибанов А.Я., Захарова Д.К., Коновалова В.Е. Этика деловых отношений: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 368 с.

являются ключевыми тормозами в развитии всей экономики страны. Именно поэтому потребность в освоении нового и современного менеджмента является особенно высокой. Данный тренажер может являться довольно полезным инструментом для практического освоения научных способов и отработки сложного инструментария стратегического управления и остального.

Лотар Зайверт – один из лучших европейских экспертов по тайм-менеджменту и управляющий германского ВУЗа «Time Management and Life Leadership» считает, что персональный менеджмент или, как его еще именуют — самоменеджмент — это каждодневное использование проверенных методов и приемов, повышающих эффективность, на собственной практике. 21

Его основная задача состоит в том, чтоб научиться по максимуму использовать собственный потенциал и осмысленно направлять жизнь в нужное русло.

Персональный менеджмент выполняет ряд функций. Вместе эти 5 главных функций составляют «круг правил», который включает: постановку цели, планирование, принятие решений, реализацию планов и контроль. В центре этого круга имеется еще одна функция — информация и коммуникации. Но не стоит их разграничивать — так как все они достаточно тесновато соединены меж собой и нередко пересекаются в процессе реализации.

Для достижения целей самоменеджмент использует немало разных приемов. Большинство из них нам с вами отлично знакомы. Давайте рассмотрим наиболее известные из них, попробуем понять, какие функции персонального менеджмента они помогают реализовать, и какие преимущества мы приобретаем от их использования.

- Постановка целей. Достичь выполнения предоставленной функции можно благодаря использованию таких методов самоменеджмента, как: грамотная формулировка цели, SWOT-анализ, выбор

²¹ Основы менеджмента. Методические указания - часть 1. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://4du.ru/books/knigi_po_menedzhmentu/osnovy_menedzhmenta_metodicheskie_ukazaniya.html

стратегической линии поведения. Использование данных приемов позволяет видеть слабые места и недочеты и сосредоточиться на их устранении.

- Планирование. Эффективному исполнению предоставленной функции сопутствует использование последующих приемов самоменеджмента — ежедневного, месячного и годового планирования, составления оперативных и стратегических планов, использование принципов временного менеджмента и системы управления временем Бенджамина Франклина, ведения «Дневников времени» и составления «плана дня» с помощью метода «Альпы». Все это способствует не только лишь правильно перераспределить рабочее время, но и экономить от нескольких минут до нескольких часов ежедневно.
- Принятие решений. Воплощение данной функции требует применения таких методов, как: делегирование полномочий, расстановка приоритетов, правило 80/20 (закон Парето), метод Эйзенхауэра и АБВ-анализ. Все они нацелены на первоочередное решение более принципиальных задач и позволяют избегать дедлайнов.
- Реализация и организация. Для исполнения данной функции принято изучить свои биоритмы и составлять график продуктивности с целью выявления более действенного времени для работы, а следом, в согласовании с ними, составлять планы на день. Это позволяет добиться наилучших результатов за счет верного перераспределения времени.
- Контроль. Данная функция требует, как контроля за процессом исполнения, так и контроля окончательных результатов. Она позволяет ассоциировать намеченное с тем, что выходит в результате. Со временем это приводит к наиболее точному исполнению установленных задач.
- Информация и коммуникации. На этапе реализации данной функции используются такие методы, как: использование памяток, грамотное

ведение переговоров, разумное внедрение средств коммуникаций и оптимально-быстрый поиск требуемой информации.

Прежде чем выбрать методы и приемы, более пригодные вам, следует провести кропотливый анализ рабочего дня и найти, на что конкретно расходуется ваше время.

Освоение навыков персонального менеджмента поможет верно осуществлять свой рабочий день и тем самым заметно повысить результаты труда. 22

1.2. АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ В РАЗВИТИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ

Образовательная система образовательной организации существует в тесном единстве с внешним окружением, которое играет большую роль в ее жизни, так как служит источником ресурсов, необходимых для поддержания ее деятельности.

Внешняя среда оказывает различное воздействие на образовательную систему, которое может проявляться в различных формах, предоставляя подходящие условия и возможности для ее эффективного функционирования и развития или формируя угрозы для ее существования.

Внешняя среда многочисленна и неоднородна по собственному составу. Она включает огромное количество компонентов, которые оказывают различное по степени, нраву и периодичности воздействие на образовательную систему образовательной организации. Сюда входит экономическая, политическая, правовая, социальная, технологическая и остальные элементы.

Происходящие во внешней среде изменения, возрастание ее сложности и неопределенности увеличивают это действие.

²² Персональный менеджмент и стратегия управления временем. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://timestep.ru/2010/03/10/personalnyjj-menedzhment-i-strategiya-upravleniya-vremenem>

Можно отметить два элемента внешней среды, по-разному действующие на образовательную систему:

макросреда (дальняя внешняя среда);

непосредственное окружение (ближняя внешняя среда).

Рассмотрим подробнее макросреда, то есть дальнюю внешнюю среду. Макросреда является долей внешней среды, общей для всех образовательных учреждений.

Экономическая составляющая макросреды описывает общую степень экономического развития, т. е. экономические условия, в которых работают все образовательные организации. Её главные характеристики: размер валового национального продукта, темпы инфляции, величина процентной ставки, валютный курс, дефицит бюджета, степень безработицы, нормы налогообложения, размер заработной платы. Изменение данных макроэкономических характеристик воздействует на степень жизни народонаселения, платежеспособность потребителей, колебания спроса, определяет уровень цен, прибыльность и т. п.

Политическая составляющая, представленная органами государственной власти, а также партиями, блоками, группами и иными организациями, описывает цели и направления развития общества, его идеологию, внешнюю и внутреннюю государственную политику в разных областях (в том числе в образовательной сфере), а также пути и средства, с поддержкой которых руководство хочет ее выполнить. Образовательная организация должна иметь четкое представление о том, насколько стабильна политическая ситуация, предстоит ли смена политических партий и лидеров, об их программах, о том, какие направления деятельности и ветви они будут поддерживать, насколько сильны различные группы лоббирования, каковы их интересы и способы воздействия на принятие тех или других законов и остальных нормативных документов.

Правовая составляющая включает законы и правовые акты, устанавливающие возможные нормы деловых взаимоотношений, права, ответственность и т. п. От познания и соблюдения принятых законов и правовых норм зависит верность заключения и исполнения договоров, законность деловых операций, возможность решения спорных и других вопросов, связанных с деятельностью образовательной организации, которая осуществляется в рамках имеющегося законодательства.

Социальная составляющая представляет собой общественные процессы и веяния, происходящие в обществе и влияющие на активность образовательной организации. Она включает имеющиеся традиции, ценности, привычки, этические нормы, образ жизни, отношение людей к работе, вкусы и психологию потребителей. В нее входят социальная структура общества, его демографические свойства, такие, как степень рождаемости, средняя длительность жизни, темпы роста народонаселения, миграция, степень образования и квалификации и т. п.

Социальная составляющая макросреды имеет важное значение для образовательной системы. Она определяет степень спроса на образовательные сервисы, потребительские предпочтения социальных заказчиков и главные характеристики регионального рынка интеллектуального труда.

Технологическая составляющая включает научные и технологические факторы, формирование которых позволяет системе образовательного учреждения улучшать старые и создавать новейшие образовательные сервисы, улучшать и разрабатывать новейшие педагогические технологии. Следует иметь в виду, что составляющие макроокружения тесновато соединены меж собой и воздействуют друг на друга.

Изменение состояния одних компонентов оказывает воздействие на остальные части макросреды, что может привести к их изменению и усилению воздействия на образовательную систему. Так, К примеру,

ухудшение экономической ситуации, как правило, приводит к ухудшению социальных условий жизни.

Анализ макроокружения преследует следующие цели:

1) Обнаружить главные причины внешней среды, оказывающие конкретное действие на уровень эффективной работы образовательной системы;

2) найти факторы, тенденция развития которых представляет опасности для образовательной системы;

3) определить факторы, тенденция развития которых дает определенные возможности положительного развития образовательной системы.

