

ОРИЕНТИРЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КАЗУМОИМЯ ИМ. АБЫЛАЙ ХАНА

*Кунанбаева С.С.¹, д.фил.н., профессор, академик НАН РК, ректор
КазУМОиМЯ им.Абылай хана, Алматы, Казахстан,
e-mail: kazumo@ablai Khan.kz

Аннотация. Статья раскрывает методику развития и управления инновационных процессов в вузе и осуществляется преимущественно посредством целенаправленного внесения в деятельность вуза качественно новых элементов, свойств и характеристик. В связи с этим актуальным становится использование современных методик преподавания, обеспечения взаимосвязи и преемственности при изучении дисциплин, междисциплинарных связей, выстраивания процесса обучения и воспитания студентов в соответствии с моделью специалиста, использования единых методик текущего и итогового контроля, балльно-рейтинговой системы.

Инновационное развитие КазУМОиМЯ – это объективно обусловленный, целенаправленный и необратимый, разворачивающийся во времени процесс перехода вуза из одного состояния в другое. Осуществляется данный процесс преимущественно посредством целенаправленного внесения в деятельность вуза качественно новых элементов, свойств и характеристик. Основные приоритеты стратегического развития вуза могут заключаться в его развитии как высшего учебного заведения инновационного адаптированного типа, деятельность которого ориентирована на опережающие научные исследования, их определяющее влияние на содержание учебного процесса и инновационный подход к обеспечению устойчивого развития вуза, на активную деятельность вуза на казахстанском и международном рынках образовательных услуг и научной продукции и т. д.

Ключевые слова: механизм управления, инновация, бизнес-процессы, образовательные программы, стратегические цели.

Введение и основные положения

В последнее десятилетие университет провел большую работу по совершенствованию механизмов управления инновационными процессами вуза.

Эффективное управление инновационными процессами вуза зависит от уровня адаптационного потенциала учреждений высшего профессионального образования, их способности реагировать на изменения внешней среды. Существующие сегодня тенденции и перспективы развития инновационных процессов в КазУМОиМЯ свидетельствуют о наличии управленческих проблем, которые охватывают, как управляемую, так и управляющую подсистему управления инновационными процессами. Поэтому руководство вузов должно уделить особое внимание внедрению адекватных способов управления инновационными процессами, в частности программно-целевого и проектного методов [1].

Результаты проведенной диагностики позволили обозначить перспективное поле в системе управления инновационными процессами вуза

с учетом таких факторов, как значимость, динамика и разрешающая способность проблемы (рис.1).

