

Интернет-технологии обладают обширным образовательным потенциалом, они позволяют совместить принцип выбора и принцип открытого образования. Образовательное Интернет-пространство имеет свою специфику, структуру, находящуюся в постоянном развитии. Эта образовательная среда имеет свои особые психологические, педагогические и социокультурные характеристики, которые необходимо учитывать при организации учебного процесса. Современные программные средства предоставляют новые возможности для решения педагогических задач. В настоящее время целесообразно заниматься разработкой информационных ресурсов для каждой дисциплины в отдельности. Надо использовать уже наработанные компьютерные курсы и программы. Организаторы учебного процесса должны проводить селекцию, экспертизу имеющегося материала, определить степень пригодности, соответствия дисциплине, ее целям, содержанию. Задача преподавателя - умело отбирать и комбинировать образовательные модули. Сетевой учебно-методический комплекс - это система учебно-методических и программно-технических средств обучения, расположенных на сервере. Они отражают модель педагогической системы, её цели, задачи, содержание, методы и является одним из основных элементов ИСО.

Литература

1. Агранович Б.Л. Системный проект и опыт формирования информационно-обучающей среды вуза: <http://cpq300.comp.pgu.karelia.ru/pgu/RussianWin/conferences/Data/19950605/Abst...>
2. Ахметов Б.С., Калюжный А.А. Особенности построения информационной образовательной среды в вузе: <http://www.bytic.ru/cue/2002/tezis/ahmetov.html>.

Солтанова Е.А.

РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫМ ПРОСТРАНСТВОМ ВУЗА.

omarket@tiei.ru

НОО ВПО НП «Тульский институт экономики и информатики»

г. Тула

Творческие и профессионально реализованные информационно-коммуникационные стратегии дают вузам возможность воспользоваться более эффективными средствами, повышающими их конкурентоспособность на внутреннем и внешнем рынках. Объективными причинами, обуславливающими необходимость данной деятельности, несомненно, выступают:

- уровень и параметры развития конкуренции в образовательной среде,
- социально-демографические и политико-правовые факторы состояния образовательного рынка,
- качественные инновационные преобразования, ориентированные на процесс управления вузом, организации учебного процесса и т.п.

Технология управления коммуникационным пространством, формирование его с учетом генеральной стратегии развития вуза и потребностей основных целевых групп, позволяет получить ответы на следующие вопросы:

- какие виды услуг информационно-коммуникационные каналы должны предоставить конечным пользователям для удовлетворения их потребностей независимо от особенностей каждого используемого канала?
- какие виды деятельности и функции в сфере необходимо выполнить для предоставления этих услуг?
- по каким параметрам необходимо структурировать информационное пространство? формировать коммуникационные потоки?
- как целесообразно содержательно наполнять информационные базы, инструментарий сообщений для обеспечения повышения качества управляемого процесса?
- какие ресурсы необходимо задействовать для получения эффективных результатов?
- какие конкурентные преимущества обеспечивает используемое информационно-коммуникационное пространство? и так далее.

Главной целью выстраивания эффективных коммуникаций должно выступать повышение уровня потребительской ценности информации для всех категорий заинтересованных лиц. Основное внимание здесь следует уделять двум важнейшим аспектам ценности отличному качеству выполнения работы и глубокому знанию потребностей клиентов.

При этом отличное качество выполнения работы подразумевает предоставление всем заинтересованным потребителям информации:

- возможности получения достоверной, актуальной, полной, оперативной информации;
- дифференцированной подготовки материалов в соответствии с особенностями восприятия, уровнем знаний потребителей.

Глубокое знание потребностей клиентов подразумевает четкую сегментацию и планирование групп потребителей информации, с последующим составлением предложений, максимально соответствующих их потребностям.

Для многих участников образовательного рынка становится все более понятен принцип организации системы взаимоотношений с реальными и потенциальными его потребителями, вне зависимости от того, относятся ли они к внутренней (преподаватели, администрация, студенты) или внешней общественности (абитуриенты, их родители, предприятия, органы управления образованием и т.д.).