Рассмотрим второй компонент – это конкретное окружение, то есть ближняя внешняя среда. К ближней внешней, или деловой, среде системы образовательной организации относится все, что взаимодействует с ней и оказывает на нее конкретное воздействие.

Деловую среду нужно учить и знать обо всех происходящих в ней конфигурациях. Это необходимо для того, чтоб вовремя вырабатывать адекватные ответные меры и наилучшим образом отвечать на внешние действия, обеспечивая приспособление образовательной системы к их изменениям.

В деловую среду образовательной организации вступают потребители образовательных услуг, поставщики всех видов ресурсов, конкуренты, деловые партнеры, инфраструктура, государственные и муниципальные органы, остальные заинтересованные организации, группы и лица.

Потребители образовательных услуг, поставщики энергетических ресурсов, материалов, оборудования, конкуренты, финансовые учреждения, налоговые службы, с которыми образовательная организация напрямую взаимодействует, нередко оказывают существенное воздействие на его способность достигать установленные цели.

Особый интерес обращается на действенное взаимодействие образовательной системы с потребителями образовательных услуг и поставщиками разных видов ресурсов.

Для такового взаимодействия нужно:

1) анализировать состояние и прогнозировать тенденции изменения образовательных потребностей, адресованных образовательной системе образовательного учреждения;

2) анализировать состояние и прогнозировать тенденции изменения ресурсных возможностей внешней среды образовательной организации в свете возможного изменения социального заказа на образовательные сервисы.

Что касается внутренней среды образовательной системы образовательной организации, то ее разрешено рассматривать с точки зрения статики, выделяя состав ее элементов и структуру, и с точки зрения динамики, т. е. с точки зрения протекающих в ней действий. Внутренняя среда пронизывается организационной культурой, которая является интегрированной характеристикой и отображает систему ценностей, культивируемые нормы деловых возможностей и поведения, разделяемые персоналом образовательной организации.

Внешнее окружение оказывает мощное воздействие на формирование внутренней среды образовательного учреждения как открытой системы. Она во многом определяется миссией и целями образовательной системы, какие являются отражением внешней среды.

Анализ внутренней среды, так же как и стратегический анализ внешней среды, обязан быть системным и многофакторным. При стратегическом анализе вся внутренняя среда образовательной системы образовательной организации и ее отдельные подсистемы и составляющие рассматриваются как стратегический ресурс развития.

Также нужно отметить стратегию развития образовательной организации. Какой же в принципе обязана быть стратегия развития образовательной системы конкретного учреждения?

Имеется ряд сформулированных советов, какие, как представляется, можно полагать успешным ответом на установленный вопрос.

Первая характеристика — ментальная правильность разрабатываемой стратегии. К ней относятся знание и понимание так именуемых полюсов действенной стратегии. Абсолютная иррациональность - это один из объективно последних полюсов эффективной стратегии конкретного учреждения; ее противоположный полюс — предельная рациональность.

Вторая характеристика — ситуационность. Как известно, в современном управлении особое место занимает ситуационный подход. Эффективная стратегия постоянно интегрирует характерные особенности именно данной конкретно предоставленной ситуации в ключевые факторы грядущего успеха конкретной образовательной организации.

Третья характеристика — уникальность стратегии. Для достижения успеха в стратегию конкретной образовательной организации обязана быть заложены некие мощные содержательные моменты, так именуемые «изюминки», какие в настоящей практике ведения образовательной деятельности делают его значимо отличным от других подобных образовательных организаций. Другими словами, чем-то значимым должен отличаться данное конкретное учреждение (к примеру, используемыми педагогическими технологиями, или содержанием и оснащением учебно-материальной базы, или конкретными методами управления и организации учебного процесса и т. п.)

Осознанный подход к стратегической уникальности означает целевой поиск, создание и реализацию возможностей, какие еще не узрели остальные образовательные организации.

Четвертая характеристика — будущая неопределенность как стратегическая возможность. Такая формулировка воспринимается как чрезвычайно парадоксальная; но ежели в ней разобраться поглубже, то парадоксальность теряется.

Будущее является неопределенным в принципе — и в этом источник развития конкретной образовательной организации. Внешняя среда образовательной организации сегодня изменяется все скорее — все наиболее непредсказуемо. Но при этом любое изменение скрывает в себе не только лишь опасности, но и новейшие дополнительные возможности для развития и достижения успеха.

Поэтому современная стратегия обязана быть способна превращать изменения внешнего окружения учреждения в его стратегическое и тактическое преимущества.

Отсюда логично вытекает 5-ая характеристика эффективной стратегии — гибкая адаптивность.

Необходимо особенно отметить, что все указанные свойства являются не альтернативными, а напротив, взаимодополняющими и взаимоусиливающими.

Как правило, фактически эффективные стратегии и соответственно программы развития конкретных образовательных организаций — это тот или другой, но непременно органичный и очень содержательный синтез представленных черт.

Рассмотрим, как обязан реализоваться процесс создания стратегии. По мнению теоретика стратегического менеджмента Генри Минцберга, последующим образом: по началу «поймать стратегичность», а потом обобщать «пойманные» стратегические моменты в целостное видение главного направления, по которому обязано реализоваться развитие.

Любое практическое планирование, в том числе стратегическое, очень формально. И при этом оно всегда шибко зависело, и станет зависеть от уже сложившейся структуры образовательной системы образовательной организации, а также от его опять же сложившихся главных процессов.

При реальном планировании сами особенности планового процесса не дают вырваться за рамки уже данных параметров и веяний.

В жизни для подавляющего большинства конкретных ситуаций реально эффективные стратегические изменения, направленные на формирование образовательной организации, требуют конкретно прорыва за традиционные рамки и уже сложившиеся представления и стереотипы. В стратегическом управлении развитием главную роль играет интуиция и творчество. С позиции правильного стратегического мышления и современного стратегического управления развитием стратегическое планирование является только нужным элементом процесса стратегического управления. Стратегическое планирование — это составная часть процесса разработки стратегий отдельных подсистем деятельности образовательного учреждения.

Отмеченные значительные различия меж стратегическим планированием и стратегическим управлением в своем исходном виде изначально заключаются в принципиальном различии ментальных подходов, какие являются основой 2-ух принципиально различных других моделей стратегического управления развитием образовательной системы: планирование и развитие согласно мышлению «от прошлого — через настоящее — к будущему» или стратегическое управление развитием — «от образа будущего успеха — к настоящему».

1.3. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Для того чтоб образовательная организация была конкурентоспособной, ей нужно занять конкурентную позицию, то есть нужно позиционирование. Рассмотрим методы и составляющие компоненты позиционирования, а также конкурентные преимущества.

В крайние десятилетия на рынке образовательных услуг произошли значительные изменения. Наметилась тенденция роста стоимости

нематериальных активов, среди которых наибольшую значимость представляют познания, информация, имидж и бренд. Образовательные организации желают создать узнаваемый бренд, занять определенную позицию в сознании потребителей образовательных услуг. Этот процесс начинается с разработки стратегии позиционирования.

Позиционирование — это процесс формирования восприятия товара или компании потребителями относительно аналогичных товаров и конкурирующих фирм.

Позиционирование — это долговременный процесс, так как для формирования определенной позиции товара нужно время. У потребителя обязано сложиться представление об особенностях товара, его цене, каналах распределения, имидже компании, уровне обслуживания. Эффективная позиция не только лишь выделяет имидж фирмы, но и содержит в себе очевидные выгоды потребителя и мотивы покупки товара. Вследствие того, что мотивы покупки у всех потребителей разные, представление о позиции 1-го и такого же товара может значительно отличаться у разных потребителей.

Конкурентное позиционирование представляет собой сравнение товара или услуги компании с аналогами конкурентов и обнаружение взаимного расположения конкурирующих разновидностей товара в пространстве свойств продукта.

Выделяют следующие группы стратегий конкурентоспособного позиционирования:

1. наступательные и оборонительные стратегии;
2. стратегии союзов и сетевых организаций;
3. стратегии на базе превосходства в обслуживании и в отношениях с клиентами;
4. инновационные стратегии.

