

Учреждение образования
«Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»

**ИННОВАЦИОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ
В УЧРЕЖДЕНИИ ОБРАЗОВАНИЯ**

Сборник материалов
Республиканской научно-практической конференции

Брест, 15–16 ноября 2012 года



Брест
БрГУ имени А.С. Пушкина
2013

УДК 174

А.Н. СЕНДЕР

Беларусь, Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Формирование корпоративной культуры является одним из приоритетных направлений кадровой политики организации, в том числе и учреждения образования.

Культура (существует более 100 ее определений) представлена многообразием различных форм: знаний, навыков, норм, идеалов, образцов деятельности и поведения, идей, верований, социальных целей и ценностных ориентаций и т.д. Культура – продукт совместной деятельности людей.

В целом корпоративную культуру можно характеризовать «как комплекс разделяемых членами организаций мнений, эталонов поведения, настроений, символов, отношений и способов ведения бизнеса, в совокупности определяющих индивидуальный облик компании» [1, с. 423].

Таким образом, корпоративная культура определяет, каковы климат, стиль взаимоотношений, ценности данной компании или организации.

Интересно определение К. Камерона-Куинна о корпоративной культуре: «Это социальный клей, удерживающий организацию вместе». (Cameron, Quinn, 1999, Cameron, 2004).

Корпоративная культура формируется не стихийно, она должна быть управляемой. Одна из важнейших задач такого управления – поддержание как у отдельного взятого работника, так и в рабочем коллективе духа корпоративности, объединение работников общими для всех интересами и понимание общих целей деятельности предприятия.

Введение в оборот выражения «корпоративная культура» приписывают германскому фельдмаршалу и военному теоретику Мольтке, который, как считается, впервые использовал его применительно к офицерской среде, в рамках которой офицеры должны руководствоваться определенным кодексом правил, нарушение которых может иметь для соответствующего лица довольно серьезные негативные последствия.

Важным фактором успеха японского бизнеса считается то, что, по мнению японских работодателей, «предприятие есть люди». Этим можно объяснить тот факт, что японские управляющие формируют у своих работников не только профессиональные навыки, но также и нравственные ценности.

Основополагающим элементом корпоративной культуры являются ценности. Ценности дают каждому работнику подтверждение в том, что то, чем он занимается, отвечает как его собственным интересам и потребностям, так и интересам коллектива. При таком принятии ценностей можно говорить о душевном благосостоянии работников.

Немаловажное место в корпоративной культуре занимают девизы, лозунги, символы, которые в лаконичной форме подчеркивают наиболее значимые ориентиры и установки корпорации (организации).

К примеру «Дженерал Электрик» выбрал своим лозунгом «Наш важнейший продукт – прогресс». Социальным символом «Самсунга» (южнокорейская корпорация) является пятиконечная звезда, образованная взявшимися за руки людьми. Она символизирует 5 программ корпорации: по социальному обеспечению; культуре и искусству, научной деятельности и образованию, охране природы и добровольной общественной деятельности сотрудников. Профессиональный символ «Самсунга» состоит из 2-х деревьев: хиноги и сосна (хиноги растет – 25 см в год, живет 120 лет, сосна растет быстро и не требует особого ухода). Эта двойственность символа указывает на то, что в деятельности компании должны быть как цели на перспективу, так и близлежащие.

Лозунгом компании «Дженерал моторс» является лозунг «Думай!»

Существует много подходов к выделению различных атрибутов, характеризующих корпоративную культуру той или иной организации. Так С.П. Роббинс предлагает рассматривать корпоративную культуру на основе следующих критериев:

- личная инициатива, т.е. степень ответственности, свободы, независимости, которой обладает человек в организации;
- степень риска, т.е. готовность работника пойти на риск;
- направленность действий, т.е. установление организацией четких целей и ожидаемых результатов выполнения;
- согласованность действий, т.е. положение, при котором подразделения внутри организации, координированно взаимодействуют;
- управленческая культура, т.е. обеспечение свободного взаимодействия, помощи и поддержки подчиненным со стороны управленческих служб;
- контроль, т.е. перечень правил и инструкций, применяемых для контроля за поведением сотрудников;
- идентичность, т.е. степень отождествления каждого сотрудника с организацией;
- система вознаграждений (в том числе морального стимулирования);
- модели взаимодействия внутри организации, которое выражено в формальной иерархии и подчиненности [2].