Одним из приоритетных направлений в этом процессе является разработка эффективной технологии управления информационно-коммуникационным пространством вуза, позволяющего различным субъектам отношений не только оперативно и своевременно получать необходимую информацию, но и решать ряд других задач, связанных с процессом коммуникации. Все более актуальным данный аспект становится в контексте рассмотрения деятельности высших учебных заведений, активно переходящих на использование инновационных технологий, процессов, продуктов и форм построения отношений.

Оптимизация процессов управления вузом и переориентация учебного заведения на потребности основных групп потребителей диктует устойчивую необходимость качественных инновационных преобразований. В условиях открытости системы образования информационное пространство будет играть роль системного, организационно-управленческого механизма, позволяющего решать различные внешние и внутренние задачи вуза.

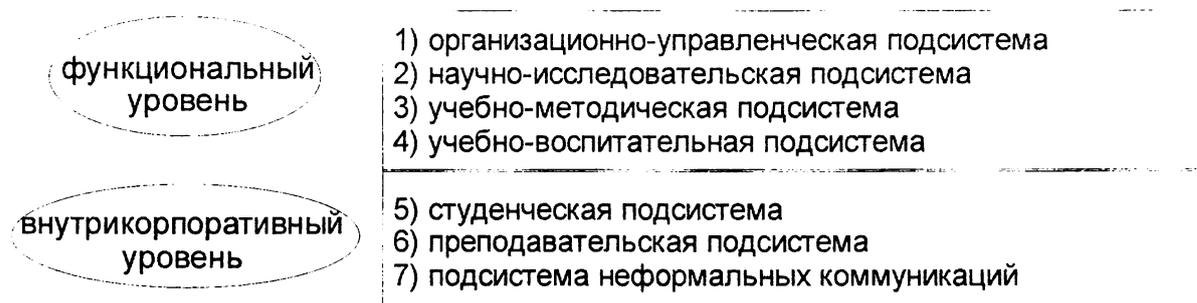
Влияние информации на развитие и функционирование современного вуза на сегодняшний день переоценить сложно. Являясь ключевыми звеньями взаимодействия образовательного учреждения с внешними и внутренними целевыми аудиториями, коммуникационные процессы позволяют решать ряд стратегически важных для организации задач:

- повышение эффективности системы управления вузом в целом,
- обеспечение оперативного взаимодействия с потенциальными потребителями образовательных услуг и другими целевыми группами,
- организация коммуникационных потоков в соответствии с особенностями целевых групп (при проведении качественной процедуры сегментации рынка) и стратегическими целями вуза на внешнем и внутреннем пространстве,
- обеспечение открытости образовательной системы при предоставлении правдивой, достоверной и оперативной информации по всем направлениям деятельности вуза в соответствии с потребностями объектов коммуникации,
- формирование позитивного имиджа и репутации вуза на образовательном рынке региона,
- обеспечение информационной поддержки объектам образовательного процесса в процессе принятия управленческих решений и т.д.

Структурная разработка уровней взаимодействия различных подсистем информационно-коммуникационного пространства вуза, по мнению автора, должна выглядеть следующим образом:

Схема №1.

Структура и уровни информационно-коммуникационного пространства вуза



Представленные на схеме подсистемы встраиваются в два основных базовых уровня: 1-4 блоки реализуются в рамках общефункционального уровня коммуникаций вуза, 5 – 7 блоки подсистем реализуются в рамках уровня внутрикорпоративных коммуникаций.

Каждая представленная подсистема характеризуется своими видами коммуникаций и информационными материалами. Рассмотрим их содержание:

Организационно-управленческая подсистема подразумевает коммуникации по линиям: «руководитель – руководитель», «руководитель – подчиненный», «руководитель – контролирующая структура» и т.д. При этом в качестве информационных материалов, составляющий этот уровень будут выступать различные регламентирующие материалы, письма, отчеты, нормативно-локальные и иные документы.

