

Моніторинг освітньої діяльності як сучасний інструментарій якості освіти

Коротков Д. С., к. політ.н., доцент кафедри філософії та політології

Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця,

Dmytro.korotkov@hneu.net

Стратегія розвитку системи освіти України повинна формуватись адекватно сучасним інтеграційним і глобалізаційним процесам та вимогам переходу й інтегрування національної системи освіти у європейський та світовий освітній простір. Теорія та методологія розвитку вітчизняної педагогіки повинні розвиватися на основі впровадження сучасних передових концепцій відомих західних дослідників. За допомогою збуту покупець примушують купувати те, що йому пропонує підприємство або установа, а за допомогою маркетингу виробник робить те, чого прагне покупець. Проблему маркетингу в педагогічному просторі розробляє відомий американський економіст Філіп Котлер (Philip Kotler). В умовах зміни парадигм еволюційного розвитку суспільства з індустріальної на постіндустріальну основоположним чинником конкурентоспроможності підприємств стає здатність вибудовування організаційно-управлінської системи таким чином, щоб вона давала змогу з високим ступенем вірогідності прогнозувати зміни, що відбуваються на ринку, у структурі потреб цільових споживачів, і з урахуванням цього формувати напрямки стратегічного розвитку. Оцінка і прогноз трансформації потреб, що формують потенційний споживчий попит, є концептуальною основою стратегічного маркетингу, який повинні використовувати у своїй діяльності навчальні заклади України [2, с. 231].

Необхідно зауважити, що сучасний маркетинг своєю метою визначає не просто продаж товарів, а задоволення потреб споживачів. Проте з розвитком суспільних відносин, науково-технічного прогресу, глобалізаційних процесів об'єктивно звужуються можливості управляти продуктом чи ринком виключно технологічними та економічними важелями. Тому в сучасних умовах комунікативний аспект маркетингової діяльності виходить на перший план. Сьогодні недостатньо мати у вищому навчальному закладі якісні освітні послуги. Навчальний заклад повинен добирати та використовувати нові сучасні послуги для формування контингенту студентів та збільшення обсягів фінансових надходжень. Комунікації дають змогу зробити послуги освітнього закладу привабливими для цільової аудиторії завдяки рекламним акціям для роботодавців та абітурієнтів.

Вищі навчальні заклади постійно просувають інформацію про свою діяльність на ринок освітніх послуг, намагаючись реалізувати декілька цілей: інформувати майбутніх споживачів про свої послуги й переваги та

переконавати абітурієнтів, їх батьків, роботодавців у необхідності надати перевагу послугам саме цього вищого навчального закладу. Типові комунікаційні завдання Філіп Котлер окреслює таким чином: підтримувати або зміцнювати імідж навчального закладу; вибудовувати лояльність та підтримку випускників; приваблювати донорів; надавати інформацію щодо пропозицій навчального закладу; залучати потенційних студентів, заохочувати їх вступати до навчального закладу; виправляти некоректну або неповну інформацію про навчальний заклад. Дослідник зазначає: «Якщо ви не бренд – ви не існуєте. Хто ж ви тоді? Ви просто товар, що має свою ціну» [1, с. 67]. Відносини всіх суб'єктів-учасників освітнього процесу поступово переходять у площину економічних відносин, де маркетинг та моніторинг уже не порожні й «модні» слова, а сучасна реальність. Змінюється сама основа навчального процесу, в якому студенти – це мета всього цього процесу. Необхідно зрозуміти, що не навчальні заклади надають послуги студентам, а саме студенти надають можливість освітянам учити їх. Освітня система України повинна бути готовою розвивати засади освіти в інтересах споживачів.