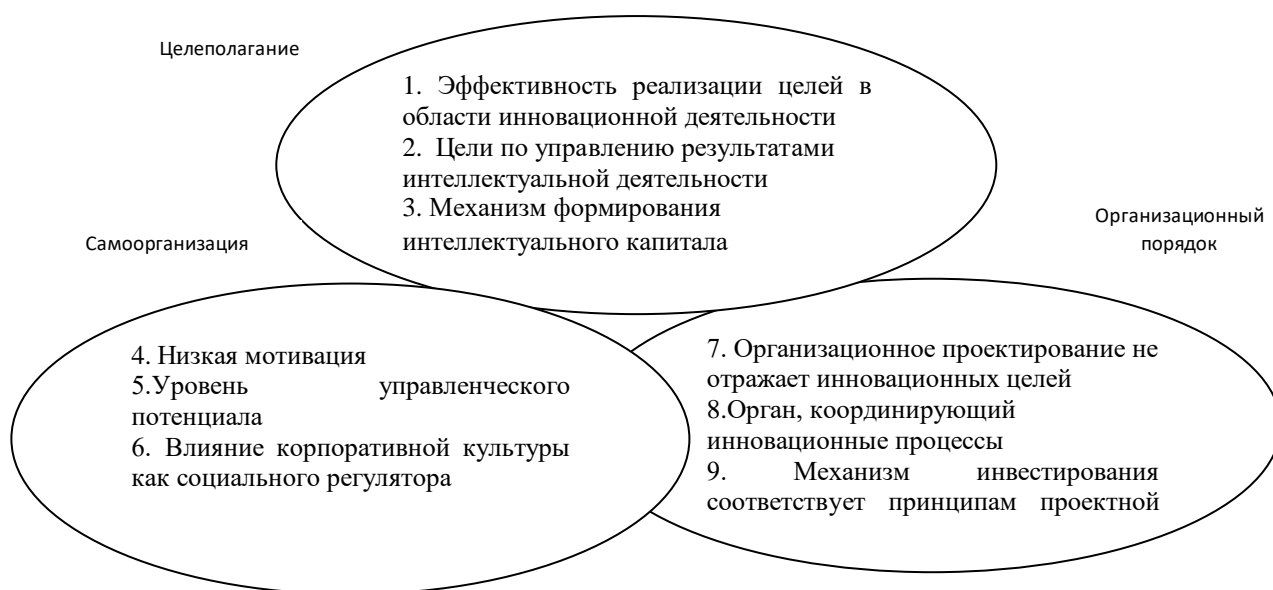


Рис. 1. Перспективное поле в системе управления инновационными процессами

Предложенная методика является универсальной, благодаря чему она может быть использована в практике управления КазУМОиМЯ имени Абылай хана.

Методика перехода к проектному управлению инновационными процессами в вузе (рис. 8), представляет собой процесс преобразования исходных диагностических данных в конечный результат, выраженный итогами инновационной деятельности и преобразованной системой управления.

Предложенная методика включает выявление направлений совершенствования элементов механизма управления инновационными процессами вуза, разработку комплекса мероприятий в рамках каждого направления, внедрение механизма проектного управления. Данный комплекс мероприятий позволяет обеспечить целевое состояние системы, удовлетворяющее ожиданиям учредителей и менеджмента вуза, клиентов и персонала, которое определяется уровнем готовности вуза к внедрению проектного управления. Важнейшая особенность методики состоит в том, что предлагаемый комплекс мероприятий обеспечивает возможность постепенной адаптации к изменениям в механизме управления.