Научно-исследовательская подсистема подразумевает коммуникации с «научный руководитель – другой научный руководитель», «научный руководитель – студент», «преподаватель – преподаватель», «преподаватель – преподаватель другого вуза», «исследователь – объект исследования» и т.д. При этом в качестве информационных материалов, составляющий этот уровень будут выступать научные работы, отчеты по результатам исследования, тезисы, доклады, монографии, рецензии, отчеты и т.д.

Учебно-методическая подсистема подразумевает коммуникации по линиям «руководитель – подчиненный», «руководитель – преподаватель», «преподаватель – студент» и т.д. Информационные

материалы в данном случае будут представлены инструктивными, учебно-методическими, нормативно-правовыми материалами.

Учебно-воспитательная подсистема подразумевает всесторонние коммуникации между различными внешними и внутренними субъектами коммуникации, осуществляемыми в рамках организации воспитательного процесса в вузе. Содержание информационных материалов будет включать весь комплекс документов, методических, нормативных, плановых, отчетных документов.

При этом в рамках данных подсистем подразумевается использование формальных и неформальных коммуникаций. Технологии управления первыми для большинства вузов структурированы и регламентированы, а в случае со вторыми у вузов может возникнуть большее количество проблем.

Студенческая подсистема подразумевает коммуникации по линиям «студент – студент», «студент – преподаватель», «студент – сотрудник вуза», «студент – родитель», «студент – потенциальный абитуриент», «студент – студент другого вуза».

Преподавательская подсистема подразумевает коммуникации по линиям «преподаватель – преподаватель», «преподаватель – преподаватель другого вуза», «преподаватель – руководство вуза», «преподаватель – члены семьи/знакомые», «преподаватель – студенты», «преподаватель – потенциальный абитуриент».

Подсистема неформальных коммуникаций подразумевает такие виды коммуникаций как слухи, сплетни, пересуды.

Рассмотрение системы управления информационного пространства должно базироваться на принципах доступности, надежности, понятности для всех участников информационного обмена, открытости, устойчивости, объективности и т.д.

При этом несистематизированная работа с информационно-коммуникационным пространством порождает ряд существенных проблем в деятельности вуза:

- Отсутствует возможность отслеживания процессов в динамике, прогнозировании,
- Информационные базы не отвечают требованиям комплексности, системности и достоверности,
- Стратегические, управленческие решения не могут быть эффективно проанализированы и т.д.

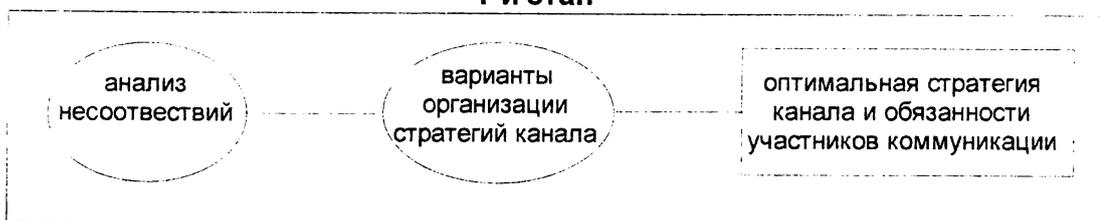
Всю же инновационную технологию построения и управления каналами в рамках информационно-коммуникационного пространства вуза, ориентированного на удовлетворение, в первую очередь, потребительских предпочтений, предлагается рассматривать путем реализации трех последовательных этапов (схема №2):

- **Аналитический этап**, включающий методологическое определение приоритетных направлений коммуникационного развития, распределение ценностных аспектов реализации информационных потоков и т.д.

