



## Методы самомаркетинга в образовательном менеджменте как предпосылка успешной адаптации специалиста и его взаимодействия с рынком труда

М. М. Журавлёва, В. Н. Наконечных

*Иркутский государственный университет, г. Иркутск*

### Аннотация.

*В статье рассматриваются методы самомаркетинга, позволяющие адаптироваться молодым специалистам в сфере образования. В последние годы растёт популярность такого понятия, как самомаркетинг. В данном случае речь идёт о самомаркетинге в сфере образовательного менеджмента и маркетинга.*

*Рынок труда требует от современного сотрудника не только профессиональных компетенций, но и личностных, и социальных (инициатива, сотрудничество, способность работать в команде) качеств.*

*В этой связи необходима разработка методик, методических рекомендаций, способствующих более эффективной адаптации специалистов и дальнейшему взаимодействию с рынком труда.*

### Ключевые слова:

*образовательный процесс, компетентностный подход, компетенции, активизация учебного процесса, самомаркетинг, образовательный менеджмент и маркетинг, высшее образование.*

### Для цитирования:

*Журавлёва М. М., Наконечных В. Н. Методы самомаркетинга в образовательном менеджменте как предпосылка успешной адаптации специалиста и его взаимодействия с рынком труда // Педагогический ИМИДЖ. 2018. № 2 (39). С. 138–147.*

Дата поступления статьи в редакцию:  
20 апреля 2018 г.

Актуальность исследования обусловлена тем фактом, что адаптация новых сотрудников организации во многом зависит от того, как специалист представит себя, что, в свою очередь, повлияет на его конкурентоспособность. Реформы в сфере образования направлены на подготовку специалистов, быстро адаптирующихся к

новым требованиям, запросам современного общества. Рынок труда требует от современного сотрудника не только профессиональных компетенций, но и личностных, и социальных (инициатива, сотрудничество, способность работать в команде) качеств. В условиях современности необходимо выделить компетенции сотрудников, которые были бы универсальны во многих сферах профессиональной деятельности, что является, по сути, методами и приёмами управления коллективным трудом в рамках менеджмента, а в нашем случае – в рамках образовательного менеджмента. Образовательный менеджмент изучает и рассматривает основные тенденции управления в сфере образования. Менеджмент, который представляет самостоятельную научную дисциплину, изучающую законы, принципы, методы, формы, способы и приёмы в различных организациях, в образовательном менеджменте будет рассматриваться как процесс создания оптимальных условий для образовательной деятельности профессорско-преподавательского состава и обучающихся высших учебных заведений [2].

В рамках нашего исследования было запланировано три этапа.

Первый этап исследования «Самомаркетинг как неотъемлемая часть адаптации специалистов в сфере образования на рынке труда» рассматривает подробно проблематику и актуальность изучения процесса адаптации в образовательном менеджменте [2].

На первом этапе удалось провести исследование уровня адаптации профессорско-преподавательского состава (далее – ППС) в условиях образовательного менеджмента на кафедре туризма ФГБОУ ВО «ИГУ». Методом исследования выступал профильный метод, позволяющий оценить соответствие сотрудника занимаемой должности в соответствии с его сформированными компетенциями. Метод опирается на каталог требований, предъявляемых к сотруднику в зависимости от выполняемой им работы. Далее, на основании выделенных показателей адаптации, таких как показатели уровня квалификации, деловых качеств, работоспособности, качества выполняемой работы, вратываемости сотрудника к новым условиям, наличия аналитических способностей, участия в инновационной деятельности, дисциплинированности, психологической саморегуляции, был проанализирован уровень соответствия профессорско-преподавательского состава показателям адаптации. Полученные результаты оказались высокими. Профессорско-преподавательский состав на основании обзора индивидуальных планов, а также отчётов преподавателей о проделанной работе, повышении квалификации и переподготовке выполняет работу на продвинутом уровне, это основание позволяет утверждать, что квалификация ППС соответствует требованиям к занимаемой должности.

Второй этап исследования посвящается методам самомаркетинга в образовательном менеджменте, что является предпосылкой успешной адаптации и взаимодействия с рынком труда.

