

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди
Інститут підвищення кваліфікації педагогічних працівників
і менеджменту освіти
Кафедра наукових основ управління



Теорія та практика професійної підготовки менеджерів інноваційного розвитку освіти

Харків – 2020

УДК 005.1.
Т 30

За загальною редакцією Т. М. Хлебнікової.

Рекомендовано до друку Вченою радою Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди (протокол від 12.10.2020 № 6).

Тексти доповідей друкуються в авторській редакції.

Рецензенти:

Довженко Тетяна — докторка педагогічних наук, професорка, професорка кафедри початкової і професійної освіти ХНПУ імені Г. С. Сковороди;

Єрмакова Тетяна — докторка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри педагогіки та іноземної філології Харківської державної академії дизайну і мистецтв.

Т 30 Теорія та практика професійної підготовки менеджерів інноваційного розвитку освіти: матеріали методологічного семінару / За заг. ред. Т. М. Хлебнікової. — Харків, 2020. — 75 с.

Збірник підготовлено за матеріалами науково-методологічного семінару, що розкривають теоретико-методологічні й організаційно-методичні аспекти підходи, моделі, механізми реалізації забезпечення професійної підготовки менеджерів. Навчальне видання стане в пригоді викладачам системи вищої освіти, у тому числі післядипломної, перепідготовки кадрів, дозволить їм упорядкувати й оптимізувати власну діяльність під час роботи з дорослими студентами.

Видано за рахунок авторів.

©Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди, 2020.

ЗМІСТ

Мармаза О. І. Інтеграція наукових знань як умова ефективної професійної підготовки сучасного менеджера освіти.....	4
Хлебнікова Т. М. Реалізація особистісно зорієнтованого навчання в процесі підготовки менеджерів освіти.....	19
Григораш В. В. Комунікативна компетентність менеджера.....	34
Гречаник О. Є. Веб-сайт як засіб розвитку іміджу закладу загальної середньої освіти.....	53
Темченко О. В. Практичне спрямування змісту навчальних дисциплін.....	63
Черновол-Ткаченко Р. І. Технологія оцінювання річного плану закладу загальної середньої освіти.....	70

Науковці розглядають позитивний імідж закладу освіти як додатковий ресурс управління, ресурс розвитку організації, підвищення її конкурентоспроможності, забезпечення якості освіти й освітньої діяльності.

Імідж – це враження, яке справляє суб'єкт на оточуючих людей. Одним із засобів розвитку такого враження є веб-сайт організації, у нашому випадку – веб-сайт ЗЗСО.

Сьогодні офіційний сайт організації в мережі Інтернет має бути джерелом офіційної інформації про цю організацію та її колектив. Основною функцією сайту організації, як відомо, є надання відвідувачам якнайбільше інформації про неї; повідомлення актуальної інформації для споживачів, у тому числі потенційних, послуг організації – про заплановані заходи, результати діяльності, послуги тощо. Сайт – це можливість зацікавленим відвідувачам поставити запитання працівникам організації, а також отримати кваліфіковану відповідь. Це місце публікації робіт здобувачів освіти й педагогів.

Станом на зараз не існує певного стандарту сайту освітньої організації, проте дослідниками цієї проблеми запропоновано дотримувати певних вимог, розробляючи й оформлюючи сайт, для того щоб він справляв позитивне враження на своїх користувачів і дійсно сприяв розвитку іміджу закладу освіти.

Ці **вимоги** умовно можна поділити на 4 групи:

- 1) вимоги до зовнішнього вигляду й дизайну;
- 2) вимоги до контенту, змістовного наповнення;
- 3) технічні вимоги;
- 4) вимоги до зворотного зв'язку.

Отже, докладніше розглянемо ці вимоги, недоліки й переваги, що сьогодні наявні на сайтах ЗО.

1. Вимоги до зовнішнього вигляду й дизайну.