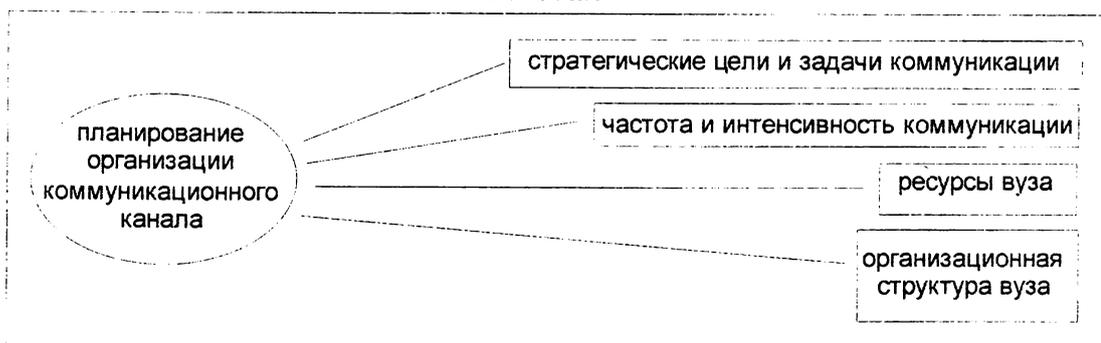
Схема №2.

Процесс управления информационно-коммуникационным пространством вуза

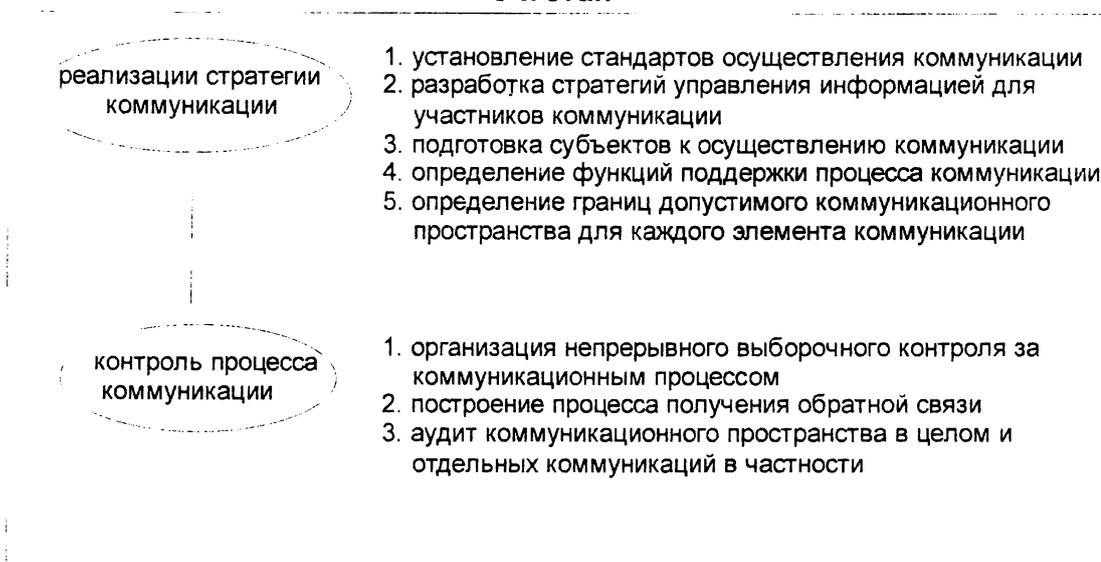
1-й этап



2-й этап



3-й этап



- **Организационно-управленческий этап**, включающий определение и постановку целей, задач коммуникации в соответствии с основными группами потребителей информации, определение характера, частоты поступления информации, распределения необходимых для поддержки и осуществления потоков ресурсов, формирование соответствующей структуры.
- **Коммуникационный и контрольный этап**, включающий всю систему деятельности по осуществлению информационного обмена, контроль и определение параметров обратной связи, аудит качества и количества информации.

В ряде случаев данный процесс может быть на четыре этапа, разделяя последний на два уровня. Однако, по мнению автора, процесс осуществления коммуникации и информационного обмена не может идти в отрыве от системы контроля. В противном случае информационный процесс перестанет быть управляемым и системным, а содержание коммуникаций с большой долей вероятности перестанет отвечать стратегическим целям учебного заведения.

Таким образом, разработка инновационной технологии управления информационно-коммуникационным пространством вуза представляет собой сложный и многогранный процесс, включающий различные элементы, объекты, связи, цели и задачи.

Данная деятельность должна базироваться на системном анализе и постоянной основе, что будет являться залогом эффективного использования такого важного стратегического ресурса сегодня как информация.