Третий этап «Экспериментальная проверка влияния методов самомаркетинга на адаптацию в образовательной сфере» будет рассматриваться в следующей статье.

Итак, остановимся на втором этапе исследования. Исследование посвящено методам самомаркетинга в образовательном менеджменте.



Целью данной статьи является рассмотрение методов самомаркетинга в образовательном менеджменте при подготовке специалистов сферы туризма и гостеприимства с целью дальнейшей успешной адаптации на рынке труда. В связи с этим выделим следующие задачи, которые необходимо решить в рамках данного исследования:

1. Рассмотрение наиболее актуальных профессиональных компетенций, отвечающих требованиям модели специалиста кафедры, готовящих специалистов сферы туризма и гостеприимства.

2. Рассмотрение методов самомаркетинга, способствующих дальнейшей эффективной адаптации на рынке труда.

3. Создание модели универсального специалиста, обладающего универсальными компетенциями исследовательского типа в рамках образовательного менеджмента, способного готовить специалистов для сферы туризма и адаптироваться на рынке труда.

Создание модели управления через саморазвитие личности влечёт за собой необходимость обеспечения условий личностного самоопределения и профессиональной самореализации в современной системе высшего образования. В научных исследованиях активно разрабатываются пути к выявлению сущности саморазвития, определяются средства повышения эффективности личностно-профессионального саморазвития [1]. Основопологающим утверждением будет являться то, что актуализировать саморазвитие возможно через образовательную деятельность, но саморазвитие нельзя «заложить» в сознание обучающихся, данный процесс возможен в результате личностной работы над собой. Таким образом, необходимо «запускать» технологии образовательного менеджмента. В данном случае было решено создать модель универсального специалиста, обладающего универсальными компетенциями исследовательского типа в рамках образовательного менеджмента.

Преподавателям кафедры туризма ФГБОУ ВО «ИГУ» было предложено выбрать из предложенного списка компетенций, по их мнению, 11 наиболее актуальных. По результатам анализа анкетирования было выделено 11 наиболее актуальных профессиональных компетенций, отвечающих требованиям модели специалиста кафедры. В данный список вошли следующие компетенции: умение заранее ставить проблемы на стадии зарождения; системное восприятие управляемого объекта; умение воспринимать, понимать разнообразные точки зрения; способность эффективно резюмировать при дефиците информации; психологическое самообладание; ротация в образовательном менеджменте; психологическая проницательность; способность выйти за границы формального; способность привлекать людей к деятельности с использованием нематериального стимулирования; психологическая перестройка; мотивация (готовность к работе, а также заинтересованность в выполнении предлагаемой работы в данной организации).

В рамках первого этапа исследования были выделены такие методы самомаркетинга, как метод «торговаться за себя», метод «реализация себя», метод «защита себя», метод «открытие себя» [3, с. 132]. Остановимся более подробно на данных методах.

Метод «открытие себя» подготавливает базу для работы над созданием

собственного имиджа. Решение кейсов, применение ролевых игр, ответы на вопросы при поведенческом интервью позволят развить все необходимые профессиональные качества.

Примерные вопросы поведенческих интервью [4]. При этом можно уделять особое внимание разным сферам, это:

I. Ориентация на обучающийся контингент. Обратите внимание на использование нестандартных приёмов привлечения внимания аудитории, соответствие профессиональному уровню.

Рекомендуемые вопросы:

1. Приведите пример, когда вы потерпели неудачу в выстраивании коммуникации с обучающимися. Чем это завершилось?

2. Опишите тип/модель обучающегося, с которым вы испытали трудности в работе. Как вы справились?

II. Непрерывное обучение. Обратите внимание на позитивное отношение к самосовершенствованию, учёбе и применению новых знаний в профессиональной деятельности.

Рекомендуемые вопросы:

1. Приведите пример, когда багаж ваших знаний было недостаточно для эффективной работы. Какие действия вы предприняли в этой ситуации?

2. Приведите пример, как окружающие использовали вас как источник знаний в вашей профессиональной сфере?