1.1. Почнемо зі структури сайту. Її бажано прописати на аркуші паперу

таким чином, щоб кількість основних рубрик на головній сторінці була не більше 7, оскільки саме таку кількість людина комфортно сприймає. Більша кількість викликає підсвідоме відторгнення під час перегляду, небажання розбиратися, користуватися інформацією та відшукувати її. Нажаль, не випадкові приклади, коли на сайті школи з лівого боку розташований перелік рубрик, кількість яких понад 25... Коли відвідувач шукає інформацію, уже на десятій рубриці просто забуває, що саме його цікавить на цьому сайті.

1.2. Для уникнення перевантаження головної сторінки використовують так зване ієрархічне меню – дворівневе або трирівневе, але не більше рівнів, оскільки ускладнюється пошук інформації. Отже, розробники сайту мають на папері прописати всі рубрики, які задовольнятимуть інформаційні потреби користувачів цього сайту, а потім обрати таку структуру, щоб не порушувати цю вимогу. До речі, у меню другого рівня також бажано не застосовувати більше семи позицій. Проте існує виключення: може бути восьма рубрика – іноземною мовою.

1.3. Наявність основної інформації іноземними мовами – як варіанти це може бути окрема рубрика, сайт, паралельна інформація. Як правильно обрати варіант? Якщо ЗО має міцні розгалужені міжнародні зв'язки й у нього існують можливості – кадрові, матеріальні тощо – вести паралельно сайт іноземною мовою, це дуже добре. Якщо ресурси обмежені, тоді можна порадити єдину рубрику, що містить основну інформацію, наприклад, англійською мовою або мовою тієї країни, із якою цей ЗО має найбільше плідні та партнерські стосунки.

1.4. Кольорове рішення (фон і текст), зручність читання (шрифт, розмір, інтервали). Єдиних усталених чітко прописаних вимог не існує. Проте *має бути контраст фону й тексту* задля зручного читання та сприймання інформації. Небажано поєднання таких кольорів: чорний – білий; синій – червоний; зелений – фіолетовий; червоний – зелений; жовтий – рожевий (викликають швидко стомлюваність очей); не можна використовувати градієнти (кольорові схеми, коли один колір поступово переходить в інший), оскільки вони викликають

головний біль; треба використовувати не більше трьох кольорів, інакше сайт буде викликати стомлюваність у користувачів, неможливість сконцентруватись на інформації, представлений на сайті. Розмір шрифту має бути зручним для читання, не дуже дрібним. Шрифт заголовків можна збільшувати, виділяти кольором. Також необхідно робити інтервали між змістовними частинами тексту, відокремлюючи одну інформацію від іншої.

1.5. Помірне використання спецефектів. Узагалі потрібно визначити, наскільки їх доцільно використовувати, тому що вони концентрують увагу на собі, заважають засвоювати інформацію. Приклади спецефектів: зміна фотографій на головній сторінці, мерехтіння, відблиск, будь-яка анімація.

1.6. Єдність стилю для всіх рубрик – має бути єдиний підхід до оформлення рубрик, вибору кольорів, шрифтів. Як правило, ця проблема виникає, якщо адміністраторами сайту є одразу декілька осіб, які наповнюють різні рубрики. У такому випадку вони мають узгодити свої дії.

1.7. Наявність корпоративної (організаційної) символіки (колір, бренд, емблема, гасло тощо). Якщо такі атрибути існують, вони мають бути представлені на сайті, наприклад у рубриці «Наша школа» тощо.

1.8. Відсутність помилок (фактичних, орфографічних, пунктуаційних, граматичних) – ознака професіоналізму педагогічних працівників цього закладу, їхньої грамотності й культури письма. Це є орієнтиром для потенційних споживачів освітніх послуг.