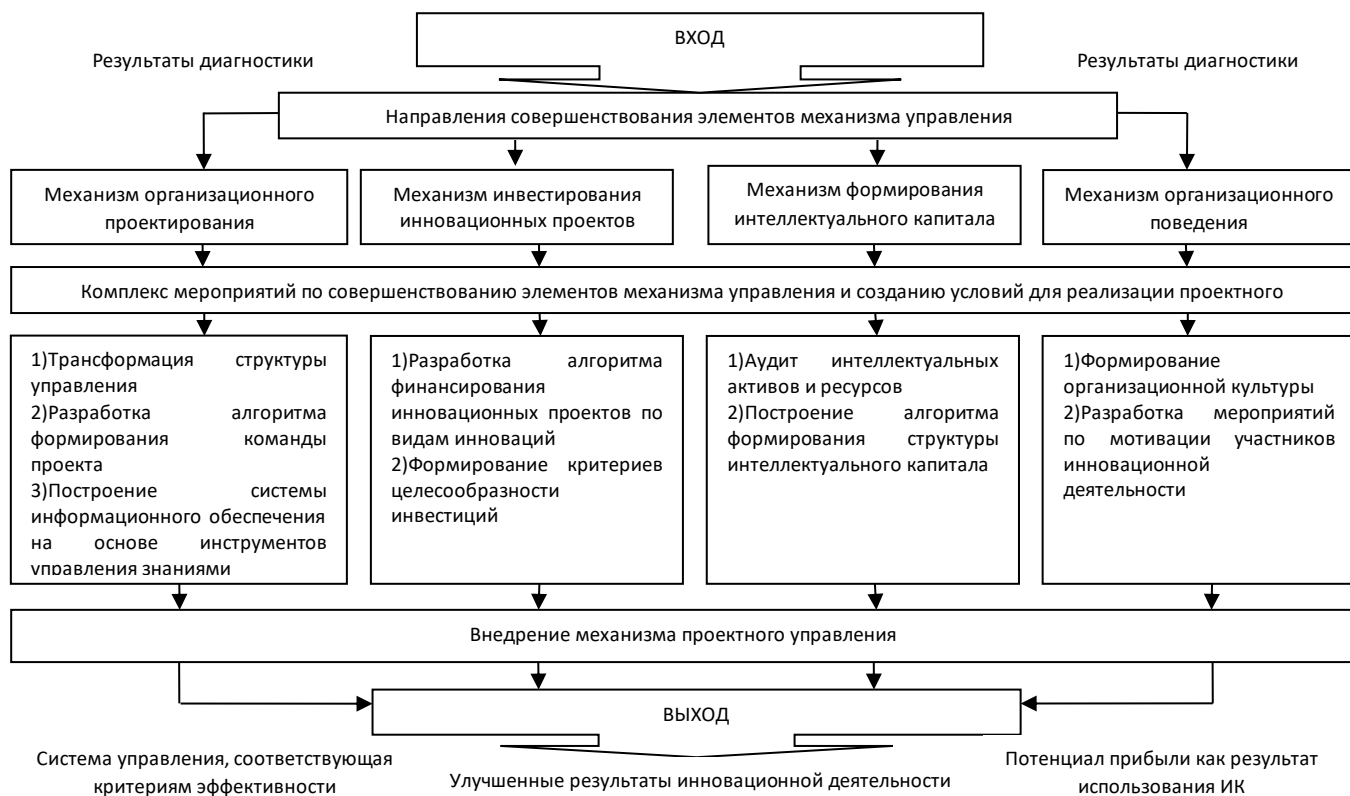


Рис.2. Методика перехода к проектному управлению инновационными процессами в вузе

Система критериев и показателей позволяет комплексно оценить эффективность управления инновационными процессами в вузе, что достигается за счет трех выделенных групп критериев: общесистемные критерии, критерии улучшения, специализированные критерии, в соответствии с которыми формируются комплексные показатели оценки эффективности механизма управления, социально-экономической эффективности и эффективности инновационных проектов. Эффективность механизма управления оценивается через комплексный показатель \mathcal{E}_y , состоящий из частных измерителей эффективности целеполагания, организационного порядка и самоорганизации [2].



Рис.3.Методика оценки эффективности управления инновационными процессами в вузе

Социально-экономическая эффективность измеряется с использованием комплексного показателя Э., представляющего собой функциональную зависимость от уровня инновационного потенциала, позволяющего оценить влияние инновационных процессов на качество научно-педагогического персонала, результаты интеллектуальной деятельности, конкурентоспособность вуза и его выпускников. Функциональная зависимость социально-экономической эффективности от уровня инновационного потенциала оценивается с использованием коэффициента Фехнера.

Эффективность инновационных проектов определяется комплексным показателем Э., оценивающим организационно-психологическую, целевую, функциональную и финансовую эффективность проекта.

Следует использовать комплексный подход к диагностике механизма управления инновационными процессами КазУМОиМЯ, что позволит осуществить оценку эффективности всех элементов механизма управления и построить дерево проблем, охватывающих разные уровни управления. Переход к проектному управлению должен осуществляться на основе концептуальных положений модели проектного управления инновационными процессами вуза с учетом диагностических данных механизма управления КазУМОиМЯ.

Внедрение комплексной методики управления инновационными процессами вуза позволит повысить коммерческую эффективность результатов интеллектуальной деятельности вузов за счет использования проектного метода управления и усилить инновационный потенциал учреждений высшего профессионального образования посредством программно-целевого метода, позволяющего определить перспективы развития, обеспечить преемственность результатов инновационных проектов и способствующего формированию инновационной инфраструктуры вуза. Оценка эффективности управления инновационными процессами вуза целесообразно осуществлять комплексно по трем группам критериев (общесистемные, улучшения, специализированные), позволяющих оценить эффективность элементов механизма управления, эффективность инновационных проектов и социально-экономическую эффективность [3].

Организация подготовки студентов по специальности как организация бизнес-процесса позволяет оптимизировать учебный план:

- по критерию качества за счет более полного соблюдения принципа преемственности, устранения дублирования, учета и согласования интересов всех субъектов бизнес-процесса;

- по критерию затрат за счет обоснования норм учебной нагрузки преподавателей; установления нижней границы численности учебных групп (есть смысл установить и верхнюю границу, т. к. в противном случае,

добиваясь оптимизации по критерию затрат, можно негативно повлиять на качество обучения); возможности объединения лекционных потоков;