III. Самообладание. Сделайте акцент на спокойствие, уверенность в себе и эмоциональную стабильность.

Рекомендуемые вопросы:

1. Обрисуйте ситуацию, когда вам пришлось максимально себя контролировать во время чтения лекций.

2. Приведите пример, когда ваше умение организовывать время и приоритеты оказались очень ценными в работе с обучающимися.

IV. Работа в команде. Акцентируйте внимание на работу и вклад членов ППС в достижение общей цели.

1. Расскажите, что вы думаете о вкладе ППС в работу кафедры.

2. Приведите пример, когда у вас возникали разногласия с кем-то из членов ППС. Как вы поступали при решении этой проблемы?

3. Что вы чувствуете, когда команда планирует принять решение, с которым вы не согласны?

V. Навыки межличностного общения. Уделите внимание самосознанию как способности понимать и умению эффективно общаться с другими, независимо от их культурной принадлежности.

Рекомендуемые вопросы:

1. Опишите самый трудный опыт в отношениях с коллегой.

2. Охарактеризуйте типы людей, с которыми вам труднее всего сойтись и почему.

Кейсы можно также отнести к методам самомаркетинга. Для оценки профессиональных компетенций предлагается рассмотреть рабочие ситуации. Данные ситуации необходимо проанализировать и принять управленческое решение (см. табл.).

## Кейсы для проверки профессиональных компетенций

Профессиональные качества	Кейс на проверку профессиональных качеств
Мотивация (готовность и заинтересованность выполнять предлагаемую работу в данной организации)	В связи с ведением эффективных контрактов необходимо быть конкурентоспособным специалистом, отвечающим всем требованиям современного общества. В связи с этим необходимо разработать план мероприятий по повышению своей собственной конкурентоспособности
Умение заранее ставить проблемы на стадии зарождения	Во многих рабочих программах дисциплин предполагается проведение выездных занятий. Подготовка к выездному занятию предполагает оформление плана-конспекта. Составьте план-конспект выездного занятия по любой дисциплине. Акцент сделайте на цели и содержании занятия, формируемых компетенциях, обосновании значимости занятия в профессиональной подготовке студентов, ходе выездного занятия
Системное восприятие управляемого объекта	Научная работа ППС имеет огромное значение для развития кафедры и вуза в целом. Как показывает мониторинг научной работы ППС, не все сотрудники занимаются научной работой. Вам было поручено разработать план мероприятий по улучшению данной ситуации
Способность эффективно резюмировать при дефиците информации	Вы работаете на кафедре две недели. В рамках профориентационной деятельности необходимо разработать программу привлечения будущих абитуриентов. Однако опыта в подобных мероприятиях вы не имеете
Психологическое самообладание	В рамках НИРС необходимо провести «Неделю науки». Задание поручили проводить с коллегой. Однако поведение коллеги негативно сказывается на совместной работе. Вы получаете необоснованные замечания и критику в свой адрес, что не позволяет вести работу эффективно и готовиться к мероприятию
Ротация в образовательном менеджменте	В связи с эпидемией гриппа и ОРВИ многие преподаватели кафедры не вышли на работу в понедельник. Для остальных преподавателей данный факт стал неожиданным, так как было необходимо заменять в срочном порядке занятия по дисциплинам, которые вы не ведете, и организовывать процесс обучения без какого-либо срыва
Психологическая проницательность	Педагогическая деятельность предполагает быть проницательным, видеть больше, распознавать то, что скрыто для других. Вы замечаете, что одна из студенток, несмотря на то, что готовится к занятиям, отказывается отвечать, выходить к доске, демонстрировать презентацию. Вы неоднократно замечали, что все задания у нее сделаны, но сдать их в силу каких-то причин она не может
Делегирование власти, ответственности, своего авторитета	Студентам необходимо напоминать о профессиональных компетенциях. В рамках рассмотрения данного вопроса речь зашла о делегировании власти в разных сферах. На практике необходимо показать студентам, как преподаватель может делегировать свой авторитет на занятиях

Как было отмечено выше, исследование проводилось на кафедре туризма. На кафедре идёт подготовка будущих специалистов сферы туризма и гостепри-