Универсальные принципы деловой этики, лежащие в основе современной корпоративной культуры, удачно сформулированы американским социологом Л. Хосмером и основаны на аксиомах мировой философии.

1. Никогда не делай того, что не в твоих долгосрочных интересах или интересах твоей компании. Принцип основан на учении древнегреческой философии (Протагор) о личных интересах, сочетающихся с интересами других людей, и различиях между долгосрочными и краткосрочными интересами.

2. Никогда не делай того, о чем нельзя было бы сказать, что это действительно честное, открытое и истинное. Принцип основан на взглядах Аристотеля и Платона о личных добродетелях.

3. Никогда не делай того, что не есть добро, что не способствует формированию чувства общности и работы на одну общую цель. Принцип основан на заповедях всемирных религий, призывающих к добру и осознанию взаимосвязи и взаимозависимости.

4. Никогда не делай того, что нарушает закон, ибо в законе представлены минимальные моральные нормы общества. Принцип основан на учении Гоббса и Локка о роли государства как арбитра в конкуренции между людьми за блага.

5. Никогда не делай того, что не ведет к большому благу, нежели вреду для общества, в котором ты живешь. Принцип основан на этике утилитаризма – практической пользе нравственного поведения, разработанной И. Бентамом и Джоном С. Миллем.

6. Никогда не делай того, что ты не желал бы рекомендовать делать другим, оказавшимся в похожей ситуации. Принцип основан на одной из императивов Канта.

7. Никогда не делай того, что ущемляет установленные права других. Принцип основан на взглядах Руссо и Джефферсона на права личности.

8. Всегда поступай так, чтобы максимизировать прибыль в рамках закона, требований рынка и с полным учетом затрат, ибо максимальная прибыль при соблюдении этих условий свидетельствует о наибольшей эффективности производства. Принцип основан на экономической теории А. Смита и учении В. Парето об оптимальной сделке.

9. Никогда не делай того, что могло бы повредить слабейшим в обществе. Принцип основан на правиле распределительной справедливости Ролса.

10. Никогда не делай того, что препятствовало бы правам другого человека на саморазвитие и самореализацию. Принцип основан на теории Нозика о расширении степени свободы личности, необходимой для развития общества [3, с. 137–138].

В разнообразной литературе по данной проблеме выделяют следующие составляющие корпоративной культуры:

1. Ценности, принятые в данной организации.
2. Герои – это те члены организации, которые являются примером, олицетворяющим важнейшие организационные ценности.
3. Обряды и ритуалы – это церемонии в организации, которые проводятся для того, чтобы отмечать важнейшие для компании события и приобщать к ним новых членов.
4. Структура общения – каналы неформального общения, по которым члены организации получают информацию о корпоративных ценностях, героях, обрядах, ритуалах.
5. Артефакты – это материальные проявления культуры: мебель, офисные принадлежности с логотипом организации, дресс-код в одежде, интерьер и т.д.

С понятием корпоративная культура организации связано понятие имиджа организации.

Университеты тоже обязаны заниматься формированием своего имиджа (по данным аналитиков для его формирования нужно не менее 50 лет, правда, чтобы подорвать его много времени не требуется), который в значительной мере определяет его конкурентоспособность. «Имидж – целенаправленно сформированный образ (какого-либо лица, предмета, организации), выделяющий определенные ценностные характеристики, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы» [4, с. 195]. К внешним формам имиджа учреждения относятся: корпоративная идентичность (фирменный стиль), поведенческие образцы на рабочем месте и в линиях взаимодействия руководитель – подчиненный, руководитель – руководитель, подчиненный – подчиненный, социальные акты. Существенными характеристиками имиджа являются: динамичность, активность, функциональность, адекватность.