Повысить качество обучения студентов за счет перехода от «директивной» к «интерактивной» модели обучения, использования современных методик преподавания, обеспечения взаимосвязи и преемственности при изучении дисциплин, междисциплинарных связей, выстраивания процесса обучения и воспитания студентов в соответствии с моделью специалиста, использования единых методик текущего и итогового контроля, балльно-рейтинговой системы. Фактически, при реализации отдельного образовательного бизнес-процесса преподаватели различных факультетов и кафедр начинают работать как единая команда, объединенная общими целями и задачами и несущая коллективную ответственность за конечный результат, что принципиально отличается от сложившейся в вузах практики реализации образовательного процесса;

Создать систему мотивации персонала, формирующую заинтересованность в обеспечении высокого качества обучения, разработке новых программ для привлечения новых категорий учащихся.

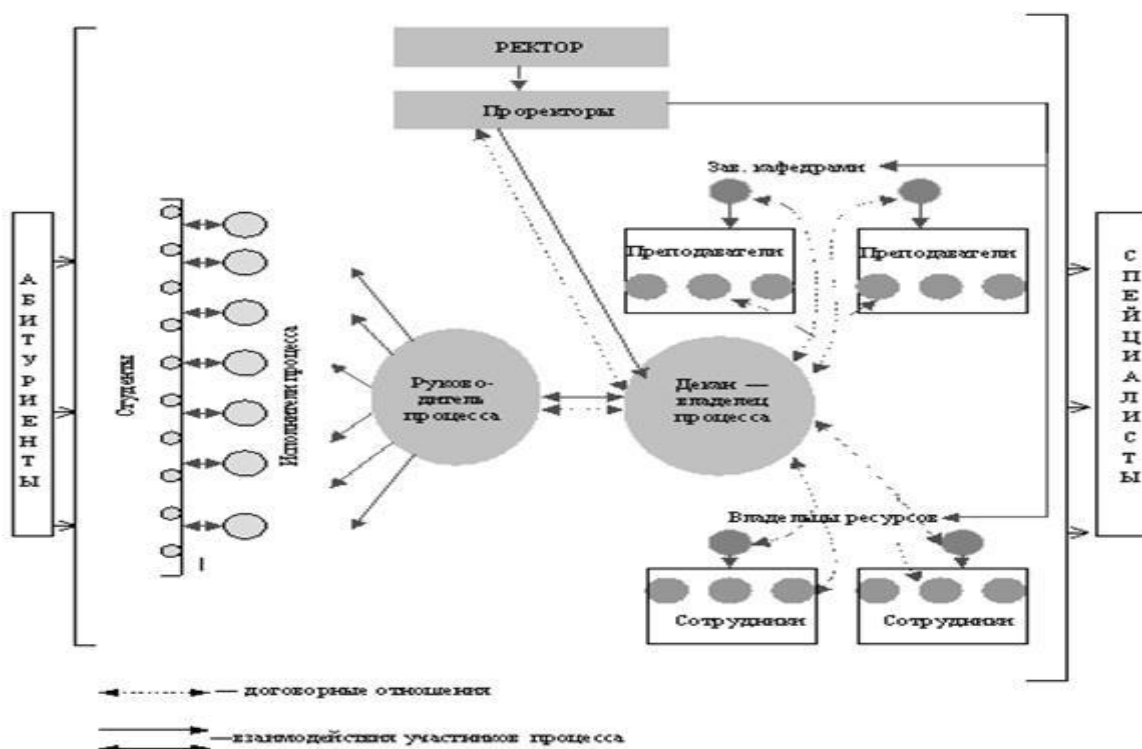


Рис.4. Модель образовательного бизнес-процесса

Разработка и реализация образовательных бизнес-процессов в условиях организационной децентрализации вуза предполагают наделение кафедр более широкими полномочиями. При этом отчасти исчезает различие между выпускающими и обеспечивающими кафедрами, т. к. все кафедры имеют возможность участвовать не только в осуществлении, но и в разработке бизнес-процессов, а главное, преподаватели всех кафедр заинтересованы в увеличении числа студентов и повышении качества обучения в «своих»

бизнес-процессах и несут материальную ответственность за качество и эффективность деятельности при их реализации. Последнее обеспечивается соответствующей системой управления бизнес-процессом.

