

Бережна Л.В.

вчитель-методист,

Криворізька загальноосвітня школа I-III ступенів № 69

СОЦІАЛЬНА РОЛЬ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА ТА ЙОГО ВЗАЄМОДІЯ З КОЛЕКТИВОМ ПЕДАГОГІВ, ЩОДО РОБОТИ В ІННОВАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Сучасний світ через свою складність, динамічність, суперечливість створює різноманітні проблеми для людини та владно втручається в її особистісний простір. Чим потужніший життєвий ресурс людини, тим легше їй подолати кризові настрої, оволодіти конструктивно-перетворювальною позицією. Темп життя стрімко ускорюється і якщо людина хоче досягти успіху, кар'єрного зросту, вона має починати це як можна раніше. Людина повинна бути готовою до життя. На думку вчених Європи, освіта XXI століття буде варіювати залежно від потреб учня, школи будуть різними. Але головне залишається результат. Це вже не далека перспектива, а реалії сьогодення [1, с. 145].

В сучасних умовах йде орієнтація на більш здорових молодих людей. Сьогодні вектор інтересу зміщено в сторону балансу між прогнозованими результатами, наявними ресурсами, невикористаними резервами. В наш час освітній сфері потрібна щоденна системна, високопрофесійна робота, тільки вона забезпечує успіх менеджера освіти, педагогів. Кожен з вчителів повинен прагнути виконувати свою роботу і відчувати, що вона важлива для колективу, закладу, для успіху.

Школа сьогодні є майданчиком для об'єднаних однією метою людей, які прагнуть як до росту ефективності їх роботи, так і особистісного зростання. Освіта потребує людей нового напрямку – людей здорових, спроможних реалізувати освітню мету. Свою роботу потрібно направити на вибір і підготовку талановитих педагогів, спроможних і бажаючих побудувати професійну кар'єру. Серед якостей вчителя на першому місці стоїть професіоналізм. Вчитель у своїй роботі зобов'язаний бути професіоналом.

Робота керівника належить до складних видів людської діяльності. Він має володіти засобами гнучкого управління, щоб знати, коли треба «натиснути», а коли «послабити». Задача керівника направляти, а не робити за інших. Це ні в якій мірі не є обов'язком керівника. За висловлюванням Гордона «Хто допомагає там, де достатньо похвали, той тільки шкодить».

Будь-яка людина, в тому числі керівник, живе у силовому полі: «хочу – можу – треба». Проте «хочу» буває замало. Керівникові необхідно пересвідчитися, чи володіє працівник відповідними здібностями. Таким чином, відбувається узгодження «хочу – можу». Окрім цього, існують певні норми, правила, вимоги до професії, поведінки, що укладаються в поняття «треба». У роботі керівника багато залежить саме від «треба», а не від «хочу» чи навіть «можу». Керівнику, педагогу треба постійно працювати над собою, треба

втручатись у справи і залежати від інших людей, треба працювати сумлінно, треба приносити щось на жертвенний вівтар [3, с. 66].

В сучасних умовах домінантною стає здатність керівника здійснювати сучасний підхід в управлінні, уміння встановлювати ділові та доброзичливі стосунки в педагогічному колективі. Сьогодні керівник не просто менеджер-організатор, а й професіонал-педагог, який глибоко вболіває за результати педагогічної діяльності. А якщо він професіонал, то він має знайти засоби координації управлінського процесу. Керівник нової генерації повинен вміти змінювати сенс і характер управлінського спілкування відповідно до вимог оновленої школи. Сьогодні ефективне управління забезпечить той керівник, який здійснює піклування про інтереси організації на основі діагностичних стосунків. Інноваційне управління – це процес взаємовпливу на діалогічний основі з подальшим об'єднанням зусиль і спрямуванням дій на їх обговорення.

Цей підхід спирається на теорію та практику менеджменту. Тому можемо визначити головні підходи до управління колективом :

- цілісний погляд на учня та вчителя, зосередження уваги на особистості підлеглого, створення ситуації успіху;
- внутрішньошкільне управління має одночасно координаційний і мотиваційний характер у процесах комунікації, прийнятті рішень і делегуванні повноважень.
- зміна поглядів педагогічних працівників на свою роль і місце в системі управління.

Сучасний менеджер-керівник має вирішувати проблеми по мірі їх виникнення. Конкретне, чітке реальне планування, раціональна організація роботи, оцінювання кінцевого результату – це ті чинники, що забезпечують успіх професійне зростання учителя і управління [2, с. 211].

Однією із найважливіших якостей керівника, умов успішності його як професіонала-менеджера освіти, є готовність до інноваційної діяльності. Тому, сучасна управлінська діяльність має здійснюватися інноваційним менеджером. Стратегія менеджменту-масштабні прогнози щодо реалізації місії закладу та досягнення цілей. Усе розпочинається з голови. Керівник закладу має прагнути до гармонізації різних нововведень, їх орієнтації на досягнення загальної результативності, прогнозування змін на майбутнє. Без управління процесом будь-які інновації у школі приречені. За директором закріплюється стратегічне планування, контроль за зовнішній менеджмент. Відповідно інноваційність має характеризувати професійну діяльність кожного вчителя. Бо головною рушійною силою інноваційної діяльності є саме вчитель.

Сучасний менеджер-керівник повинен активно й вирішально впливати на певні структури колективу, добиватися їх оптимізації на основі тенденцій розвитку колективу. Керівник досягає успіхів, творчих злетів тоді, коли постійно працює над собою: займається самоосвітою, орієнтується на особистість вчителя. Особистість педагога розглядається як новий суб'єкт створення позитивного власного іміджу та іміджу в цілому. Діяльність педагога-це діяльність митця, в ній поєднано знання, професійна творчість.