Имидж университета складывается:

1. Из качества поступающих абитуриентов.
2. Качество ППС (количество лауреатов государственных премий, нобелевских, членов-корреспондентов, академиков Национальной Академии наук).
3. Рейтинг университета в международном сообществе.
4. Материальная база.
5. Социально-психологический климат в университете.
6. Научные школы, востребованность научных разработок в стране и за рубежом.
7. Используемые образовательные технологии, количество подготовленных учебников и учебных пособий.
8. Экономический статус университета.
9. Социальные программы.

Образовательное учреждение современного типа, осваивающее новые образцы корпоративной культуры, стоит перед необходимостью разработки двух траекторий имиджа: внешнего и внутреннего.

Внешний – экономический успех, рентабельность, презентабельность, количественные показатели успешности, значимость университета для региона, степень его участия в региональных программах.

Внутренний – поддержание и развитие культурного образца деятельности, основанного на гуманистических ценностях. Внутренний имидж формируют представления об университете его сотрудников и студентов.

Педагогическим ресурсом формирования корпоративной культуры является накопленный педагогический опыт воспитания в коллективе, педагогическое проектирование развития коллектива и личности через планирование воспитательной работы. И здесь важным является создание кодекса корпоративного поведения.

Сравнительный анализ современных теорий корпоративного поведения и педагогических теорий воспитания показывает, что и в тех, и в других взгляды на коллектив и на корпорацию как на социальный организм не расходятся, концепция корпоративного воспитания содержит также принципы, как социо-психологическое приобщение работников к делам корпорации, осознанность, значимость комфортных условий труда, паритетного управления и гуманного разрешения конфликтов; важность неэкономической мотивации и морального стимулирования труда работников.

Педагогическим ресурсом формирования корпоративной культуры является: целенаправленная работа по усвоению лучших образцов поведения, осмысления значимости традиций и их поддержание, создание эстетики повседневности (интерьер, одежда сотрудников, манеры, деловитость и аккуратность), достижение нужного уровня осведомленности о принятых мировых образовательных стандартах, постоянный научно-профессиональный рост сотрудника. Однако есть нечто неуловимое, что делает корпоративную культуру «видимой» – это гордость всех членов образовательного учреждения за свою школу, техникум, университет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кукура, С.П. Теория корпоративного управления / С.П. Кукура. – М. : Экономика, 2004. – 478 с.
2. Корпоративная культура : учеб. пособие / авт.-сост. И.Н. Кузнецов. – Минск : Книжный дом «Мисанта», 2006. – 304 с.
3. Иванова, Е.А. Корпоративное управление: учеб. пособие / Е.А. Иванова, А.В. Шишина. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 256 с.

4. Семенова, Н.М. Новый краткий словарь иностранных слов / Н.М. Семенова. – М. : Русский язык-Медиа, 2005. – 795 с.

5. Сергеева, Т.Б. Особенности корпоративной культуры образовательного учреждения [Электронный ресурс] / Т.Б. Сергеева, О.И. Торбатько. – Режим доступа : <http://poralis.ru>.

УДК 378.147:004

И.М. СМИРНОВА

Украина, Измаил, ИГГУ

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УЧЕБНО-ВОСПИТАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ ИЗМАИЛЬСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ГУМАНИТАРНОГО УНИВЕРСИТЕТА

Мультимедийные технологии на сегодняшний день являются наиболее «модным» направлением инновационных образовательных технологий. В широком смысле «мультимедиа» означает спектр информационных технологий, которые используют разнообразные программные и технические средства с целью наиболее эффективного влияния на пользователя (в нашем случае на студента). Благодаря применению в мультимедийных продуктах и услугах одновременного действия графической, аудио- и визуальной информации эти средства являются большим эмоциональным мотивационным элементом и активно включают внимание пользователя (слушателя) [1, с. 46].

Повышение качества высшего образования определяется использованием новых методов и средств обучения. Активное обучение нуждается в вовлечении студентов в учебный процесс. Широкое применение мультимедийных технологий способно повысить эффективность активных методов обучения для всех форм организации учебного процесса: на этапе самостоятельной подготовки студентов, на лекциях, на семинарских, практических и лабораторных занятиях.