1.9. Розташування інформації на екрані. Найважливішу інформацію слід розташовувати в лівому верхньому куті (*рис.*). Якщо на слайді картинка або фото, її треба розміщувати залежно від мети: що має більше змістовне навантаження – текст або фото. Саме відповідно до цього й розміщуємо фотографії або рисунки. Також бажано формувати текст по ширині; не допускати «рваних» країв тексту.

33 %	28 %
16 %	23 %

Рис. Відсоток засвоєння інформації на екрані монітору

Отже, кожний відвідувач сайту має своє особисте загальне враження від його дизайну – у кожної людини воно своє, однак спільні ознаки ми зараз визначили.

2. Вимоги до контенту, змісту сайту.

2.1. Відповідність назв рубрик їх змісту.

2.2. Наявність вичерпної інформації про керівників закладу освіти (директор, його заступники – фото, розгорнута інформація). Єдність стилю.

2.3. Наявність інформації про педагогічний колектив, її структурованість (бажано представити фото кожного працівника, розгорнуту інформацію про структурні підрозділи, до яких належать педагоги). Наприклад, інформацію про педагогів можна подати за алфавітом (фото + предмет, який викладає вчитель + додаткову інформацію про нього); так само можна згрупувати фотографії педагогів відповідно до методичних об'єднань або кафедр, до яких вони належать. Може бути спільне фото всіх працівників, але воно не повинно замінювати собою портрети педагогів із детальнішою інформацією. Стосовно фотографій слід додати, що потрібно дотримувати єдиного стилю – ділового – під час фотографування; розмір фото всіх педагогів має бути більше-менше однаковий; так само і фокус – або це портрети, або фотографії в повний зріст; обстановка, у якій фотографують учителя – або всі на фото знаходяться в приміщенні, або на природі тощо. Фото мають бути «сучасними», не дуже суттєво відрізнятися від своїх «оригіналів».

2.4. Добре, якщо на сайті існує рубрика «Персональні сторінки вчителів» (блоги, інші матеріали) – цю рубрику можна поступово наповнювати за рахунок учасників конкурсу «Вчитель року», стосовно яких наявність блогу або персонального сайту є вимогою.

2.5. Персональні сторінки структурних підрозділів – психологічної служби, кафедр, методичних об'єднань, творчих груп учителів тощо. На цих сторінках інформацію структурують залежно від категорій користувачів, яким вона призначена: педагоги, батьки, здобувачі освіти. Також можна подати інформацію, цікаву або корисну для всіх категорій учасників освітнього процесу.

2.6. Основна документація, або «Інформаційна відкритість і прозорість закладу освіти» – відповідно до ст. 30 ЗУ «Про освіту». У цій рубриці необхідно розмістити документи й інформацію, зазначені в цій статті Закону, а саме: ліцензію, сертифікати про акредитацію, Статут, освітню програму (або декілька освітніх програм), програму розвитку закладу освіти, Правила приймання до закладу освіти, Правила внутрішнього розпорядку (Етичний кодекс), електронний розклад уроків, розклад роботи гуртків, різноманітні положення тощо).

2.7. Публічна інформація – за її допомогою в цій рубриці ми доводимо до відома наших споживачів інформацію про основні управлінські рішення, зміни в організації (основні рішення педрад, витяги з наказів, протоколів тощо, новини, анонси основних подій, вітання зі святами тощо).

2.8. Досягнення закладу освіти (як власне закладу, так й учнів і педагогів) – результативність участі в конкурсах (олімпіадах, інших заходах), нагороди, премії, відзнаки тощо. Зазначаємо перемоги, вітаємо з подіями в професійному й особистому житті тощо.

2.9. Безпека життєдіяльності – зазначаємо прізвище відповідальної особи, текстові та графічні матеріали з техніки безпеки, плани евакуації, план заходів тощо, П.І.Б. охоронця та його фото.

2.10. Партнери – даємо список партнерів, посилання, спільні заходи, угоди з іншими ЗО й організаціями.