При применении наступательной стратегии время создания конкурентных преимуществ зависит от типа рынка и степени

конкуренции на нем. Чем труднее в техническом плане отрасль функционирования компании, тем более времени компания затрачивает на создание конкурентных преимуществ.

Оборонительная стратегия подразумевает вероятность скорого приспособления к меняющейся ситуации во внешней среде и по возможности упреждающую блокировку или предостережение атакующих действий конкурентов.

Классификация инновационных стратегий представлена на рисунке 1. К группе активных стратегий относятся стратегии, заключающиеся в реагировании на изменения внешней среды методом проведения постоянных технологических инноваций. Стратегия лидерства заключается в позиционировании товара как принципиально новейшего, не имеющего аналогов на рынке. В предоставленном случае товар является новеньким как для компании, так и для потребителей. При применении стратегии имитации товар является новеньким для организации, но потребитель уже знаком с аналогами предоставленного продукта конкурентов. Пассивные (маркетинговые) инновационные стратегии основаны на инновациях в маркетинге.

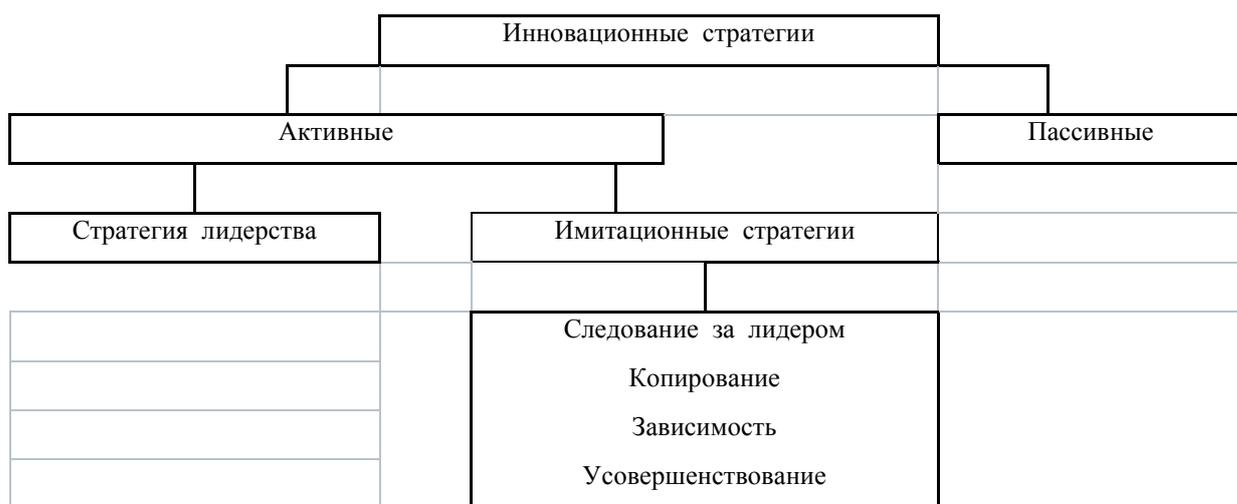


Рисунок 1. Классификация инновационных стратегий позиционирования

Для образовательной организации необходимыми составляющими позиционирования могут быть: доверие (соотношение меж ожиданиями потребителей и настоящим положением образовательного учреждения), ценность (воспринимаемые выгоды для потребителей), пригодность (сильные стороны образовательного учреждения) и устойчивость (период времени, в течение которого можно сохранять позицию).

Разработку стратегии позиционирования целесообразно приступать с разбора конкурентов и определения конкурентной позиции организации.

Рассмотрим нюансы, действующие на конкурентоспособность образовательной организации. В первую очередь – это имидж. В настоящее время большая часть компаний и учреждений уделяют огромный интерес стратегическому управлению своим имиджем. Результаты исследований западных экспертов свидетельствуют о взаимосвязи позитивного имиджа фирмы и финансовых показателей ее деятельности. А такие характеристики, как бренд, имидж, репутация являются нематериальными активами организации. Поэтому для всякой организации, в том числе, работающей в сфере образования, нужно исполнять целенаправленную работу по формированию личного имиджа. Необходимость формирования имиджа образовательной организации определяется последующими факторами: во-первых, конкуренция посреди образовательной организации одной местности в борьбе за набор учащихся и сохранение контингента; во-вторых, мощный положительный имидж упрощает доступ образовательного учреждения к наилучшим ресурсам из вероятных: финансовым, информационным, человеческим и т.д.; в-третьих, имея сформированный положительный имидж, образовательная организация при иных одинаковых критериях становится более привлекательным для преподавателей, так как становится способным в большей степени обеспечить стабильность и социальную защиту, удовлетворенность трудом и профессиональное развитие; в-четвертых, сильный положительный имидж дает результат приобретения образовательной организации определенной силы – в в

том значении, что формирует резерв доверия ко всему происходящему в стенках учреждения, в том числе к инновационным процессам.

Большинство исследователей относят имидж организации (в нашем случае образовательной организации) к корпоративному имиджу. В связи с этим поначалу рассмотрим подробнее данное понятие. Корпоративный имидж – символический имидж организации, формируемый в процессе субъект – субъектного взаимодействия, в составе которого имеются составляющие, какие провоцируют восприятие организации как Субъекта. Имидж организации – это целостное восприятие организации, включающее сознание и оценку ее разными группами общественности, то есть целевыми аудиториями. Корпоративный имидж – это имидж организации в целом, а не отдельных подразделений или итогов ее работы. Здесь имеют смысл и репутация организации, и ее успехи, и степень стабильности. Особенно важен подобный тип имиджа для известных персоналий, какие употребляют свою символику, показывают определенные успехи, провозглашают идеи, стоят у истоков определенных научных течений и школ. Корпоративный тип имиджа условно разделяют на внутренний и внешний. Имиджмейкер Э. Дьячкова считает, что с помощью верно выстроенного имиджа можно управлять процессы сотворения впечатления о компании, как у клиентов, так и у служащих. При этом создании подходящего впечатления у служащих компании (внутренний имидж), не наименее принципиально, чем у клиентов, партнеров (внешний имидж). Все это в одинаковой степени разрешено отнести и к разным структурам образования. К вопросу о социальном становлении курсантов образовательной организации ФСИН России Понятие имиджа организации включает две составляющие:

1. Описательную (информационную), которая представляет собой образ организации.

2. Оценочную, которая отображает оценки и эмоции, вызванные информацией об организации.

Эти эмоции и оценки могут быть разной интенсивности, могут приниматься или отвергаться. Оценка имиджа образовательной организации

происходит на базе прошедшего опыта, ценностных ориентаций, общепризнанных норм, личных принципов и т.д. Перелыгина Е.Б. выделяет 2 функции корпоративного имиджа:

- 1) позиционирование организации;
- 2) побуждение к действию.

Создание позитивного имиджа организации подразумевает взаимодействие внешнего и внутреннего имиджа образовательной организации. Задача управления корпоративным имиджем решается методом моделирования имиджа. Модель – отображение важных сторон объекта. Похожая статья: Роль музея как образовательного учреждения в формировании социокультурных компетенций у студентов. Такие авторы, как Богданов и Зыкин описывают семикомпонентную модель корпоративного имиджа. Среди них выделяют:

1. Внешнюю атрибутику.
2. Финансовое благополучие.
3. Имидж руководителя и его команды.
4. Имидж персонала. Качество деятельности, образ продукции или услуги.
5. Дизайн помещений.
6. Деловые коммуникации организации и персонала.

7. Позиционирования образовательного учреждения, где содержится мотивационно-целевой, содержательный, технологический компоненты (И.Р. Лазаренко).

Мотивационно-целевой компонент включает в себя изучение потребностей всех субъектов педагогической практики в формировании имиджа преподавателя, как внутри, так и за пределами собственной профессиональной области; психологическую готовность к участию в грядущей работе; исследование имеющегося опыта; определение цели и задач работы, а также ее итогов. Содержательный компонент открывает суть понятия «имидж педагога», его структурные составляющие, их характеристику, критерии сформированное и репрезентативности имиджа. Технологический компонент подразумевает последовательность этапов формирования имиджа

преподавателя, технологическую готовность субъектов педагогического труда, выработку советов по оптимизации имиджа.