Инновационный продукт образовательных услуг

Здесь важно определить, что же такое собственно образовательные услуги. Что предлагает вуз на рынке? Среди услуг, которые может получить студент, поступивший в вуз, можно перечислить, например:

- передачу знаний в ходе лекций, закрепление навыков в ходе семинарских, практических и лабораторных занятий;
- организацию самого процесса обучения. Это с одной стороны организация его содержания (преподавание дисциплин в определенной последовательности, чередование лекционных и практических занятий), а с другой организация различных форм обучения (расписание занятий, экзаменов, консультаций и других форм учебной работы), кроме этого возможность пользоваться библиотечным фондом, компьютерными классами и учебными аудиториями;
- возможность попробовать себя в научно-исследовательской работе в виде различных научных обществ, кружков, конференций;
- возможность участия в международных студенческих обменах, зарубежных стажировках и т.п.;
- организацию практики в компаниях и организациях под руководством представителей этих организаций и самого вуза;
- приглашение зарубежных и отечественных специалистов, практиков для выступления с гостевыми лекциями;
- возможность освоить рабочие профессии и получить различные квалификационные документы [5].

Этот список можно продолжить, причем для некоторых вузов он будет намного длиннее, а для каких-то значительно короче. Этот список может также включать услуги, сопутствующие образовательным: предоставление проживания в общежитиях вуза, консультации студентов по трудоустройству и проведение ярмарок карьеры, визовая поддержка студентам, уезжающим для обучения за рубеж, культурные программы для студентов и преподавателей из зарубежных вузов-партнеров, организация летнего отдыха и досуга и т.д.

Помимо перечисленных услуг вуз предлагает на рынке и товары:

- учебники и учебные пособия, подготовленные преподавателями вуза;
- монографии, сборники статей;
- журналы и другие периодические издания;

Эти товары вуз предлагает как студентам, так и другим группам потребителей: потенциальным студентам и их родителям, бизнес-сообществу, СМИ, государственным агентствам, предприятиям и компаниям. На них рассчитаны и такие услуги вуза, как проведение в вузе презентаций различных компаний, выполнение исследовательских проектов по заказу компаний, организация бизнес семинаров, курсов профессиональной переподготовки и повышения квалификации.

В Европейских странах в последнее десятилетие получили распространение так называемые бизнес- или научные парки. Это организуемые с участием местных властей на базе университетов оснащенные необходимым оборудованием помещения, которые сдаются начинающим компаниям. Университеты при этом обеспечивают этим компаниям доступ к своим информационным ресурсам, средствам связи, предоставляют секретарские услуги, позволяют использовать профессорско-преподавательский состав и студентов. Эти услуги нельзя отнести к образовательным, однако они обеспечивают вузам дополнительный доход, который используется для развития и повышения качества образовательных услуг. Это также дает дополнительный заработок преподавателям и студентам. Некоторые университеты, являющиеся крупными землевладельцами, могут также сдавать свои земли в аренду компаниям, тем самым обеспечивая весомые поступления в свой бюджет.

Результаты и обсуждение

Таким образом, продукт вуза, который мы привычно называем образовательными услугами, на самом деле представляет собой комплекс различных товаров и услуг, включающий несколько элементов:

- Собственно образовательные услуги;
- Сопутствующие услуги:
 - Услуги гостеприимства, туризма и конференц-туризма;
 - Консалтинговые услуги;
 - Организационно-управленческие услуги
 - Рекрутинговые услуги
- Товары, сопровождающие и обеспечивающие процесс обучения

Часть сопутствующих услуг напрямую связана с учебным процессом, они обеспечивают или поддерживают и дополняют образовательные услуги. Другие услуги связаны с образовательным процессом не напрямую, а косвенно. Например, исследовательские проекты, выполняемые преподавателями и студентами вуза по заказам компаний и организаций, позволяют исполнителям приобрести дополнительные знания и навыки, а также опыт, необходимый в их профессиональной деятельности, таким образом подкрепляют и дополняют образование. Даже те услуги, которые напрямую не связаны с процессом обучения, обеспечивают вузу дополнительный доход, который может использоваться для улучшения материальной базы вуза и повышения качества оказываемых образовательных услуг.

