

Раздел 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 37.01:377-057.177

Л.М. Андриюхина

L.M. Andryukhina

*ФГАОУ ВО «Российский государственный
профессионально-педагогический университет», г. Екатеринбург*

Russian state vocational pedagogical university, Ekaterinburg

AndrLM@yandex.ru

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕГРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ КРЕАТИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ МЕНЕДЖЕРОВ

METHODOLOGICAL BASES FOR THE INTEGRATED STRATEGY FOR CREATIVE EDUCATION OF MANAGERS

Аннотация. В статье на основе анализа различных существующих практик креативного образования менеджеров раскрыты потенциальные возможности, которые могут быть положены в основу формирования интегративной стратегии креативного образования менеджеров. Эти возможности видятся в преодолении разрывов в циклах существующих практик креативного менеджмент-образования.

Abstract. In the article on the basis of the analysis of various existing practices of creative education manager's revealed potential opportunities that can be used as the basis for the formation of an integrative strategy for creative managers education. These opportunities are seen in overcoming the gaps in the cycles of existing practices of creative management education.

Ключевые слова: креативное образование менеджеров, практики креативного образования менеджеров, разрывы в циклах креативного менеджмент-образования, интегративная стратегия креативного образования менеджеров.

Keywords: creative education of managers, the practice of creative education managers, gaps in the cycles of creative management education, an integrative strategy of creative managers education.

Анализ существующих практик креативного образования (в системе высшего образования, на базе корпоративных университетов, тренинговых сетевых практик, практики коучинга, в условиях современной информационной среды, формируемой в Креативном ситуационном Центре) позволили выявить [1-3] как перспективные возможности этих практик, так и существующие в рамках этих практик ограничения. Выявлены разрывы в циклах воспроизводства и развития креативного образования. Раскроем потенциальные возможности, которые могут быть положены в основу формирования интегративной стратегии креативного образования менеджеров. Эти возможности видятся в преодолении разрывов в циклах существующих практик креативного менеджмент-образования.

1. Тенденция введения в вузах курсов, тренингов, формирования КСЦ в подготовке креативных менеджеров, экономистов и др., но при этом отсутствие механизмов, способствующих обучению самих преподавателей, их вовлечению в современные процессы реального менеджмента и бизнеса (рис.1).

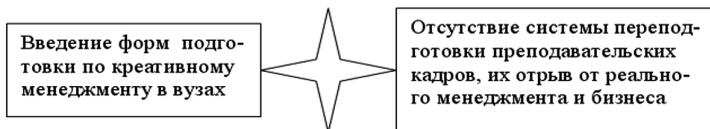


Рисунок 1 – Разрыв №1

2. Развитая система подготовки научных кадров через аспирантуру и докторантуру, которая существует при вузах и академических институтах, но при этом главный недостаток – это ее инерционность, отставание от реального развития менеджмента и бизнеса (рис.2).



Рисунок 2 – Разрыв №2

3. Модель Корпоративного инновационного университета позволяет соединить аккумуляцию нового знания и практику инновационного развития организации, а также создает условия для постоянного интеллектуального обогащения (взаимообучения) на основе работы в единой команде, как ученых (преподавателей), так и практических менеджеров, однако аккумуляция научных знаний носит сугубо внутриорганизационный характер и зависит от жизненного цикла организации. По существу, необходимо создание некоего социального механизма, который бы позволял обобщать и обмениваться внутриорганизационными знаниями (рис.3).



Рисунок 3 – Разрыв №3

4. Коучинговая модель адаптивна к различиям в видах деятельности менеджеров, областям их деятельности и к решаемым задачам. Является практически универсальной технологией. Однако недостатком этой модели является также отсутствие форм обобщения и аккумуляции знаний (о практике и деятельности менеджера, о креативных практиках), характерных для института науки (рис.4).

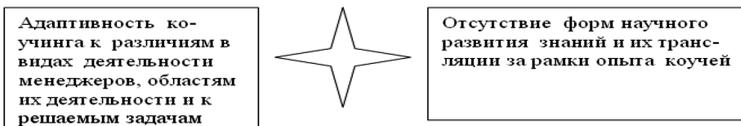


Рисунок 4 – Разрыв №4

5. Сетевая тренинговая компания является эффективной бизнес-моделью развития креативного образования, но требует развитого интеллектуального ресурса (рис.5). Сдерживающим фактором выступает как раз отсутствие лидера в области креативного менеджмента и накопленного интеллектуального ресурса. Минусом этой модели является ее зависимость от индивидуальных возможностей лидера и лидерских команд, сложность осуществления преемственности их опыта и практики во времени.