В литературе встречается также подход к компонентам имиджа образовательной организации, в котором выделяют неизменные и переменные слагаемые положительного имиджа.

К числу постоянных имиджа относятся: точное определение педагогическим коллективом миссии и концепции образовательной организации; оптимистичный настрой и доброжелательный микроклимат в педагогическом и детском коллективах; педагогическая, социальная и управленческая компетентность служащих; сформированный образ руководителя-профессионала, лидера, личности яркой, увлеченной, обладающей неформальным авторитетом, способной вдохновить коллектив на достижение высокой цели; эффективная организационная культура образовательной организации, включающая делимые всеми нормы, ценности, определенную философию управления, весь спектр взглядов, отношений, определяющих специфику поведения коллектива в целом; качество образовательных услуг; наличие и функционирование детских общественных организаций; связи образовательной организации с различными социальными институтами, высшими учебными заведениями и т.д.; уклад образовательного учреждения в формировании образовательной подготовки учащихся, их воспитанности, психических функций, творческих возможностей, создание здорового образа жизни; внимания администрации об оказании своевременной актуальной психологической помощи отдельным участникам образовательного процесса (тем или иным ученикам, молодым специалистам, испытывающим затруднения родителям и пр.); присутствие броской внешней символики.

К числу переменных имиджа можно отнести: содержание миссии и приоритеты образовательного учреждения; виды образовательных услуг; материальную базу образовательной организации.

Рассмотрим подробнее некие составляющие корпоративного имиджа. Начнем с внешней атрибутики и дизайна помещений. Внешняя атрибутика

включает в себя архитектурное заключение образовательной организации, интерьер помещений, особенные признаки, по которым можно отличить одно образовательное учреждение от иного. Архитектурно-планировочное решение помещений для образовательной организации может быть наиболее или наименее успешным в плане эстетического восприятия в зависимости от ряда условий: предназначены ли помещения специально для организации учебного процесса или только приспособлены для размещения учащихся (к примеру, под детские сады или школы отдают старые купеческие дома и т.д.); учтены ли функции организации (в предоставленном случае образовательные), особенности возрастного состава, климатические условия, этнические традиции; адекватны ли имеющиеся помещения, их размеры и расположение типу и функциям образовательного учреждения; предусмотрены ли возможности вариативного применения помещений; удивительно средовое окружение учреждения (эстетико-художественная и культурная макросреда, присутствие в шаговой доступности музеев, выставок, культурных центров и т.д.). Внешней атрибутике образовательной организации уделялся интерес еще в «Великой дидактике» Я.А. Коменского. Эта составляющая рассматривалась им, прежде всего, с точки зрения ее привлекательности для малыша: «Сама школа обязана быть приятным местом, доставляя глазам привлекательное зрелище изнутри и снаружи. Внутри она должна быть светлой, чистой, украшенной картинками: портретами знаменитых людей, географическими картинками, памятниками исторических событий, некоторыми эмблемами. А извне к школе должны примыкать не только площадка для прогулок и игр (так как у детей этого отнимать нельзя), но также небольшой сад, в который иногда следует пускать учеников и предоставлять возможность наслаждаться зрелищем деревьев, цветов и трав. Если дело будет так поставлено, то дети, вероятно, будут посещать школу с не меньшей охотой, чем обыкновенно они посещают ярмарки, где они всегда надеются увидеть и услышать что-либо занимательное».

Имидж персонала (в нашем случае имидж преподавателей). Имидж преподавателя – это эмоционально окрашенный стереотип восприятия вида учителя в сознании учеников, коллег, общественного окружения, в массовом сознании. При формировании имиджа учителя реальные свойства тесновато переплетаются с теми, какие приписывают ему окружающие. Имидж формирует сам человек, окружающие его люди, средства массовой информации, имиджмейкеры. Калюжный А.А. выделяет главные элементы стиля преподавателя: внешний вид, вербальные и невербальные средства общения, внутреннее соотношение вида профессии – внутреннее «Я». Говоря о внешнем виде преподавателя, подчеркнем, что единых требований и канонов нет, любое учебное заведение сформировывает свою политику в отношении внешнего вида учителей. Однако, согласно педагогическому этикету, при выборе одежды преподавателю следует придерживаться определенных правил.

Во-первых, преподаватель собственным внешним видом обязан располагать к себе школьников, родителей, собственных коллег, поэтому к выбору одежды он обязан подходить чрезвычайно пристально и аккуратненько. Следует найти собственный стиль одежды, который подходит внутреннему миру личности (более универсальным является классический деловой стиль, для преподавателя неприемлем авангардный стиль).

Во-вторых, следует направлять интерес на покрой, свойство тканей, цветовую палитру. В настоящее время есть огромная численность публикаций, посвященных воздействию цвета на восприятие информации, настроения человека и т.д.

В-третьих, одежда обязана быть опрятной и стильной, но не вычурной. Одно из условий элегантности – между телом и одеждой должна быть всегда воздушная прослойка.

В-четвертых, следует уделять интерес девайсам: очкам, украшениям (тут есть правило «3-х», то есть не более трех украшений сразу).

В-пятых, косметика (для дамы– преподавателя) обязана быть видна только лишь при ближайшем рассмотрении. Духи следует применять не

чрезвычайно насыщенные, их аромат обязан быть едва ощутим (это почтение к тем людям, у которых может быть аллергия на запахи). Прическа, макияж, украшения должны органично дополнять костюм и выделять особенность преподавателя.

Также принципиально, чтоб имидж был целым, когда его внешние проявления не расползаются с внутренними установками преподавателя, подходит его нраву и взглядам. Внутренний образ – это цивилизация педагога, эмоциональность, обаяние, воображение, владение импровизацией, творческий подход к деятельности, самообладание и другие составляющие. Деятельность педагога публична, поэтому одним из профессиональных умений обязано быть знание преподнести себя, самопрезентовать, то есть представить свои определенные свойства той или иной аудитории, в определенной ситуации, с определенной целью. Преподаватель по – разному ведет себя и общается с различными категориями людей (с учениками, с сотрудниками, родителями). Если аудитория каждый раз различная и цели взаимодействия различные, то средства действия на конкретную аудиторию отличаются при сохранении специфических особенностей педагогической роли. Большое значение самопрезентация имеет при создании первого впечатления. Психологи считают, что конкретно первые 10-15 секунд нужны для исследования внешнего вида и поведения человека, чтоб о нем сформировалось определенное мнение. В книжке А.А. Калюжного прописаны механизмы формирования образа в сикхике, где одним из первых этапов механизма конкретного формирования образа именуется ощущение, позволяющее составить первичную информацию о человеке (цвет, размер, различные тактильные ощущения и др.). Объединить разрозненные факты в одно единое и создать образ объекта позволяет восприятие. В настоящее время есть огромное численность исследований, посвященных исследованию восприятия учителя различными категориями людей. Лазаренко И.Р., со ссылкой на изучения М.С. Пискунова, выделяет, что имидж преподавателя может модифицировать в зависимости от возрастных и социальных предпочтений.

Так главными компонентами имиджа образовательной организации являются: для учащихся начальной школы и их родителей – образ классного управляющего; для старшеклассников – образ учителя-предметника, образ директора; для родителей с высшим образованием – представление о качестве образования, стиле работы школы; для родителей детей с ослабленным здоровьем – комфортность школьной среды. Каким же желают видеть преподавателя ученики, родители, администрация? Например, отмечается, что дети желают видеть перед собой внимательного, разумного, доброжелательного собеседника, уважающего их мнение. Кроме того, преподаватель, по мнению школьников, обязан быть современным, как в плане внешнего вида, так и в плане культуры. Родители желают, чтоб с их детьми работал компетентный, заботливый, но сразу требовательный спец. Администраторы обращают свой интерес на профессионализм, организационные и методические умения преподавателя. Все эти качества составляют требуемый или желаемый имидж. Но он не всегда соответствует реальному образу. Преподаватель может формировать собственный стиль сам или с поддержкой имиджмейкеров. Во всяком случае разрабатывается программа формирования имиджа. Этапами управления формированием имиджа преподавателя, а также алгоритмом разработки персональной программы формирования имиджа будут являться последующие шаги: исследования общественного представления о профессии, уточнение конкретных социально-демографических предпочтений потребителей образовательных услуг (администрации, учителей, учащихся, родителей); трансляция позитивного образа преподавателя, поддержка позитивно окрашенных, эмоционально привлекательных компонентов имиджа; установление эффективной обратной связи с реципиентами имиджа (реальными и потенциальными потребителями, заказчиками, партнерам, экспертами). Важный момент в формировании имиджа преподавателя составляет его самопрезентация и позиционирование.

