

2. Денискина Е. В. Эволюция факторов производства в экономической системе / Е. В. Денискина, И. Н. Сычева // Глобальные и региональные аспекты экономики : сб. докладов на междунар. науч. конференции / под ред. А. А. Стриженко. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2001. – С. 155

3. Дорошенко М. Е. Интеллектуальные услуги в России / М. Е. Дорошенко (рук.) [и др.] ; Гос. ун-т – Высш. шк. экономики. – М. : Беловодье, 2010. – С. 104.

4. Ходжсон. Дж. Социально-экономические последствия прогресса знаний и нарастания сложности /. Дж. Ходжсон // Вопросы экономики. – 2001. – № 8. – С. 38.

А. В. Петрушко

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИЯМИ В СОВРЕМЕННОМ ВУЗЕ

Современный процесс информатизации приводит к формированию новой информационной среды функционирования вузов и организации образовательного процесса. Влияние этого процесса также сказывается на образовательных технологиях, вызывая необходимость решать проблемы эффективности коммуникаций, которые обеспечивают функционирование вуза как организации и образовательного учреждения.

Процессы коммуникации в организации – это процессы информирования и взаимодействия как внутри организации, так и с внешним окружением, направленные на достижение целей организации [5].

Оценка эффективности и результативности коммуникаций может дать общее представление о коммуникационном потенциале организации и его воздействии на ключевые показатели ее деятельности. Управление коммуникациями в организации должно основываться на соответствии коммуникационной стратегии целям организации и определяться спецификой ее деятельности.

Совершенствование коммуникационных технологий оказывает значительное влияние на форму и функционирование организации, включая такие аспекты как структура, система управления,

направление информационных потоков и способ передачи информации, организационная культура [4].

Среди основных функций коммуникаций в организации можно выделить [3]:

1. Обеспечение эффективного обмена информацией между объектами и субъектами управления, а так же между организацией и ее окружением.

2. Совершенствование межличностных отношений в процессе обмена информацией.

3. Создание информационных каналов для обмена информацией между отдельными сотрудниками и группами и координация их задач и действий.

4. Регулирование и рационализация информационных потоков.

Эффективность реализации этих функций зависит от уровня организации системы управления коммуникационными процессами.

Вуз как организация представляет собой сложное структурное образование, которому свойственны упорядоченность, формализация и стандартизация социальных связей и отношений, интеграция составляющих его элементов и функций [6].

В современных условиях повышаются требования к управлению коммуникационными процессами, в которые вовлечены все участники процесса образования (абитуриенты, студенты, аспиранты, преподаватели, кафедры, факультеты, администрация вуза, работодатели как социальные партнеры вуза). Учитывая различия и специфику участников коммуникационных процессов вуза, а также выделенные функции коммуникаций в организации можно выделить несколько направлений, требующих управления с целью повышения эффективности коммуникации в вузе:

- коммуникации, связанные с функционированием вуза как организации;
- коммуникации, связанные с осуществлением образовательного процесса;
- коммуникации, связанные с взаимодействием вуза с внешней средой.

Организационная структура большинства отечественных вузов может быть охарактеризована как «иерархическая департамен-

тализация». Учебную подсистему университета, реализующую основную задачу вуза, можно охарактеризовать как «дисциплинарную департаментализацию», поскольку группировка людей и ресурсов осуществляется вокруг учебных дисциплин. Такая «дисциплинарная департаментализация» приводит к глубокой специализации деятельности, но в тоже время может порождать межфакультетские и межкафедральные организационные барьеры, которые будут препятствовать эффективному управлению коммуникациями.

Коммуникации в образовательном процессе работают эффективно, когда обучение понимается как сотрудничество, а преподаватели и студенты чувствуют взаимную поддержку и доверие, делятся сомнениями и проблемами. В обучающемся высшем учебном заведении: главенствует установка на постоянное совершенствование; поощряется и поддерживается процесс изучения и исследования; генерируются новые идеи, внедряются новшества; каждое задание принимается как возможность учиться; преподавателям разрешается экспериментировать, учиться на опыте и практике [2].

Критерием эффективности управления коммуникационными процессами во взаимодействии с внешней средой может стать сложившийся имидж вуза. В современных условиях коммуникация превратилась в технологию создания образа. Поэтому управление коммуникациями в вузе следует осуществлять с помощью маркетинговой информационной системы. Это должна быть постоянно действующая система взаимосвязи людей, оборудования и методических приемов, предназначенная для сбора, классификации, анализа, оценки и распространения актуальной, своевременной и точной информации для использования ее распорядителями сферы маркетинга с целью совершенствования планирования, претворения в жизнь и контроля за исполнением маркетинговых мероприятий [1].

Современные процессы информатизации не только создают новые условия функционирования образовательных учреждений, но и предоставляют новые возможности для управления коммуникационными процессами организации. В рамках вуза это реализуется в использовании Интернет-ресурсов, компьютеризации, использовании социальных сетей, создании облачных баз

данных. Использование новых каналов коммуникации позволяет вузам быть инновационными, социально активными, конкурентоспособными и отвечать запросам современности.

Можно сделать вывод, что коммуникационные процессы в вузе требуют создания системы управления в рамках организационной структуры, которая бы обеспечивала эффективное осуществление функций коммуникации всех направлений в соответствии с целями и стратегиями развития данного образовательного учреждения.

Литература

1. Лавникова Ю. В. Организация маркетинговой информационной системы вуза / Ю. В. Лавникова // Молодой ученый. – 2014. – № 8. – С. 514–517.

2. Ланкин В. Е. Исследование и разработка организационных систем управления в высших учебных заведениях : монография / В. Е. Ланкин, Г. В. Горелова, В. Д. Сербин, Д. В. Арутюнова и др. – Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2011. – 178 с.

3. Лафта Дж. К. Менеджмент : [учеб. пособие] / Дж. К. Лафта. – М. : ТК Велби, 2005. – 592 с.

4. Ро О. С. Передовые технологии коммуникации и организация / О. С. Ро // Социс. – 2001 – № 3 – С. 64–73.

5. Суровцева Е. С. Актуальные проблемы управления организационными коммуникациями / Е. С. Суровцева // Вестник ТГУ. – 2008. – № 2(58). – С. 125–127.

6. Шведова М. Ф. Особенности вуза как образовательной организации / М. Ф. Шведова // Гуманитарные науки. – 2009. – № 6. – С. 77–78.

С. И. Сахно

ИННОВАЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Инновации в образовании – это актуально значимые и системно самоорганизующиеся нововведения, возникающие на основе разнообразия инициатив и новшеств, которые становятся перспективными для эволюции образования, позитивно влияют