

деляем три вида (уровня) инноваций – организационно-управленческие, цикловые (блочно-дисциплинарные) и локальные.

Организационно-управленческие нововведения мы рассматриваем как наиболее важную часть работы по преобразованию всей деятельности вуза. Говоря о процессе модернизации высшего образования все понимают, что эти процессы осуществляются не стихийно, а представляют собой научно-обоснованную совокупность организационно-управленческих действий, приводящих систему в качественно иное состояние. Организационно-управленческие нововведения предполагают системные преобразования старой структуры управления, позволяющие не столько изменить ее основные параметры, сколько обеспечить ее функциональную направленность на современные требования с учетом актуальных образовательных концепций.

Выступая объектом проектирования, организационно-управленческие инновации реализуются через такие формы представления проекта как Устав вуза, концепции деятельности крупных систем, коллективный договор, календарно-тематические планы мероприятий в масштабах вуза и др. Примером такого проекта может служить разработанная нами Концепция воспитательной работы Башкирского государственного медицинского университета. Цикловые инновации, подразделяясь на комплексные, модифицирующие, интеграционные реализуются через планы, а также различные образовательные программы (рабочие, авторские, программы развития).

Локальные инновации проектируются в виде методических разработок и рекомендаций, различных информационно-аналитических материалов. Они обеспечивают функционирование отдельных структурных единиц педагогической системы и подразделяются нами на комбинаторные, направленные на комбинирование наиболее удачных форм, средств и методов обучения, и инновации – дополнения, направленные на дополнение традиционных педагогических средств и методов элементами нового.

Таким образом, как показал наш опыт, наличие различных видов инноваций предполагает разработку типологических групп проектов, различных по уровню, степени обобщения, по смыслу и, соответственно, требующих разного подхода на стадии их разработки.

ОСНОВАНИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ МОДЕЛИ КРЕАТИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ МЕНЕДЖЕРОВ

Л. М. Андрюхина
Екатеринбург

Исследователи Института Номура (The Nomura Institute) выделяют четыре эпохи в мировом экономическом развитии: сельскохозяйственную, индустриальную, информационную, и эпоху креативности, на пороге которой мы сегодня находимся [2, с. 203–204]. Переход к эпохе творчества предполагает не только осознание важности креативности для бизнеса и создание благоприятного творческого климата в организациях (условий для развития творчества сотрудников), но и изменение характера образования менеджеров не только в период вузовской подготовки, но и на протяжении всей жизни.

Креативное образование менеджеров – это на наш взгляд, новая модель образования, которая требует выработки новых подходов к ее проектированию, и не может сводиться только к введению отдельных программ в вузах и тренингов в период последиplomного образования.

Выделим возможные основания такого проектирования, которые начинают получать развитие в практике современного образования.

В рамках современного вузовского образования практико-ориентированный подход часто воспринимается как панацея в решении всех проблем, в том числе рассматривается и как одно из главных средств формирования компетенций креативного менеджера. С этой целью вводятся учебные практики разных форм и видов, стажировки, организуются учебные фирмы, в обучении участвуют сами предприниматели, имеющие опыт успешного эффективного управления. В результате, как считается, молодой специалист уже к моменту получения диплома готов к управленческой практической деятельности по новым предпринимательским схемам. Но любые, даже самые новейшие схемы когда-то устаревают. Отсюда закономерен вывод – важен не сам по себе практический опыт менеджера, а владение способами его освоения и трансформации, навыками перехода от одного типа опыта к другому, умение своевременно выходить за рамки опыта, который начинает сдерживать развитие. Следовательно, сам по себе практический опыт менеджмента не может быть единственным основанием проектирования модели креативного образования.