В имиджелогии процесс трансформации определяется понятием «позиционирование» и составляет базу технологического решения

рассматриваемой трудности. Спозиционировать – означает перевести с языка товаропроизводителя на язык потребителя товаров и услуг считает Г.Г. Почепцов. Позиционирование – это построение имиджа с учетом или на базе: анализа микро- и макросоциума; познания интересов, потребностей, ожиданий, требований определенной группы людей, различных социальных институтов, высших учебных заведений; отбора и представления тех внешних характеристик, которые позволяют сделать процессы взаимодействия школы и других учреждений максимально эффективными; знаковое, визуальное моделирование, оформление и представление итогов деятельности образовательного учреждения и его подразделений во внешней среде.

Рассмотрим образ выпускника. Далеко не все исследователи проблемы формирования имиджа образовательного учреждения считают образ выпускника одним из элементов имиджа школы (института и т.д.). Однако выпускник в глазах общественности всё-же является лицом учебного заведения, критерием и одновременно показателем итога его деятельности. Поэтому, такие свойства личности выпускника как общий образовательный уровень, профессиональные умения, набор дополнительных полезных умений и навыков, конкурентные качества – предприимчивость, деловитость, высокая степень адаптации к изменяющимся требованиям общества, гражданская точка зрения, являются необходимыми критериями деятельности образовательного учреждения и косвенно воздействуют на его имидж.

Особое место в структуре имиджа образовательной организации занимает образ управляющего. Позитивный имидж управляющего образовательной организации является важной составляющей имиджа предоставленного учреждения в целом, в особенности в плане коммуникаций в профессиональной среде (учреждения – конкуренты, учреждения – партнеры, органы управления образованием). Формирование имиджа управляющего – довольно не простой процесс, так как он исполняет функции администратора, организатора, специалиста, публичного деятеля и т.д., при этом показывая и свои личные свойства. Исследователи предлагают, что все составляющие

имиджа управляющего можно свести к трем группам: персональные (тип личности, свойства характера, качества личности, физические особенности); социальные (образование, биография, стиль жизни, система ценностей, общественный статус); профессиональные (тип руководителя и его статус в коллективе, степень владения профессиональными методами и технологиями управления коллективом, наличие навыков стратегического планирования, организаторских умений, способностей к объективной независимой оценке, прогрессивному развитию, самосовершенствованию); значение имеют такие свойства, как прошлое, семья, окружение, интересы, досуговая сфера.

Формирование имиджа образовательной организации – процесс не простой и долгий. Можно предложить такую формулу формирования корпоративного имиджа:

1. Выявление целевой аудитории. В эту группу имеют все шансы входить клиенты, партнеры, СМИ и т.д. Для грамотной работы по формированию имиджа следует собрать условный портрет целевой аудитории. В нашем случае целевой аудиторией являются родители и ученики (для разных типов образовательных учреждения существует разная целевая аудитория: для школы – родители и ученики, для вуза – родители и студенты и т.д.).

2. Поиск метода общения с целевой аудиторией с целью сбора информации (личные и телефонные разговоры, анкетирование, опросы и т.д.).

3. На базе опросов необходимо сформировать ключевую идею имиджа образовательного учреждения.

4. Составление программы формирования имиджа. На этом шаге может быть вовлечение имиджмейкера, который поможет хорошо воплотить идеи. Итак, мы разглядели отдельные составляющие корпоративного имиджа и этапы его формирования. Для современного образовательного учреждения принципиально важно уметь моделировать собственный образ, формировать положительный имидж.

Таким образом, правильное позиционирование образовательной организации позволит занять определенное место в сознании потребителей и предоставит дополнительное конкурентное преимущество.

Рассмотрим конкурентные преимущества образовательной организации. В настоящее время все образовательные организации действуют в конкретной рыночной среде. У всех одна ключевая цель — подготавливать конкурентоспособных специалистов и зарабатывать средства, нужные для текущего функционирования и развития. К огорчению, правительство не имеет возможности выделить достаточные средства для жизнеобеспечения и развития образовательных учреждений.

Одним образовательным организациям достижение указанной цели в той или другой мере удастся, а иным - нет. Таковы реалии любого рынка.

Способность образовательной организации достигать собственных целей в условиях рынка, на котором с подобными целями действуют другие образовательные организации, характеризуется понятием «конкурентоспособность».

Конкретную рыночную позицию образовательной организации определяют его конкретные преимущества. Любое новшество, дающее образовательной организации реальное приращение его успеха на рынке, — это конкурентное преимущество.

Как правило, достижение преимуществ высокого порядка становится вероятным при условии длительных и интенсивных капиталовложений в учебно-материальную базу, в специализированное обучение персонала, в использование в педагогическом процессе современных компьютерных и информационных технологий, в проведении научно-методической и исследовательской работы, а также инноваций в маркетинг.

Самая важная причина сохранения конкурентного преимущества образовательной системы образовательной организации — постоянная модернизация образовательной и других ключевых видов ее деятельности.

По крупному счету для сохранения конкурентоспособности система образовательной организации обязана формировать новые преимущества, по меньшей мере, с таковой же скоростью, с какой ее конкуренты могут копировать уже имеющиеся.

Следовательно, для того чтоб сберечь и совершенствовать собственный успех посредством устойчивого удержания конкурентного преимущества, образовательная система учреждения в своей собственной деятельности обязана непрерывно осуществлять адекватные стратегические и оперативные изменения.

В современном педагогическом менеджменте имеется способ, с помощью которого предоставленная образовательная организация проводит сравнение своей деятельности с практикой других образовательных учреждений в целях осуществления конкретных изменений, позволяющих ему повысить свою деятельность и повысить конкурентоспособность. Этот метод именуется бенчмаркинг.

К содержательным характерным особенностям бенчмаркинга в первую очередь можно отнести последующее:

1) общесистемный нрав, т. е. охват всех аспектов деятельности общественной организации, включая его радикальное изменение, как системы в целом;

2) четкую нацеленность на достижение лучшего уровня, в том числе в масштабах регионального рынка;

3) практическую прикладную ориентацию, т. е. нахождение практических решений вопроса «Как осуществлять нужные улучшения?»;

4) наилучший уровень и прикладную ориентацию, прежде всего означающих практическое достижение конкретных конкурентных преимуществ.

С точки зрения практики, ежели сопоставить бенчмаркинг как системный метод (отмечается рост популярности данного метода,

особенно в странах Западной Европы) и наиболее узнаваемый в России реинжиниринг, то принципиальных различий меж ними нет. Очевидны только лишь различия в акцентах: у реинжиниринга — это упор именно на процессный аспект метода, у бенчмаркинга (по определению) — упор на сравнение исходного уровня образовательной организации с уровнем лидеров.

Практический анализ конкурентоспособности системы образовательного учреждения преследует следующие цели:

- определить более мощных конкурентов или лидеров для сравнения;
- установить сильные и слабые стороны соперников;
- сформулировать конкретные преимущества образовательной системы образовательной организации и оценить его конкретную позицию.

ГЛАВА 2. ПРАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ ПЕРСОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ.

2.1. ПУБЛИЧНЫЕ ДОКЛАДЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ КАК ОТРАЖЕНИЕ ИМИДЖА И СТРАТЕГИ

Публичный доклад образовательной организации – форма ежегодного широкого информирования общественности о деятельности образовательной организации, об основных результатах и проблемах его функционирования и развития за отчетный период.