Педагог це творець, модифікатор. За своєю сутністю це процес двусторонньої взаємодії.

В колективі головне співробітники, які самі хочуть що-небудь робити для підвищення своєї кваліфікації і вже роблять. Головне, щоб співробітник і установа об'єднались, щоб разом зростали, а не тільки один з них. Тут ми можемо говорити про колективну свідомість. «Люди-як каміння, і ми не повинні ні в якому випадку їх обтесувати. Організація в колективі-це будівельний матеріал (розчин), який намагається зв'язати каміння, а не навпаки». Якщо працівник нічого не робить для підвищення кваліфікації, його потрібно направляти. Не випадково професійна діяльність вчителя у системі загальної освіти все більше стає творчою [4, с. 154].

Педагог тоді зможе успішно виконувати свої завдання, коли рівень його професійної підготовки буде відповідати ефективним вимогам, поставленим суспільством перед системою державної освіти. Формулою успіху наших педагогів є поняття: від хорошого фахівця – до хорошого співробітника. Тобто, окрім фахової підготовки, наші вчителі мають вміти працювати в команді, бути комунікабельними, творчо мислити, проявляти ініціативу, здатні генерувати нові ідеї. Багато з них обирають шлях до успіху, цей шлях можна зобразити формулою: *успіх = додаткові кроки + додаткові зусилля + уміння долати перешкоди + сміливість рухатися уперед + культура спілкування*.

Працівник, який приносить результати, знаходиться на першому місці, хороший співробітник-це чудовий оркестр задоволень. Спільні дії, обговорення і участь в плануванні, прозорість, інтерес, компетенції-дуже важливі фактори. Весь зміст співробітництва в тій радості, що вона є.

Акцент має бути зроблено на формування нової управлінської функції-менеджменту середньої ланки. Тут ми можемо говорити про корпоративний менеджмент, що виступає основою школи. Дана стратегія перетворює адміністрацію навчального закладу в інформаційно-регулятивний центр по роботі з усіма ланками.

І хоча освітня функція школи, як і раніше залишається провідним аспектом її діяльності, важливим чинником оцінки функціонування навчального закладу є :

- формування власного вектору професійного розвитку вчителя;
- перехід взаємодії учасників освітнього процесу з режиму функціонування в режим розвитку;
- проектування розвитку власної педагогічної діяльності й успішної реалізації індивідуальної освітньої траєкторії учня;
- створення нового комунікативного простору та інноваційного середовища.

Будь-яка школа має бути адекватною реаліям часу. Тож у тих, хто працює в школі має бути передчуття майбутнього. Наша школа – не виняток. Система освіти нового тисячоліття ускладнена настільки, що стає неможливим централізоване управління різноманітними процесами. Тому в навчальних закладах мають бути створені певні умови, щоб бажані процеси самостійно розвивалися. Коли весь час необхідно встигати за світом, який постійно

змінюється, з'являються все нові та нові технології, а наше завдання навчити учителів та учнів продуктивно діяти в ситуаціях новизни й невизначеності.

Список використаних джерел:

1. Белкин А.С. Ситуация успеха. Как её создать. – Москва: Просвещение, 1991. – 321 с.
2. Крижко В.В. Менеджмент в освіті / В.В. Крижко, Є.М. Павлютенков. – Київ : ІЗМН «Твін-сервіс», 1998.
3. Пряжко Н. Прийняття рішень. Інструменти керівника / Н. Пряжко. – Київ: Корпорація «Диполь», 2004. – 129 с.
4. Управління навчальним закладом: Навчально-методичний посібник / під. ред. О.І. Мармаза, О.М. Касьянова, В.В. Григораш. – Харків.: Веста, 2003. – 178 с.

Бондаренко А.С.

студентка,

*Науковий керівник: Санакоєва Н.Д.
кандидат філологічних наук, доцент,
Запорізький національний університет*

DIGITAL-ПОСЛУГИ ЯК ОДИН ІЗ НАЙЕФЕКТИВНІШИХ ВИДІВ РЕКЛАМИ: ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ

Сучасний рекламний простір не може існувати без інновацій та новітніх технологій, які підтримують актуальність бренду/ТМ та збільшують продажі шляхом залучення цільової аудиторії та взаємодії з нею. Такі маніпуляції можливі лише у цифровій сфері, а саме за рахунок використання digital-реклами та технологій Інтернет-маркетингу. Проте, використовуючи різні інструменти просування та реклами в Інтернеті, слід також здійснювати контроль їх ефективності.

Актуальність роботи полягає у тому, що цей напрямок аналізу реклами є не досить дослідженим серед вітчизняних та зарубіжних науковців, а отже потребує додаткової уваги. Вимірювання ефективності рекламної кампанії у кіберпросторі є необхідністю задля успішної та максимальної взаємодії бренду з клієнтом з початку запуску кампанії, до її логічного завершення – покупки. Саме тому важливо дослідити не лише технометричні показники, а й соціологічні та психологічні.

Мета нашої наукової розвідки – дослідити методи оцінки ефективності Інтернет-реклами, необхідність такого вимірювання та його роль на ключових етапах digital-кампанії.

Аналізуючи проблему результативності реклами необхідно звернутися до позицій практикуючого спеціаліста у галузі digital-реклами, managing partner в Aimbulance Р. Гавриша, який вказує на те, що в оцінці ефективності існують дві метрики: технометрія і соціологія [1]. За допомогою них вимірюється «життєвий цикл» реклами, кількість відвідувань та ефективність.