имства. В нашем случае – в сфере оказания услуг, особенно в индустрии туризма и гостеприимства, необходимо уделять большое внимание процессу коммуникации между персоналом и клиентом. Эффективная коммуникация зависит от степени подготовки персонала, умения быть внимательным, компетентным в своей сфере, а также характеризуется наличием компетенций. Взаимоотношения персонала с клиентами во время обслуживания являются определяющими для предприятий индустрии туризма. Во многом уровень взаимоотношений между служащим и клиентом составляют суть самого обслуживания. В сфере туризма и гостеприимства необходимо совершенствовать соответствующие компетенции. Под компетенциями понимается набор знаний, умений и навыков, необходимых для профессиональной сферы. В ролевых играх отрабатываются следующие компетенции: знание основных требований к обслуживанию туристов в гостиничном комплексе; гостиничного продукта с учётом региональной специфики; технологии бронирования гостиничных услуг; навыки анализа приоритетных направлений, характеризующих уровень развития индустрии гостеприимства; навыки взаимодействия туристских организаций и гостиниц с учётом традиционных и инновационных технологий; навыки применения коммуникационных технологий с целью эффективного общения с потребителями туристских и гостиничных услуг.

Ролевой метод разнообразен и стимулирует путём раскрепощения, снятия напряжения и неприятных ощущений, создания условий для творческой инициативы, импровизации. Ролевой метод относится к методу самомаркетинга и позволяет адаптироваться к будущей профессиональной деятельности.

В структуре ролевой игры принято выделять следующие компоненты: роли, исходная ситуация, ролевые действия.

Смысл ролевой игры состоит в том, что игроки берут на себя исполнение определённых ролей. Роль понимается в широком социологическом плане (турист и гид-экскурсовод, клиент и менеджер по персоналу). Среди ролевых игр следует особо выделить импровизации. Их суть заключается в том, что действующие лица знают основной сюжетный стержень игры, характер своей роли. Ролевые игры позволяют подготовить студентов к будущей профессиональной деятельности. Рассмотрим пример ролевой игры.

#### **Ролевая игра «Собеседование»**

Проблема: получив образование, выпускники вузов не могут пройти собеседование и устроиться на работу. Профессиональная сфера касается сферы туризма и гостеприимства.

Роли:

1. Работодатель (мужчина, возраст 55 лет, работает 30 лет в фирме, не понимает молодёжь, их чрезмерную напористость, ведёт собеседование строго, смотрит пристально в глаза).

2. Выпускница с красным дипломом (девушка считает, что умнее её нет никого, интересуется маркетингом и менеджментом, задаёт вопросы, пытается произвести хорошее впечатление).

3. Женщина (возраст 40 лет, отсутствуют навыки работы на компьютере, а также с оргтехникой, интересуется только зарплатой, имеет высшее образование, закончила географический факультет, не работает 5 лет).





4. Молодой человек (возраст 30 лет, недавно уволился с работы, находится в поисках хорошего заработка, считает, что научиться можно всему, если хочешь заработать).

Цель: научиться выражать свои мысли правильно; отвечать на вопросы кратко и лаконично; уметь правильно представиться; показать все свои достоинства – профессиональные и личностные; расширить кругозор; развить логическое мышление; обозначить связь знаний, получаемых в университете, и возможностей успешной профессиональной карьеры.

Сюжет: Проиграйте диалог между работодателем и претендентами на вакантную должность в туристско-информационный центр. Вакансия менеджера остаётся открытой. Претендент должен обладать определёнными навыками работы в данной сфере. В конце собеседования менеджер по персоналу должен принять на работу одного из претендентов, обосновать свой выбор.

### **Ролевая игра «Компетентностный подход»**

Проблема: отсутствие профессиональной компетентности в сфере туризма и гостеприимства.

Роли:

1. Администратор (молодой человек, опрятный, пытается помочь в любой ситуации, держит «марку»).

2. Администратор (девушка приятной внешности, делает всё медленно, перекладывает свою работу на плечи других).

3. Клиент (молодой человек, бизнесмен, часто бывает в командировках).

4. Клиент (певица, капризна, жалуется на сервис, в этом городе на гастролях).