В периоды быстрого развития экономики, проведения реформ, качественных преобразований приращение новых знаний во многом зависит от того насколько быстро и адекватно осмысливаются результаты нового практического опыта [1, с. 101]. Если в периоды экономической стабильности приращение новых знаний идет, главным образом за счет научных исследований, то в условиях динамичных изменений имеющиеся научные силы явно не успевают не только изучать, но и осмысливать процессы, происходящие в экономике, а значит и своевременно формировать новое содержание обучения менеджеров. Следовательно, как делают вывод А. Д. Гительман и А. П. Исаев, «удовлетворить практическую потребность в новых управленческих знаниях может такое обучение, которое не только дает менеджерам необходимые знания, но и создает условия для совместного (с учеными – А. А.) генерирования тех новых знаний, которые больше всего необходимы для решения стоящих задач» [1, с. 102]. Исходя из этой установки авторы разработали модель инновационного корпоративного университета. В понимании авторов это модель «качественно нового обучения менеджеров, которое сможет организовывать интеллектуальный процесс генерирования, получения и конкретизации новых практических знаний. Такое обучение по своей сути, является поисковым, исследовательским и проектным одновременно» [1, с. 103].

При всех несомненных преимуществах модели инновационного корпоративного университета (по большому счету ее можно считать одним из немногих вариантов системного решения вопросов креативного образования менеджеров) она имеет и определенные недостатки. Эта модель неизбежно оказывается привязанной к определенному типу корпоративной деятельности (отрасли, определенному типу задач) и поэтому не может стать универсальной формой первичной подготовки. Кроме того, ввиду привязанности к конкретным корпорациям, эта форма не может быть доступной для любого менеджера в любой период его профес-

сиональной карьеры. Вместе с тем, как в условиях первичной подготовки, так и на протяжении всей жизни менеджерам необходимы такие формы обучения которые бы позволяли развивать их креативные ресурсы.

Большой универсальностью в этом отношении обладают активно развивающиеся модели коучинговой поддержки (которые не сводимы к тренинговым технологиям). С 80-х гг. XX в. коучинг официально признан в бизнесе. В настоящее время существует порядка 50 школ и около 500 видов коучинга, начиная от VIP-коучинга и заканчивая социальной работой. Считается, что как отдельная профессия коучинг окончательно сформировался в начале 90-х гг. XX в. В Америке профессия коуча официально признана в 2001 г., благодаря стараниям Международной Федерации коучей. Коучинг помогает людям посмотреть со стороны на тот или иной аспект своей деятельности с помощью информированного, объективного «проводника» (коуча). Данный метод направлен на содействие людям в осуществлении самообучения и саморазвития, соответственно на оптимизацию эффективности их деятельности, развитие их собственных креативных ресурсов и их актуализацию, а не на преподнесение им новых готовых знаний.

Интересно то, что, если модель инновационного корпоративного университета выходит на системное решение вопросов креативного образования менеджера, исходя из социально-организационных оснований, то коучинговые модели позволяют выходить на тот же системный уровень, но уже исходя из личностно- (или командно) ориентированного подхода. При этом они более адаптивны к различиям в видах деятельности менеджеров, областям их деятельности и к решаемым задачам. Однако недостатком этих моделей является отсутствие форм обобщения и аккумуляции знаний (о практике и деятельности менеджера), характерных для института науки (чем, в свою очередь, положительно отличается модель корпоративного университета).

Анализ практико-ориентированной, корпоративной и коучинговой моделей, как возможных моделей креативного образования менеджеров, позволяет вместе с тем выделить ряд принципиальных положений, которые должны учитываться при проектировании новой модели креативного образования менеджеров. Модель креативного образования менеджеров должна включать:

- Механизмы организационного саморазвития на основе генерирования новых знаний в совместной деятельности ученых (преподавателей) и менеджеров.
- 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).

Литература

1. Гительман А. Д. В команде – менеджеры и профессора: от традиций к корпоративному университету и инновациям [Текст] / А. Д. Гительман, А. П. Исаев. М., 2005.
2. *The Science of Creativity* [Текст] // *Management Development Review*. 1997. Vol. 10. Num. 6.