Мультимедийные продукты представляют широкие возможности для разных аспектов обучения [2, с. 79]. Одними из основных возможностей и преимуществ средств мультимедиа в случае их применения в учебном процессе являются:

- одновременное использование нескольких каналов восприятия студента в процессе обучения, за счет чего достигается интеграция информации, которая доставляется разными органами чувств;
- возможность симулировать сложные реальные эксперименты;

СОДЕРЖАНИЕ

И.А. Акуленко. К вопросу о формировании субъектного опыта методической деятельности у будущих учителей математики профильной школы.....	3
Е.А. Башаркина, Г.В. Липовка. Технологические аспекты организации учебного процесса в высшей школе.....	8
В.Б. Башук. Профильное образовательное пространство лицея как условие формирования ключевых компетентностей выпускников.....	13
Л.Д. Белехова, В.М. Раубо, И.В. Мацкевич. Использование инновационных образовательных технологий в БГАТУ при подготовке инженерных кадров для АПК.....	18
П.В. Бельчев, Т.Ф. Бельчева. Интерактивная доска как средство реализации дидактических принципов в современной школе.....	22
И.Н. Богатырёва, О.Н. Коломиец. Использование диалоговой технологии в обучении математике.....	27
Н.В. Бровка, Д.И. Прохоров. Некоторые принципы разработки компьютеро-ориентированного обеспечения внеклассной работы учащихся по математике.....	30
П.М. Бурак, П.А. Водопьянов. Стратегические принципы моделирования инновационных заказов в развитии вузовского образования.....	35
И.А. Василенко. Измерение познавательного интереса на уроках математики.....	41
А.А. Воробьева, В.В. Малаховская, М.А. Скрабатун. Мультимедийные лекции в преподавании начертательной геометрии.....	44
Л.Л. Гальперина, С.М. Гурская. Использование приемов НЛП для развития навыков бесконфликтного общения.....	47
Т.Н. Гнитецкая, Е.В. Карнаухова, Е.Б. Иванова. Портфолио в университетском образовании.....	49
Т.Л. Горностай. Идеи Д. Локка о нравственном воспитании детей дошкольного возраста как основа современных воспитательных технологий.....	53
Л.Д. Грушова, А.В. Бурак. Информационные технологии в обучении иностранному языку на неязыковых факультетах.....	58
Т.Я. Довга. Информационная компетентность учащихся как следствие внедрения новых информационных технологий в образовании.....	63
Т.М. Житомирская. Некоторые поликультурные аспекты внедрения авторского элективного учебного курса в условиях информационно-коммуникативной педагогической среды.....	68
Р.В. Загорулько, Д.Т. Дубаневич. Научные школы и направления в разработке образовательных технологий.....	73

Г.И. Зайчук. Использование информационных технологий при изучении курса по экологическому праву.....	76
О.А. Иванова. Проектирование творческого учебного занятия как новой формы развития личностного потенциала.....	81
Ю.А. Иванов. Мультимедийные презентации в структуре информационных технологий.....	87
Г.Н. Казаручик. Рефлексия в педагогическом процессе учреждения высшего образования.....	92
И.В. Калачева. Современные образовательные технологии в преподавании психологических дисциплин.....	97
А. Клим-Климашевська, Е. Ягелло. Инновации в преподавании иностранного языка в детском саду.....	101
А.В. Климович. Дистанционное обучение как форма работы с высокомотивированными учащимися.....	107
И.Е. Климович. Компьютерное тестирование как средство контроля при обучении чтению специальной литературы на английском языке.....	112
С.А. Климук. Некоторые аспекты использования технологии модульного обучения информатике в университете.....	116
Т.Н. Ковалевич. Информационные технологии как средство создания единого образовательного пространства.....	120
Т.А. Ковальчук, С.Н. Северин. Модели развития профессиональной компетентности педагогов университета в контексте корпоративного образования.....	123
Л.В. Кондрашова. Целеполагание как составляющее звено подготовки современного специалиста в условиях университета.....	127
Н.Н. Кондрашов. Технология ролевой деятельности как средство повышения продуктивности образовательного процесса университета.....	131
Н.Д. Корчалова. Педагогическая аппликация семиотического измерения информатизации образования.....	134
О.П. Крусъ. Технология «Не смейтесь надо мной»: востребованная инновация в сфере гуманитарного образования.....	139
Р.Е. Лакишик. Технология педагогических мастерских в опережающей подготовке будущих учителей.....	143
З.С. Левчук. Педагогические технологии как условие инноваций в образовании.....	147
М.В. Лочмелис. Интерактивные методы обучения как средство формирования ключевых компетенций обучающихся.....	151
И.Д. Лукьяничик. Проектное обучение: «Экологически грамотный потребитель».....	158
С.А. Марзан, А.Н. Сендер, Н.Н. Сендер. Основные подходы к проектированию электронных учебно-методических комплексов.....	161