2.11. Наші випускники – інформація про випускників, які досягли соціально-значущих результатів, їх фото, розповіді про них, їхні спогади про шкільні роки

2.12. Наявність фотоматеріалів та відеозвітів. Зазначимо, що розміщувати фотографії учнів можна тільки за письмової згоди обох батьків або осіб, які їх замінюють.

2.13. Актуальність, своєчасність інформації – необхідно регулярно та своєчасно подавати інформацію, не порушуючи терміни її надання споживачам та відвідувачам сайту.

3. Технічні характеристики.

3.1. Якість навігації – наскільки легко та зручно пересуватися сайтом.

3.2. Швидкість завантаження сторінок.

3.3. Простота використання посилань і матеріалів, розміщених на сайті: завантажити, переглянути, знайти тощо.

3.4. Частота оновлення матеріалів – наскільки своєчасно оновлюється інформація, відсутність посилань на документи, що втратили чинність.

3.5. Збалансованість текстового та графічного матеріалу: текст, таблиці, фото.

3.6. Якість графічного матеріалу: якість фото і відеоматеріалів.

3.7. Доступність до сайту з усіх браузерів.

3.8. Наявність на сайті пошукової системи – бажано мати для зручності користування сайтом.

3.9. Підрахунок відвідувачів, визначення найбільше затребуваної інформації – цю функцію доцільно передбачити, якщо дійсно така інформація буде використана для прийняття управлінських рішень.

4. Зворотній зв'язок.

4.1. Інформація про фізичне розташування закладу освіти (індекс, адреса, телефон). Усі ці реквізити обов'язкові для листування, доступності ЗО.

4.2. Наявність номерів телефонів – слід зазначити відповідальних осіб, якщо номерів декілька.

4.3. Наявність форми для зворотного зв'язку (наявність, зрозумілість заповнення).

4.4. Зазначення адреси поштової скриньки для електронного листування.

4.5. Схема проїзду – карта, маршрут – якщо заклад розташований всередині мікрорайону, наприклад.

4.6. Відповіді на запити відвідувачів сайту – має бути швидке реагування, точна інформація.

4.7. Корисні посилання – на сайти ВР, МОНУ, Департаменту освіти і науки області, міста, управління освіти району тощо, громадських організацій, професійних об'єднань тощо.

Отже, сайт закладу освіти є засобом розвитку його іміджу, того образу, враження, що справляє суб'єкт на оточуючих людей. Створення сайту слід розпочинати з ретельного обмірковування концепції та складання його структури. І вже на підставі цієї інформації слід добирати необхідні матеріали. Досить важливо подати всю інформацію зручно та зрозуміло, щоб про те, що знаєте ви, дізнався й ваш відвідувач. Загальна структура, зміст, дизайн і технологічне забезпечення сайту суттєво залежать від цілей його створення.

Основне завдання сайту — надати максимальний обсяг інформації, яку може сприйняти середній користувач за мінімальних зусиль із його боку.

Під час відбору інформації необхідно її структурувати, виділяти головне. Визначити якість веб-сайту ЗО можна за допомогою протоколу, розробленого кафедрою наукових основ управління ХНПУ імені Г. С. Сковороди (додаток).

Література

1. Пулина Т. Г. Проектирование и размещение в сети Интернет административных сайтов образовательных учреждений : Учеб.-метод. пособие. URL: http://club-edu.tambov.ru/methodic/2007/ppsite/project/glava1_1.html (дата звертання: 24.09.2020).

2. Стеценко Г. В. Інформаційні освітні веб-ресурси. URL: <http://galanet.at.ua/publ/5-1-0-11> (дата звертання: 15.09.2020).