Доклад школы представляет собой итоги комплексного анализа и оценки деятельности школы за год. Проведение анализа имеет своей главной целью выявление прогресса школы в достижении заявленных целей, определение имеющихся на этом пути проблем и обоснование путей их решения. Поэтому подготовка публичного доклада подразумевает серьезную работу по сбору данных о развитии школы, их интерпретации и анализу.

Сегодня общественная отчетность вводится на всех уровнях системы управления образованием: федеральном, региональном, муниципальном, образовательного учреждения.

Подготовка и распределение доклада рассматривается как нужная функция органа управления образовательным учреждением). В соответствии с Законом Российской Федерации "Об образовании" (пп. 3, п. 4 ст. 32). Учреждение предоставляет учредителю и общественности ежегодный доклад.

Доклад содержит в себе последующие главные разделы:

1) Общая характеристика общеобразовательного учреждения (включая индивидуальности района его нахождения, в том числе индивидуальности экономические, климатические, общественные, транспортные и др.).

2) Состав обучающихся (главные количественные данные, в том числе по возрастам и классам обучения; обобщенные данные по месту жительства, соц особенностям семей обучающихся).

- 3) Структура управления общеобразовательного учреждения
- 4) Условия воплощения образовательного процесса, в том числе материально-техническая основа, кадры.
- 5) Учебный план общеобразовательного учреждения. Режим обучения. Перечень дополнительных образовательных услуг, предоставляемых общеобразовательным учреждением (в том числе на платной договорной основе), условия и порядок их предоставления.
- 6) Кадровое снабжение образовательного процесса.
- 7) Финансовое снабжение функционирования и развития общеобразовательного учреждения (главные данные по получаемому бюджетному финансированию, привлеченным внебюджетным средствам, главным направлениям их расходования).
- 8) Результаты образовательной деятельности, включающие в себя итоги внешней оценки (главные учебные итоги обучающихся и выпускников последнего года, в том числе на ЕГЭ, внешней аттестации выпускников главной школы, в процессах регионального и/или аттестационного образовательного тестирования, на олимпиадах, ученических конкурсах, спортивных соревнованиях, мероприятиях сфере художества, технического творчества и др.). В предоставленном разделе непременно обязаны быть включены итоги публичной оценке качества образования.
- 9) Состояние здоровья школьников, меры по охране и укреплению здоровья. Организация питания. Обеспечение безопасности.
- 10) Социальная активность и социальное партнерство общеобразовательного учреждения (сотрудничество с университетами, учреждениями среднего профобразования, предприятиями, некоммерческими организациями и общественными объединениями; социально важные мероприятия и программы общеобразовательного учреждения и др.). Публикации в СМИ об общеобразовательном учреждении.
- 11) Основные сохраняющиеся трудности общеобразовательного учреждения (в том числе, не решенные в отчетном году).

12) Основные направленности ближайшего (на год, последующий за отчетным) развития общеобразовательного учреждения.

На основании данных разделов, мы рассмотрели последующие позиции общественных докладов образовательных организаций:

- конкурентоспособность
- изменения
- институционализация
- педагогический коллектив
- персональный менеджмент

В каждой позиции мы выделили некоторое количество основных аспектов для того чтобы более подробно проанализировать практику реализации персонального менеджмента в образовательной организации. Рассмотрим все составляющие аспекты каждой позиции.

1. Конкурентоспособность.

Способность образовательной организации достигать собственных целей в условиях рынка, на котором с подобными целями действуют остальные образовательные организации, характеризуется термином «конкурентоспособность». Основные аспекты:

- Стратегия - набор правил, принципов, руководствуясь коими, образовательное учреждение обеспечивает достижение конкурентных преимуществ.

- Имидж – создание мощного позитивного имиджа образовательной организации для привлечения более квалифицированных преподавателей, для облегчения доступа к лучшим финансовым и информационным ресурсам.

- Реакция на изменения спроса и предложения.

2. Изменения.

Изменения - реакция образовательной организации на перемены во внешней среде. Внешняя среда оказывает различные воздействия на образовательную систему, которое может проявляться в различных формах,

предоставляя благоприятные условия и возможности для её эффективного функционирования и развития или формируя угрозы для её существования. Внешняя среда многочисленна и неоднородна по собственному составу. Она включает большое количество компонентов, которые оказывают различное по степени, характеру и периодичности влияние на образовательную систему образовательной организации. Сюда входит экономическая, политическая, правовая, социальная, технологическая и другие составляющие.

Происходящие во внешней среде изменения, возрастание ее сложности и неопределенности усиливают воздействие на образовательную организацию.

Основные аспекты:

- Анализ внутренней среды образовательного учреждения и стратегический анализ внешней среды.

- Реакция образовательного учреждения на внешние перемены. Переход от старых форм к новым.

- Внесение новых технологий в систему работы образовательной организации.

3. Институционализация.

Институционализация – интеграция образовательной организации во внешней среде. Внешняя среда образовательной организации в наше время меняется все быстрее — все более непредсказуемо. Но при этом каждое изменение таит в себе не только угрозы, но и новые дополнительные возможности для развития и достижения успеха. Вообще институционализацией принято называть определенный процесс образования различных социальных институтов. Данный процесс начинается именно тогда, когда определенная общественная потребность начинает полностью осознаваться как общесоциальная, то есть для ее реализации во всем обществе требуется установление особых норм поведения, а также подготовка кадров, выделение ресурсов.

В определенном именно классическом понимании институционализация является переходом некоторой совокупности индивидов от их естественного

состояния, то есть, когда ими движут различные страсти, к определенному социальному состоянию, то есть, когда они признают над собой некоторый высший авторитет, который является внешним по отношению к их собственным предпочтениям, интересам.²³

Основные аспекты:

- Адаптация под современные изменения: экономическая, политическая, правовая, социальная и технологическая составляющие.
- Использование внешних институциональных изменений в свою пользу, извлечение выгоды.
- Активное участие во внешней жизни учреждения. Инициатива во внедрении новых технологий в систему образования.

4. Педагогический коллектив

Управление школой невозможно без создания педагогического коллектива – группы людей, где межличностные отношения опосредуются общественно-ценным и личностно-значимым содержанием совместной деятельности.

Руководству школы необходимо ясно представлять себе модель педагогического коллектива, ведущие идеи, которые требуется осуществить, и с учетом этого подбирать кадры. Комплектование педагогического коллектива позволяет директору школы эффективнее использовать оптимизационную идею комплексного подхода к подбору кадров. Речь идет об оптимальном сочетании в будущем коллективе педагогов разных возрастов, разного пола, разных творческих способностей, темпераментов и т.п.

Основные аспекты:

- Квалификационный уровень. Непрерывное повышение собственной квалификации и квалификации сотрудников для достижения более высоких и качественных результатов.
- Взаимодействие руководителей и специалистов для более эффективной трудовой деятельности и устранение отклонений от заданного режима работы.

²³ Олейник А. Н. Институциональная экономика: Учебно-методическое пособие.// Вопросы экономики. 1999. №7.

- Движение коллектива от решения простых, оперативных и доступных задач к решению более сложных, стратегических целей и задач.

5. Персональный менеджмент.

Наиболее удачным термином, касающимся описания деятельности по управлению собой, а также своей работой, своим временем является такой термин, как персональный менеджмент. Можно сказать, что персональный менеджмент является областью знаний, которая занимается изучением организации личного труда сотрудника, которая основана именно на применении различных достижений науки, передового опыта, а также использовании технических средств. Вообще персональный менеджмент дает возможность самым лучшим образом установить определенное взаимодействие между сотрудником, а также применяемыми техническими средствами во всем процессе выполнения его должностных обязанностей. Именно как наука персональный менеджмент определяет ключевые факторы, а также условия высокоэффективной работы руководителей, сотрудников, именно базе которых и разрабатывается теория, основным содержанием которой являются определенные принципы и формы, а также методы рациональной работы сотрудников в процессе управления.

Основные аспекты:

- Самоменеджмент руководителя. Выполнение основных функций персонального менеджмента, что составляют «круг правил»: постановка цели, планирование, принятие решений, реализацию и организация, контроль.

- Применение системы «круг правил» для организации высокоэффективной работы сотрудников и учреждения в целом.