И.Г. Матыцина. Технологии формирования корпоративной культуры у студентов университета.....	164
Л.В. Михайловская, В.Ю. Шляхтун. Система организации научно-исследовательской работы курсантов.....	167
М.П. Михальчук. Компьютерные технологии как средство информационного обеспечения образовательного процесса.....	171
Т.С. Нестеренко. Информационно-коммуникационная компетентность как ориентиры учащихся начальных классов в информационном пространстве.....	175
Е.А. Никитина. Инновационные технологии как средство формирования полноценной учебной деятельности у младших школьников.....	180
С.С. Новашинская. Повышение эффективности обучения учащихся решению геометрических задач с использованием электронных средств обучения.....	185
Д. Прима. Аксиологические ориентиры формирования правовой культуры личности.....	188
Е.Н. Рогановская. Полидидактическая технология – основа дидактического проектирования информационно-образовательной среды.....	191
В.И. Савченко. Использование тестов в определении уровня сформированности объемно-пространственных представлений у студентов специальности дизайн.....	196
В.В. Савчук. Методологические подходы к прогнозированию качества дидактических систем вуза.....	202
А.Н. Сендер. Формирование корпоративной культуры организации.....	207
И.М. Смирнова. Некоторые аспекты использования мультимедийных технологий в учебно-воспитательном процессе Измаильского государственного гуманитарного университета.....	212
Е.И. Снопкова. Внедрение модели информационно-технологического сервиса методической службы учреждения образования: рефлексивный анализ инновационного опыта.....	217
Т.В. Соколова. Профессиональная подготовка будущих специалистов социально-гуманитарного профиля средствами волонтерской деятельности: технологический компонент.....	222
М.С. Строчук. Сравнительная педагогика как компонент поликультурного образования будущих учителей.....	227
Е.В. Терещенко. Технология автономного изучения иностранного языка как инновационная форма самостоятельной деятельности студентов.....	230
Д. Томчишин, С. Никитин. E-LEARNING как форма дистанционного образования.....	234

А.М. Труханенко. Развитие креативности старшеклассников средствами тестового контроля в процессе изучения информатики.....	238
Б. Туманова. Роль партнеров, не имеющих инвалидности, в обучении плаванию для людей с ограниченными интеллектуальными возможностями.....	245
В.И. Тынный. Педагогические условия формирования готовности будущих экономистов к самообразовательной деятельности средствами информационно-коммуникационных технологий.....	249
Т.П. Уласевич. Повышение качества подготовки студентов заочной формы обучения на основе компьютерных технологий.....	254
Т.В. Фурсикова. Взаимосвязь компьютерных и традиционных технологий при изучении изобразительного искусства.....	258
Б.Н. Чаговец. Инновационная направленность системы методической работы лица на организацию научно-исследовательской деятельности учащихся.....	263
Е.П. Шевчук. Возможности интерактивных педагогических технологий в формировании ценностных ориентаций старшеклассников на этапе профессионального самоопределения.....	268
Н.А. Шимбаревич. Портфолио как метод оценивания учебных достижений студентов на занятиях по композиции.....	272
Е.И. Якуш. Использование технологии «Метод проектов» в профессиональной подготовке.....	274
Э.Е. Якушева, Л.Е. Тригорлова. Опыт организации дистанционного обучения химии слушателей факультета профориентации и довузовской подготовки.....	279