Додаток

Фактори та критерії оцінювання веб-сайту закладу освіти

Фактори оцінювання веб-сайту	Критерії оцінювання веб-сайту	Оцінка в балах (1–5)
1. Зовнішній вигляд і дизайн	1. Загальне враження	
	2. Кількість основних рубрик не більше 7	
	3. Структурованість матеріалу не більше 3-х рівнів	
	4. Наявність основної інформації іноземними мовами (окрема рубрика, сайт, паралельна інформація)	
	5. Кольорове рішення (фон і текст), зручність читання (шрифт, розмір, інтервали)	
	6. Помірне використання спецефектів	
	7. Єдність стилю для всіх рубрик	
	8. Наявність корпоративної (організаційної) символіки (колір, бренд, емблема, гасло тощо)	
	9. Відсутність помилок (фактичних, орфографічних, пунктуаційних, граматичних)	
УСЬОГО (максимальна й фактична кількість балів)		45/
2. Технічні характеристики	1. Якість навігації	
	2. Швидкість завантаження сторінок	
	3. Простота використання	
	4. Частота оновлення матеріалів	
	5. Збалансованість текстового та графічного матеріалу	
	6. Якість графічного матеріалу	
	7. Доступність до сайту з усіх браузерів	
	8. Наявність на сайті пошукової системи	
УСЬОГО (максимальна й фактична кількість балів)		40/
3. Контент (змістові характеристики)	1. Відповідність назв рубрик їх змісту	
	2. Наявність вичерпної інформації про керівників закладу освіти (директор, його	

	заступники – фото, розгорнута інформація)	
	3. Наявність інформації про педагогічний колектив, її структурованість (фото, розгорнута інформація)	
	4. Персональні сторінки (блоги, інші матеріали) педагогів	
	5. Персональні сторінки структурних підрозділів (психологічної служби, кафедр, МО, творчих груп тощо)	
	6. Основна документація (ліцензія, сертифікати про акредитацію, Статут, освітньо-професійна програма, програма розвитку, Правила приймання до ЗО, Правила внутрішнього розпорядку (Етичний кодекс), електронний розклад уроків, розклад роботи гуртків тощо)	
	7. Публічна інформація (основні рішення педрад, Ради ЗО, новини, анонси основних подій тощо)	
	8. Досягнення ЗО (учнів і педагогів – результативність, нагороди, премії, відзнаки тощо)	
	9. Безпека життєдіяльності (відповідальний, текстові та графічні матеріали, плани евакуації, план заходів тощо)	
	10. Партнери (список, посилання, спільні заходи, угоди з іншими ЗО й організаціями)	
	11. Інформація про випускників, які досягли соціально-значущих результатів	
	12. Наявність фотоматеріалів та відеозвітів	
	13. Актуальність, своєчасність інформації	
УСЬОГО (максимальна й фактична кількість балів)		65/
4. Зворотний зв'язок	1. Інформація про фізичне розташування закладу освіти (індекс, адреса, телефон)	
	2. Наявність номерів телефонів із зазначенням відповідальних осіб	
	3. Наявність форми для зворотного зв'язку	
	4. Зазначення адреси поштової скриньки	

	для електронного листування	
	5. Форма для зворотного зв'язку (наявність, зрозумілість заповнення)	
	6. Схема проїзду (карта, маршрут)	
	7. Відповіді на запити відвідувачів сайту, швидке реагування	
	8. Корисні посилання	
УСЬОГО		40/
УСЬОГО		190/

Оцінку виставляють за кожним критерієм у балах у межах від 1 до 5 таким чином:

- 1 бал – незадовільно;
- 2 бали – майже незадовільно;
- 3 бали – задовільно;
- 4 бали – добре;
- 5 балів – відмінно.

Максимальна кількість балів – 190.

Фактична (отримана) кількість балів – _____ балів.

Відповідно до отриманої кількості балів визначають рівень веб-сайту (PBC) організації, а саме:

- $0 < PBC \leq 65$ – рівень недопустимий,
- $66 < PBC \leq 113$ – рівень низький,
- $114 < PBC \leq 141$ – рівень середній,
- $142 < PBC \leq 170$ – рівень високий,
- $171 < PBC \leq 190$ – рівень оптимальний.