- Развитие и совершенствование методов менеджмента, внедрение инноваций в работу образовательной организации.

Рассмотрим практику реализации менеджмента в образовательных организациях, путем сравнительного анализа публичных докладов школ города Екатеринбурга. За основу возьмем МАОУ СОШ №63, МАОУ СОШ №10 и МАОУ лицей №12.

№	Параметры	Составляющие анализа	МАОУ СОШ № 10	МАОУ лицей № 12	МАОУ СОШ № 63
1	2	3	4	5	6
1.	Конкурентоспособность	1. Стратегия. Набор правил, принципов, руководствуясь которыми, образовательное учреждение обеспечивает достижение конкурентных преимуществ.	-	+	+
		2. Имидж. Формирование сильного позитивного имиджа образовательной организации для привлечения более квалифицированных педагогов, для облегчения доступа к лучшим финансовым и информационным ресурсам.	+	+	+
		3. Реакция на изменения спроса и предложения.	+	+	+
2.	Изменения	1. Анализ внутренней среды образовательного учреждения и стратегический анализ внешней среды.	+	+	+
		2. Реакция образовательного учреждения на внешние перемены. Переход от старых форм к новым.	+	+	+
		3. Внесение новых технологий в систему работы образовательной организации.	+	+	+
3.	Инсти	1. Адаптация под современные изменения: экономическая, политическая, правовая, социальная и технологическая составляющие.	+	+	+

		2. Использование внешних институциональных изменений в свою пользу, извлечение выгоды.	-	+	-
		3. Активное участие во внешней жизни учреждения. Инициатива во внедрении новых технологий в систему образования.	-	+	-
4.	Педагогический коллектив	1. Квалификационный уровень. Непрерывное повышение собственной квалификации и квалификации сотрудников для достижения более высоких и качественных результатов.	+	+	+
		2. Взаимодействие руководителей и специалистов для более эффективной трудовой деятельности и устранение отклонений от заданного режима работы.	+	+	+
		3. Движение коллектива от решения простых, оперативных и доступных задач к решению более сложных, стратегических целей и задач.	+	+	+
5.	Персональный менеджмент	1. Самоменеджмент руководителя. Выполнение основных функций персонального менеджмента.	+	+	+
		2. Применение системы «круг правил» для организации высокоэффективной работы сотрудников и учреждения в целом.	+	+	+
		3. Развитие и совершенствование методов менеджмента, внедрение инноваций в работу образовательного учреждения.	+	+	+

Анализ выполнен на основании публичного отчета о результатах деятельности МАОУ СОШ №10, отчета о результатах самообследования деятельности МАОУ лицея №12, показателей деятельности МАОУ СОШ №63 за 2014-2015 гг.

2.2. АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ПЕРСОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ ГОРОДА ЕКАТЕРИНБУРГА

Сравнительный анализ – метод анализа объектов, при котором производится сравнение нового состояния объекта со старым состоянием или сравнение состояния одного объекта с другим, с которым сравнение может быть уместным. Сравнительный анализ является одним из основных методов, применяемых в научных исследованиях экономики. Практически всегда формулировка или уточнение экономических понятий осуществляется с помощью сравнительного анализа. Метод сравнительного анализа может быть использован при изучении любых учетных данных и, следовательно, должен рассматриваться как общий прием. В данном случае, при сравнительном анализе сопоставляются несколько образовательных организаций, осуществляющих однотипную деятельность.

Особая актуальность реализации персонального менеджмента в образовательных учреждениях связана с тем, что именно недостаточная организация личного труда руководителя и сотрудников зачастую является главной причиной трудностей, связанных с развитием образовательного учреждения. Именно поэтому был проведен сравнительный анализ МАОУ СОШ №63, МАОУ СОШ №10 и МАОУ лицей №12 по пяти критериям: конкурентоспособность, изменения, институционализация, педагогический коллектив и персональный менеджмент.

Из таблицы видно, что реализация персонального менеджмента в образовательных учреждениях различна. Так, например, проанализировав деятельность МАОУ СОШ №63, МАОУ СОШ №10 и МАОУ лицей №12 можно сделать ряд выводов.

Любая образовательная организация должна для себя выделить стратегию развития. Какой же в принципе должна быть стратегия развития образовательной системы конкретного учреждения?

Имеется ряд сформулированных рекомендаций, которые, как представляется, можно считать удачным ответом на поставленный вопрос.

Первая характеристика — ментальная правильность разрабатываемой стратегии. К ней относятся знание и понимание так называемых полюсов эффективной стратегии. Абсолютная иррациональность - это один из объективно крайних полюсов эффективной стратегии конкретного учреждения; ее противоположный полюс — предельная рациональность.

Вторая характеристика — ситуационность. Эффективная стратегия всегда интегрирует характерные особенности именно данной конкретной ситуации в ключевые факторы будущего успеха конкретной образовательной организации.

Третья характеристика — уникальность стратегии. Для достижения успеха в стратегию конкретной образовательной организации должны быть заложены некоторые сильные содержательные моменты, так называемые «изюминки», которые в реальной практике ведения образовательной деятельности делают его значимо отличным от других подобных образовательных организаций. Осознанный подход к стратегической уникальности означает целевой поиск, создание и реализацию возможностей, которые еще не увидели другие образовательные организации.

Стратегии на достижение конкурентных преимуществ у образовательных организаций различны. В МАОУ СОШ №63 просматривается 2 стратегии: стратегия использования человеческого потенциала и стратегия характерного имиджа, что является очень хорошим сочетанием для достижения конкурентных преимуществ. МАОУ лицей №12 придерживается четкой стратегии «атака на лидера» и

«атака на более слабого и мелкого конкурента», что дает образовательной организации явные конкурентные преимущества. МАОУ СОШ №10 близка к стратегии послушного последователя, так как образовательная организация воздерживается от инициативных стратегических ходов, попыток переманить клиентов. Исходя из этого, можно сделать вывод, что самая высокая конкурентоспособность в МАОУ лицей №12, а низкая в МАОУ СОШ №10.²⁴

Что касается изменений, каждая рассматриваемая нами школа проводит анализ внутренней и внешней среды образовательной организации, также вносит новые технологии в систему работы образовательной организации. Реакция школ на внешние изменения различна, но в целом каждая школа осуществляет переход от старых форм к новым.

Институционализация в МАОУ СОШ №63, МАОУ СОШ №10 ниже в связи с менее активным участием во внешней жизни образовательной организации и безынициативностью во внедрении новых технологий в систему образования. Также можно выделить, что МАОУ лицей №12 активно использует внешние институциональные изменения в свою пользу, извлекая выгоду.

Педагогический коллектив в рассматриваемых школах на высоком уровне. Педагоги непрерывно повышают свою квалификацию, взаимодействуют с руководителями, что дает более эффективные результаты работы.

Применение персонального менеджмента в МАОУ СОШ №63, МАОУ СОШ №10 и МАОУ лицей №12 на профессиональном уровне. Самоменеджмент руководителя высокоразвит, в образовательных организациях применяют «круг правил», что дает высокоэффективную работу сотрудников и организации в целом.

²⁴ Корзникова Г.Г. Менеджмент в образовательных организациях

Таким образом, мы увидели, что публичный доклад действительно является неотъемлемой частью развития образовательной организации, так как несет аналитический характер текста, предполагающий не только представление фактов и данных, но и их оценку, объяснение причин возникновения, обоснование тенденций развития, прогнозирование последствий и проектирование перспектив.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам исследования автор считает, что цель работы достигнута, а поставленные задачи решены.

Дефицит времени при непрерывно увеличивающейся интенсивности труда является ситуацией, которая свойственна почти для всех управляющих по всему миру. Перед любым развитым государством на нынешний день стоит главный вопрос, который касается того, как же научиться экономить время всех тех, кто реализует главные функции управления?

Доказано, что единственным выходом из сложившейся ситуации сейчас является создание целостной системы, так именуемого самоорганизации собственного труда управляющего.

Автор выполнил поставленные задачи, а конкретно: рассмотрел понятие и сущность персонального менеджмента, внутреннюю и внешнюю среду в развитии образовательной системы, конкурентоспособность образовательной организации, а также рассмотрел практику реализации персонального менеджмента в школах города Екатеринбурга.