Модернізація сучасної системи освіти в Україні висуває нові вимоги, перш за все, до її якості. Процес підвищення якості освіти, уніфікація критеріїв та індикаторів, за якими відбувається оцінка освітніх результатів, пов'язані з розробленням моніторингу як системи збору та опрацювання інформації про стан освіти, прогнозування подальших векторів її розвитку. Сьогодні в багатьох країнах світу накопичений чималий досвід організації і проведення моніторингової роботи. У країнах європростору та Сполучених Штатах Америки вже сформувалася та діє потужна матриця системи аналізу якості освіти. Необхідно відзначити, що саме у США було започатковано перші моніторингові дослідження в освіті, акумульовано досвід упровадження моніторингу щодо оцінки і якості на міжнародному, національному, регіональному та локальному рівнях. Моніторинг (у т. ч. й освітній) включає розробку еталону та критеріїв його оцінювання. Навчання - це процес отримання знань, умінь, навичок на необхідному рівні за певний термін. Необхідно зазначити, що при оцінюванні рівня засвоєння знань використовується тільки суб'єктивна думка педагога, і завданням моніторингу в теорії та методології розвитку педагогіки є формування такої системи оцінювання, яка була б достовірною й надійною. Група американських учених, очолювана Б. Блумом (B.S. Bloom), у 1956 році запропонувала ієрархічну систему педагогічних цілей, яка згодом отримала назву «таксономія Блума» [4]. Американський дослідник уводить поняття «таксономія педагогічна» - це побудова чіткої системи педагогічних цілей, у якій встановлено відповідні категорії та послідовні рівні. Науковець визначає три сфери навчальної діяльності: когнітивна (Cognitive domain): розумові навички (Mental skills); афективна (Affective domain): сфера почуттів та емоцій (Attitude); психомоторна (Psychomotor): фізичні вміння та навички (Skills).

До цілей першої, когнітивної, групи належать такі, що передбачають запам'ятовування й відтворення вивченого матеріалу, уміння переосмислювати

набуті знання. Цілі цієї групи в основному представлені в навчальних програмах, підручниках. Другу групу (афективна, емоційно-ціннісна сфера) становлять цілі, що передбачають формування емоційно-особистісного ставлення до навколишнього світу. Вони виражаються через сприймання, інтереси, нахили, здібності, формування ставлення, його осмислення та вияв у діяльності. Цілі навчання психомоторної сфери становлять третю групу. Вони включають ті чи інші види моторної (рухливої) маніпулятивної діяльності нервово-м'язової координації. Це навички письма, мовні навички, фізичні та трудові навички [3, с. 192]. Із використанням таксономії навчальних завдань можна конструювати систему завдань для виконання поставлених дидактичних цілей, проводити діагностику знань і рівня сформованості навчальних дій учнів, а також прогнозувати хід навчання з урахуванням міри складності завдань і ступеня навантаження на всі види пізнавальної діяльності. Чітке формулювання цілей дає можливість для їх об'єктивної оцінки. Принципова особливість таксономічного підходу полягає у визначенні завдань навчання для формування бази оцінювання через оволодіння знаннями на рівні всіх категорій освітніх результатів.

У сучасному світі поступово провідним сектором постіндустріальної економіки стає сфера послуг, у якій надзвичайно важливе значення має сфера освіти. Зміна соціально-економічного устрою українського суспільства визначає й нові підходи до освіти та її суб'єктів. У нових соціально-економічних умовах виникла необхідність в модернізації системи освіти. Інноваційне управління освітою на державному рівні є рушійною силою розвитку освітнього простору України. Зміна самої структури економіки освіти, зміна умов діяльності освітніх закладів викликали підвищення попиту на освітні послуги та змінили вимоги до їх структури та змісту. У сформованих умовах не спрацьовує старий адміністративний досвід, накопичений керівниками та спеціалістами системи освіти. У систему освіти проникають менеджмент і маркетинг, і сьогодні освітня установа розуміється вже як соціально значуща відкрита система, що розвивається за законами ринкової економіки.

Використана література:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф Котлер – М.: Прогресс, 1990. – 733 с.
2. Котлер Ф. Стратегічний маркетинг для навчальних закладів / Ф. Котлер, Карен Ф.А.. – К.: УАМ, Вид. Хімджест; 2011 – 580 с.
3. Черних О. Застосування таксономії Блума при формуванні у слухачів навиків мислення високого рівня / О. Черних // Військова освіта. – 2013. – № 2. – С. 189-195.
4. Bloom B.S. Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals: Handbook I, cognitive domain. / B.S. Bloom. – New York: Longman.,1994. – 112 p.