Цель: научиться выражать свои мысли правильно, отвечать на вопросы кратко и лаконично, развить воображение, наблюдательность, демонстрировать профессиональную компетентность.

Сюжет: Проиграйте диалог между администратором и гостями.

Ситуации:

1. Вы приехали в гостиницу и хотели бы заказать одноместный номер, но, к сожалению, в гостинице есть только двухместные номера. Объясните администратору, что вы устали и вам срочно нужен номер.

2. Вы являетесь директором крупной компании. Объясните администратору, что завтра приедут ваши коллеги из Германии. Вам необходимо обсудить важные вопросы с ними. Уточните, есть ли подходящий офис для проведения заседания.

3. Вы живёте в гостинице 3 дня. Объясните администратору, что сегодня Вы хотели принять ванну, но горячей воды не было.

4. Вы приехали из Англии. Вы заранее забронировали номер в гостинице, но оказалось, что брони нет. Объясните администратору, что у вас нет возможности искать другую гостиницу.

Правила: Игра длится 40 минут. Преподаватель записывает ошибки коммуникации, а при анализе игры озвучивает их.

Метод «реализация себя». При использовании этого метода происходит регуляция раскрывающей человека информации, которая обеспечивает конструктивную связь. Успешная межличностная коммуникация определяется

эффективной обратной связью. Обратная связь улучшает качество работы, повышает ценность каждого отдельного сотрудника, обеспечивает последних конкретной информацией и носит не оценочный, а описательный характер. На первом этапе исследования мы затронули данную тему и выявили взаимосвязь эффективного межличностного общения с видами слушания.

Метод «защита себя» используется и актуален, когда необходимо оценить и узнать людей. В данном случае речь идёт о вербальном и невербальном общении. К вербальному общению будут относиться использование риторических механизмов в деловом общении. Для развития данных навыков помогут примеры изобразительно-выразительных средств выступления: тезисность, олицетворение, эпитет, сравнение, метафора, литота, метонимия, анафора, эпифора, риторические вопросы, прямые обращения, антитеза, ирония, инверсия, преувеличение, намёк, градация, использование форм диалога, призыв к действию, гиперболы. При невербальном общении рассматриваются следующие темы: репрезентативные системы восприятия в невербальном деловом общении, мимика, жестика, пантомимика, мимические коды эмоциональных состояний, кинесика, разновидности человеческой позы, такесика, проксемика, просодика, особенности национальных стилей деловых отношений. Для отработки навыков невербального общения необходимо анализировать выступление и фиксировать подвижность лица и его частей (губы, форма глаз, яркость глаз, положение бровей, уголки бровей, лоб); человеческую позу, признаки такесики, наличие дистанции, модуляцию речи, громкость голосового тона, тип скорости речи, окраску звучания голоса, дикцию, тип взгляда, степень открытости глаз, направление взгляда, движения глаз, положение рта.

Метод «торговаться за себя». Метод делает возможным продавать информацию о себе в обмен на информацию и действия других. Данный метод характеризуется умеренной открытостью и обратной связью, обмениваемыми в процессе коммуникации [3, с. 132]. Можно утверждать, что данный метод объединяет ранее рассмотренные методы. Ведь в процессе данного метода происходит коррекция собственного имиджа; анализ и изучение своего поведения в различных бытовых и профессиональных ситуациях; навыки презентации своих компетенций; умение адаптироваться и взаимодействовать с рынком труда, а значит – соответствовать модели специалиста исследовательского типа.

В результате проведённого исследования и написания данной статьи мы пришли к следующим выводам:

1. В настоящее время принципиальным образом расширяются диапазон и содержание требований к профессиональным качествам работника в сфере туризма. К общепринятым требованиям можно отнести следующие компетенции: умение заранее ставить проблемы на стадии зарождения; системное восприятие управляемого объекта; умение воспринимать, понимать разнообразные точки зрения; способность эффективно резюмировать при дефиците информации; психологическое самообладание; ротация в образовательном менеджменте; психологическая проницательность; способность выйти за границы формального; способность привлекать людей к деятельности с использованием нематериального стимулирования; психологическая перестройка; мотивация (готовность и заинтересованность выполнять предлагаемую работу в данной организации).