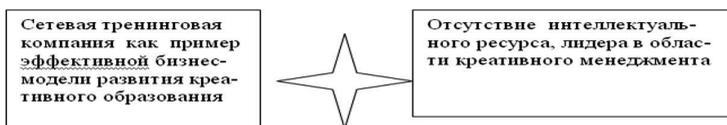


Рисунок 5 – Разрыв № 5

6. Креативный ситуационный Центр – модель, реализующая возможности современной информационной среды креативного образования. Недостатком является монополия коллектива разработчиков и недостаток подготовленных специалистов в этой области (рис.6). Сдерживающим фактором продвижения внедрения КСЦ является также пока еще низкий уровень реального менеджмента в организациях России (рис.7).

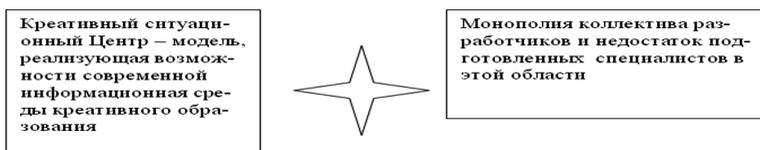


Рисунок 6 – Разрыв №6

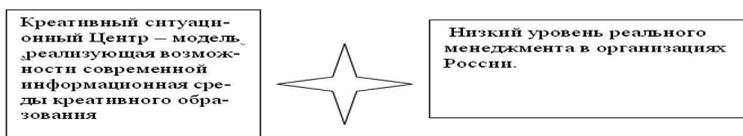


Рисунок 7 – Разрыв №7

Если обобщить полученные выводы, то можно выделить следующие главные основания стратегии моделирования креативного образования менеджеров:

1. Формирование новых форм аккумуляции и развития научных знаний в области креативного менеджмента и образования, а также новых

форм их трансляции. Создание и развитие собственного интеллектуального продукта.

2. Демонополизация и делокализация существующих практик в области креативного образования, создание механизмов интеграции и сотрудничества (сообществ практики).

3. Поиск форм эффективного, воспроизводимого, обладающего транслируемостью взаимодействия науки и реального менеджмента и бизнеса.

4. Формирование на новых основаниях современной опережающей системы переподготовки преподавательских кадров, тренеров, коучей и т.д.

5. Продвижение на российском рынке образовательных услуг
Модель креативного образования менеджеров должна включать:

– механизмы организационного саморазвития на основе генерирования новых знаний в совместной деятельности ученых (преподавателей) и менеджеров;

– интеграцию практики креативного образования с формами ее постоянного исследования и научного обобщения;

– формы развития и актуализации индивидуальных и групповых креативных ресурсов менеджеров;

– выделение и описание креативных компетенций менеджера и условий их формирования, постоянное обновление образовательных технологий;

– формы обобщения, аккумуляции нового, при одновременном формировании пространства открытого доступа к инновационным ресурсам (сетевые, дистанционные модели, информационные технологии) [3].

Анализ природы креативности убеждает в том, что любая форма деятельности, организуемая с целью поддержки и развития креативных процессов, должна сама строиться исходя из понимания особенностей этих креативных процессов. В этой связи интегральная стратегия должна учитывать следующее:

1. В области креативного образования нет и не может быть Учителей в традиционном смысле, так как никто не вправе претендовать на эталонную креативность (такой просто нет), неиссякаемую креативность (креативность всегда), универсальную креативность (креативность во всем) и, кроме того, даже если бы вдруг удалось найти такого уникального гуру креативности, то вряд ли он смог бы *обучать* креативности. Если следовать современному пониманию природы креативности, то нужно создавать необходимые условия (деятельностные платформы), которые бы притягивали креативных людей. Поэтому главным является создание команды, которая должна выполнять функции креативного менеджмента, т.е. создания условий для вовлечения креативных людей в проект.

2. Большинство проблем не находит своего решения, или даже не могут быть поставлены только потому, что в силу сложившихся условий в

организациях крайне сужается диапазон вовлекаемых интеллектуальных и креативных ресурсов. Вариантов и форм такого сужения огромное количество. Следовательно, одна из задач - совместный поиск точек такого сужения и открытие ресурсов креативности (как на корпоративном, так и на индивидуальном уровнях), в том числе на основе обучения креативным технологиям, расширяющим ресурсное видение.