Некоторые вузы сами через подчиненные им структуры (общешития, комплексы общественного питания, дома культуры и конгресс центры) оказывают эти сопутствующие услуги, наряду с образовательными. Другие вузы используют аутсорсинг, т.е. приобретают сопутствующие услуги у других специализированных организаций. В европейских странах, например, жилье студентам представляют отдельные организации, принадлежащие

частным лицам или студенческим союзам. Питание во многих университетских кампусах обеспечивают также специализированные организации.

Собственно, образовательные услуги также представляют собой сложный комплексный продукт. В них входит и элемент товара (учебники и учебные пособия, производимые вузом, различные учебные фонды и оборудование, предоставляемое вузом в пользование студентам), и элемент услуги. Чтобы понять и правильно определить тот продукт, с которым вуз выходит на рынок, важно посмотреть на то, зачем приходит студент или слушатель в вуз. Его целью является получение определенного комплекса знаний и навыков, который позволит студенту повысить или изменить его образовательный уровень или профессиональную квалификацию. Некоторые исследователи считают продуктом вуза именно этот прирост знаний или квалификации, полученный студентом в результате потребления образовательных услуг вуза. Однако все мы знаем, что при потреблении того же набора услуг, часть студентов имеет этот прирост, а другая часть нет. Получаемый в результате обучения прирост или изменение образования и квалификации зависит не только от услуг вуза, но и от вклада самого студента, от его мотивации, усердия, предшествующей подготовки и т.п.

Поэтому получаемый в результате образования прирост или изменение квалификации нельзя считать продуктом вуза, равно как и выпускников вуза нельзя считать такими продуктами. Продуктом вуза являются его образовательные программы. Образовательная программа — это комплекс образовательных и сопутствующих продуктов и услуг, нацеленный на изменение образовательного уровня и/или профессиональной подготовки потребителя и обеспеченный соответствующими ресурсами образовательной организации. Данное определение основного продукта вуза позволяет классифицировать его по уровню предлагаемого образования (программы бакалавра, дипломированного специалиста, магистра, дополнительного и профессионального образования), профилю (программы по финансам, маркетингу, бухучету и аудиту), форме обучения (дневная, вечерняя, очно-заочная), по используемым методам обучения (сэндвич-курсы, проблемное обучение, обучение по месту работы), а также по наличию дополнительных компонентов, когда для достижения поставленных целей не достаточно лишь ресурсов одного вуза (международные программы, корпоративные программы). Выбирая тот или иной вуз, студент по сути выбирает его образовательную программу. Прирост образования или квалификации, который студент надеется получить в результате ее освоения, является мерой качества образовательной программы, поэтому программы определенных вузов пользуются большей популярностью у потребителей, чем другие программы, даже если в результате выдается сертификат или диплом стандартного образца.

Образовательная программа и есть тот продукт, с которым вуз выходит на рынок. Точнее, на рынки. Ведь свои образовательные программы вуз предлагает как их непосредственным потребителям — студентам и

слушателям, так и опосредованно, через своих выпускников, рынку труда и государственным органам. Таким образом, к потребителям образовательных услуг вуза можно отнести с одной стороны студентов/слушателей, а с другой компании и организации. Именно их потребности стремится удовлетворить вуз [4].

Еще одним важным заказчиком и покупателем образовательных программ является общество, чаще всего представленное государственными органами, устанавливающее свои требования и стандарты, ориентированные не только на подготовку профессиональной рабочей силы нужной квалификации, но и на удовлетворение потребности личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии. Именно государство призвано контролировать ориентацию вузов на потребности рынка. Узко рыночная ориентация вузов может быть опасной и привести с одной стороны к перепроизводству некоторых специалистов, спрос на которые обусловлен конъюнктурой рынка; а с другой стороны к сокращению или отказу от подготовки инженеров, врачей и других специалистов, необходимых обществу, но не востребованных рынком на определенных этапах его развития. Регулируют спрос на специалистов государственные органы с помощью образовательных стандартов и государственного заказа. Помимо потребителей для вуза важны и другие целевые аудитории, влияющие на цели и сам процесс образования. Покупателями образовательных программ могут быть родители, оплачивающие обучение своих детей, компании и организации, направляющие своих сотрудников на обучение. Кроме них целевыми аудиториями вуза являются абитуриенты, СМИ, преподаватели и поставщики (издательства, производители учебной мебели, канцелярских товаров и пр.). Все эти целевые аудитории имеют собственные потребности и ожидания относительно образовательных программ вуза. Таким образом, образовательные услуги являются комплексом, содержащим как услуги, так и товары, объединенные в образовательные программы. Сложность маркетинга образовательных программ состоит в необходимости одновременного учета этих порой противоречивых потребностей и ожиданий целевых аудиторий.