2. К методам самомаркетинга относятся следующие виды: метод «торговаться за себя», метод «реализация себя», метод «защита себя», метод «открытие себя». Метод «открытие себя» подготавливает базу для работы над созданием собственного имиджа. Решение кейсов, применение ролевых игр, ответы на вопросы при поведенческом интервью позволят развить все необходимые профессиональные качества. При использовании метода «реализация себя» происходит регуляция раскрывающей человека информации, которая обеспечивает конструктивную связь и успешную межличностную коммуникацию. Метод «защита себя» предполагает владение средствами вербального и невербального общения и используется, когда необходимо оценить и узнать людей. Метод «торговаться за себя» подразумевает анализ и изучение своего поведения в различных бытовых и профессиональных ситуациях.

3. Модель универсального специалиста представляет собой личность, обладающую универсальными компетенциями исследовательского типа в рамках образовательного менеджмента, обладающую методами самомаркетинга, способную готовить специалистов для сферы туризма и адаптироваться на рынке труда.

## Список литературы

1. Балашова Н. Ф. Самостоятельная работа как саморазвитие личности студента // Педагогические системы развития творчества в учреждениях профессионального и дополнительного образования : Мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. Гос. проф.-пед. ун-та, 2003. Ч. 2. С. 11–13.

2. Журавлева М. М., Наконечных В. Н. Самомаркетинг как неотъемлемая часть адаптации специалистов в сфере образования на рынке труда // Вестник Бурятского государственного университета: научный журнал. выпуск 7. Педагогика / под общ. ред. Е. П. Евдокимовой, Ж. В. Галсановой, Н. Н. Балдановой. Улан-Удэ : Изд-во Бурятского гос. ун-та, 2017. С. 137–150.

3. Кривокора Е. И. Деловые коммуникации : учеб. пособие. М. : ИНФРА-М, 2012. 190 с.

4. Карташова Л. В. Управление человеческими ресурсами : учебник. М. : ИНФРА-М, 2013. 235 с.

## Personal Marketing' Methods in Educational Management as a Premise for the Successful Adaptation of a Specialist and his Interaction with Labor-Market

**M. M. Zhuravleva, V. N. Nakonechnykh,**  
*Irkutsk State University, Irkutsk*

**Abstract.** *The article deals with the methods of personal marketing which help the young professionals to adapt to education system. Over the last years personal marketing in educational management and marketing becomes more popular.*

*The labor-market requires from a modern employee not only the professional competences but personal and social character traits such as initiative, cooperation, and ability to work in a team.*

*That is why it is necessary to create methods, methodological recommendations for the most effective adaptation of specialists and their interaction with the labor-market.*

**Keywords:** *educational process, competency-based approach, competencies, educational process activation, personal marketing, educational management and marketing, higher education.*

**Журавлева  
Маргарита Михайловна**

*кандидат педагогических наук,  
доцент кафедры туризма*

*Иркутский государственный уни-  
верситет*

*664003, г. Иркутск, ул. Карла  
Маркса, 1*

*тел.: +7(3952)241843  
e-mail: margo32@mail.ru*

**Наконечных  
Валентина Николаевна**

*кандидат педагогических наук,  
доцент кафедры рекламы и связей  
с общественностью*

*Иркутский государственный уни-  
верситет*

*664003, г. Иркутск, ул. Карла  
Маркса, 1*

*тел.: +7(3952)241843  
e-mail: nvn\_60@mail.ru*

**Zhuravleva  
Margarita Mikhailovna**

*Candidate of Sciences (Pedagogy),  
Associate Professor of the Tourism  
Department*

*Irkutsk State University*

*1 Karl Marx St, Irkutsk, 664003*

*tel.: +7(3952)241843  
e-mail: margo32@mail.ru*

**Nakonechnykh  
Valentina Nikolaevna**

*Candidate of Sciences (Pedagogy),  
Associate Professor of the  
Department of Advertising*

*Irkutsk State University*

*1 Karl Marx St, Irkutsk, 664003*

*tel.: +7(3952)241843  
e-mail: nvn\_60@mail.ru*