Персональный менеджмент является областью познаний, которая занимается исследованием организации собственного труда сотрудника, которая основана конкретно на использовании различных достижений науки, передового опыта, а также использовании технических средств. Вообще персональный менеджмент дает возможность самым наилучшим образом установить определенное взаимодействие между сотрудником, а также применяемыми техническими средствами во всем процессе исполнения его должностных обязанностей. Определенная степень готовности управляющего, а также специалиста к высокоэффективной работе определяется в первую очередь знаниями и умениями, а также навыками, некими свойствами личности. Рационально осуществлять свой собственный умственный труд, а также создать наиболее благоприятные условия для роста его эффективности

является главной задачей, которая приобретает в наше время чрезвычайно важное значение.

Изменения - реакция образовательной организации на перемены во внешней среде. Внешняя среда оказывает различное воздействие на образовательную систему, которое может проявляться в различных формах, предоставляя подходящие условия и возможности для ее эффективного функционирования и развития или формируя угрозы для ее существования. Внешняя среда многочисленна и неоднородна по своему составу. Она включает большое количество компонентов, которые оказывают различное по степени, характеру и периодичности влияние на образовательную систему образовательной организации. Сюда входит экономическая, политическая, правовая, социальная, технологическая и другие составляющие. Происходящие во внешней среде изменения, возрастание ее сложности и неопределенности усиливают воздействие на образовательную организацию.

Что касается внутренней среды образовательной системы образовательной организации, то ее можно рассматривать с точки зрения статики, выделяя состав ее элементов и структуру, и с точки зрения динамики, т. е. с точки зрения протекающих в ней процессов. Внутренняя среда пронизывается организационной культурой, которая является интегрированной характеристикой и отражает систему ценностей, культивируемые нормы деловых возможностей и поведения, разделяемые персоналом образовательной организации.

Способность образовательной организации добиваться своих целей в условиях рынка, на котором с аналогичными целями действуют другие образовательные организации, характеризуется понятием «конкурентоспособность». Конкурентоспособность определяется стратегией, имиджем и реакцией на изменения спроса и предложения.

Рассмотрена практика реализации персонального менеджмента путем сравнительного анализа публичных докладов школ Екатеринбурга.

Установлено, что публичный доклад действительно является неотъемлемой частью развития образовательной организации.

Анализ позволил выработать следующие рекомендации. Руководителю образовательной организации по самоорганизации:

- Выполнять не только месячное и годовое планирование, но и ежедневное.
- Своевременно осуществлять контроль исполнения поручений.
- Совершенствовать методы работы с применением автоматизированных средств управления, аппаратного и программного обеспечения.
- Рассмотреть возможность ввода дополнительных видов внеурочной деятельности.
- Творчески подходить к решению поставленных задач, быстро адаптироваться к новым условиям и требованиям.

Руководителю образовательной организации по работе с коллективом:

- При подборе персонала учитывать разные творческие способности и темпераменты педагогов.
- Принимать дополнительные меры по предотвращению конфликтных ситуаций в коллективе.
- В решении задач использовать коллективные методы работы.
- Организовать более тесное взаимодействие между заместителями директора образовательной организации.
- Принять дополнительные меры по обеспечению безопасности учащихся.

Методические рекомендации доведены до руководителей исследуемых образовательных организаций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Васильева И.Н. Организация делопроизводства и персональный менеджмент: Учебное пособие / И. Н. Васильева, Островский Э.В., Юртаев И.Ю. - 3-е изд. - М.: Вузовский учебник, 2009. 320 с.
2. Гамильтон У. Институциональный подход к экономической теории // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2007. №2.
3. Зайверт Л. Ваше время в ваших руках, 1995.
4. Архангельский Г. Организация времени: от личной эффективности к развитию фирмы, 2008.
5. Берд П. Тайм-менеджмент: Планирование и контроль времени, 2008.
6. Будон Р. Место беспорядка. Критика теорий социального изменения. М., 1998.
7. Коротков Э.М. Развитие менеджмент-образования: технологии и методическое обеспечение // Профессиональный учебник, 2006. №4.
8. Кузьминов Я.И., Бендукидзе К.А., Юдкевич М.М. Курс институциональной экономики. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. Гл. 1.
9. Намазов В.Н., Жмыриков А.Н. Психолого-педагогические методы исследования индивидуально-личностных особенностей. – М.: ИНФРА-М, 2008. 146 с.
10. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М., 1997. 97-137 с.
11. Олейник А. Н. Институциональная экономика: Учебно-методическое пособие.// Вопросы экономики. 1999. №7.
12. Панкратов В.Н. Искусство управлять собой: практическое руководство. – М.: Институт психотерапии, 2001. 256 с.
13. Педагогический энциклопедический словарь / Гл. ред. Б.М. Бим-Бад. – М., 2007.

14. Резник С.Д., Бондаренко В.В., Абрамов Р.Н., Турчаева Р.Ю. Методические указания к практическим занятиям по курсу «Персональный менеджмент». – Пенза: ПГАСА, 2007. 51 с.
15. Старобинский Э. Передача полномочий – один из важнейших принципов менеджмента // Управление персоналом. – 2007. № 4.
16. Токарев В. Профессиональные навыки менеджера ("обогащенный самоменеджмент")//Международный журнал «Проблемы теории и практики управления», 2000. №6.
17. Шаститко А. Е. Неинституциональная экономическая теория. М., 1999. 411-421 с.
18. Шейнов В.П. Как управлять другими, как управлять собой. – Минск: Амалфея, 2009. 195 с.
19. Шепель В.М. Имиджология: Секреты личного обаяния. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 2007. 320 с.
20. Вольчик В.В. Лекции по институциональной экономике. – [Электронный ресурс]–URL: <http://institutional.narod.ru/lectures/lectures10.htm>
21. Бугаев А. Е. Учебно-методический комплекс. – [Электронный ресурс] – URL: http://elib.tolgas.ru/publ/Bugaev_UMK_Osn_menedzhmenta_2012.pdf
22. Введение в Персональный Менеджмент. – [Электронный ресурс] – URL: <http://elearn.oknemuan.ru/?p=18>
23. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ. – [Электронный ресурс] – URL: http://abc.informbureau.com/html/einoeoooeiiaeuia_ eciaiaieess.html
24. Основы менеджмента. Методические указания – ч.1 – [Электронный ресурс] –URL: http://4du.ru/books/knigi_po_menedzhmentu/osnovy_menedzhmenta_metodicheskie_ukazaniya.html
25. Персональный менеджмент. – [Электронный ресурс] – URL: http://www.executive.ru/wiki/index.php/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BC%

[D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82](#)

26. Персональный менеджмент. – [Электронный ресурс] – URL: http://modernlib.ru/books/vladimir_bondarenko/personalniy_menedzhment/read1/

27. Персональный менеджмент и стратегия управления временем. – [Электронный ресурс] – URL: <http://timestep.ru/2010/03/10/personalnyjj-menedzhment-i-strategiya-upravleniya-vremenem>

28. Современные социальные институты. – [Электронный ресурс] – URL: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/sovremennye-socialnye-instituty.html>

29. Смирницкий А.С. Стратегический менеджмент. – М.: ПРИОР, 2011. 172 с.

30. Корзникова Г.Г. Менеджмент в образовании. Практический курс, 2006. 187-212 с.

31. Щербакова Т.Н. К вопросу о формировании имиджа образовательного учреждения // Молодой ученый, 2012. 430-434 с.

32. Хулей Г. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование, 2005. 800 с.

33. Панферова Н.Н. Управление в системе образования. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. 248 с.

34. Публичный отчет о результатах деятельности МАОУ СОШ №10 за 2014-2015 гг.

35. Публичный отчет о результатах самообследования деятельности МАОУ лица №12 за 2014-2015 гг.

36. Публичный отчет показателей деятельности МАОУ СОШ №63 за 2014-2015 гг.

37. Нормативно-правовая документация МОУ СОШ № 63 г. Екатеринбурга – [Электронный ресурс] – URL: <http://www.26209s012.edusite.ru/p9aa1.html>