3. Другая проблема современности – это существующие разрывы между лакунарностями социального пространства, в которых накапливаются интеллектуальные ресурсы (креативные идеи, проекты), и точками социального пространства, где они могут генерировать новые процессы, быть применены, коммерциализованы. Это происходит главным образом из-за неразвитости технологий обмена и в более широком смысле управления знаниями. В этом случае поддержка, а по существу генерирование креативных процессов заключается в соединении различных «точек» социального пространства на основе менеджмента знаний. Подобные практики уже существуют. На европейском уровне уже реализуются подобные программы кооперации, такие, например, как «Эврика» («Eureka»). Они сводят вместе потенциальных партнеров, не сумевших найти необходимые им дополнительные знания на местном уровне. Формой такого социального инжиниринга является также опыт формирования сообществ практики. «Основная цель сообществ — содействовать обмену знаниями и опытом по темам, представляющим интерес для его членов. Члены сообществ также активно обмениваются новыми идеями и планами, ищут необходимых партнеров» [4]. Важно также формирование сети для обмена передовой практикой, обмена знаниями между организациями. В современном обществе недостаточно вневедомственных открытых «площадок», «платформ» социального предъявления креативных идей. Участники сообщества вместе решают проблемы, создают новые знания и обмениваются имеющимся опытом. Кроме того, взаимодействие в рамках сети помогает вырабатывать новые идеи, продукцию или услуги, помогает найти партнеров, открывает новые возможности для бизнеса.

4. Главным должна стать реализация полного «креативного цикла», включающего не только научно-образовательную поддержку перевода креативных идей в креативные продукты и практики, но и постоянное научное исследование самого креативного процесса, и развитие на этой основе креативных технологий образования. То есть научно-исследовательская составляющая (например, научно-исследовательская лаборатория) должна быть непосредственно вплетена в креативные процессы.

Соблюдение условий интеграции интеллектуальных, организационных и научно-образовательных ресурсов без потери специфики креативных практик, на наш взгляд, является главным методологическим основанием формирования интегративной стратегии креативного образования менеджеров.

Список литературы

1. Андрюхина Л.М. Креативное образование менеджера: контексты XXI века //Образование и наука. Известия УрО РАО. 2009. № 6–2. С. 121–133.
2. Андрюхина Л.М. Креативное менеджмент-образование: гуманитарные стратегии развития В сб.: Россия и Европа: связь культуры и экономики Материалы IX международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Уварина Н.В. 2014. С. 302–307.
3. Андрюхина Л.М. Креативный менеджмент и основные характеристики креативного образования менеджеров. В сб.: Проблемы экономики, организации и управления в России и мире. – Материалы V международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Уварина Н.В. 2014. С. 18–24.
4. *Сообщества* практики для инновационных компаний. – М.: РУСМЕКО, 2007.

УДК 371.2.011.32-056.266

О.В. Балалиева

O.V. Balalievа

МАДОУ детский сад № 389, г. Екатеринбург

Kindergarten № 389, Yekaterinburg

balalievao@mail.ru

МОДЕЛЬ НЕПРЕРЫВНОГО ИНКЛЮЗИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДОШКОЛЬНИКОВ С ОВЗ

THE MODEL OF CONTINUING INCLUSIVE EDUCATION FOR PHYSICALLY CHALLENGED CHILDREN

Аннотация. Рассматриваемая статья посвящена проблеме образования детей с ограниченными возможностями здоровья в массовых дошкольных организациях совместно с типично развивающимися сверстниками. В статье раскрыты технологии инклюзивного образования дошкольников, представлена модель данного направления, позволяющая организовать дошкольное образование детям с различными нарушениями.

Abstract. The article is devoted to the problem of educating physically challenged children together with normally developing coevals at mass preschool organizations. This article considers technologies of inclusive education for preschool children. The education model presented in this article allows to arrange preschool education for physically challenged children who have different health difficulties.

Ключевые слова: инклюзивное образование, ограниченные возможности здоровья, технологии, дошкольное образование, психолого-педагогическое сопровождение.

Keywords: inclusive education, physically challenged, technology, preschool education, psychological and pedagogical maintenance.

Новый Закон «Об образовании в Российской Федерации» рассматривает дошкольную организацию как первый уровень образования, состоящий не только в формировании определенных знаний, но и в развитии социальных и культурных навыков, здорового образа жизни. Ряд неблагоприятных экологических, социальных факторов негативно сказывается как на физическом, так и психологическом здоровье детей. К сожалению, с