Как и при разработке любой бизнес-стратегии стратегические цели вуза в международной деятельности связаны с корпоративным видением и миссией вуза. Корпоративное видение можно еще назвать корпоративной мечтой, это тот идеал, к которому стремится организация. Он должен быть сформулирован достаточно амбициозно, ведь это мечта, которую хочется достичь.

Процесс разработки стратегии можно с учетом всего вышесказанного представить следующим образом:



Рис. 5. Стимулы и движущие силы стратегии вуза

Миссия — более конкретная и реальная задача вуза на рынке образовательных услуг. В ней должны найти отражение основные ценности вуза, его главные продукты и целевые рынки. Формулировка миссии очень важна, поскольку именно по ней определяется степень достижения вузом своих целей.

Различают следующие виды миссии: стратегическое видение, миссия-предназначение, миссия-ориентация, миссия-политика, бизнес-идея. Стратегическое видение говорит о перспективных видах деятельности организации и ее долгосрочном курсе. Миссия-предназначение указывает на сущность и назначение организации. На практике, как правило, для сложных систем используются миссии смешанного полимодального типа. Однако, в любом случае в миссии даются ответы на следующие вопросы:

- Кто мы? Чем мы занимаемся? Для кого мы осуществляем свою деятельность? Как мы работаем? (миссия-предназначение);
- Что лежит в основе нашей деятельности? (миссия-ориентация);
- Какие акценты, приоритеты мы расставляем по различным направлениям деятельности? (миссия-политика);
- Какими мы видим себя в будущем? (стратегическое видение).

Как следует из вышеизложенного, миссия каждой из организаций носит сугубо индивидуальный характер.

Миссия Казахского университета международных отношений и мировых языков им. Абылай хана – инновационный университет, адаптивный к требованиям внешней среды, функционирующий и интенсивно развивающийся академический комплекс коллективного новаторства, действующий в конкурентной среде отечественных и зарубежных основных профильных рынков.

Основными видами деятельности КазУМОиМЯ им. Абылай хана являются научная и образовательная деятельность на основе инновационных технологий и принципов управления.

Инновационный университет обеспечивает подготовку новой генерации иноязычных профессионалов, способных комплексно сочетать исследовательскую, проектную и предпринимательскую деятельность.

КазУМОиМЯ им. Абылай хана осуществляет свою деятельность в интересах повышения образовательного и интеллектуального потенциала населения Республики Казахстан, развития «инновационной способности нации» как ведущих факторов перехода к эффективной экономике, основанной на «знаниях», обеспечения устойчивого экономического роста и формирования гражданского общества.

Казахский университет международных отношений и мировых языков имени Абылай хана – элитный вуз мирового уровня, являющийся лидером и методическим центром инновационного развития системы иноязычного образования, обладающий эффективной системой стратегического менеджмента, готовящий высокообразованных, конкурентоспособных, интеллектуальных профессионалов в соответствии с международными образовательными стандартами для преобразований в экономике, основанной на знаниях. [5]

Стратегическими направлениями деятельности инновационного университета, определяющими его долгосрочный курс, являются:

СН-1. Организация системного управления деятельностью ВУЗа по реализации инновационной ориентированности университета, согласно модели инновационной ориентированности ВУЗа;

СН-2. Обеспечение интегрированности (единства) профессионального образования в учебной, научной, инновационной деятельности.

СН-3. Разработка и внедрение инновационно целедетерминированной Программы стратегического и тактического управления образовательным процессом, обеспечивающего в условиях открытого информационного доступа:

- стимулирование генерации новых знаний, и формирование компетенций;

- гарантирование конкурентоспособности выпускника на рынке труда.

СН-4. Интеграция в мировое образовательное пространство. Ориентация на международную и отечественную конкуренцию в профессиональной подготовке специалистов.

СН-5. Создание и развитие научно и экспериментально обоснованной системы обеспечения и гарантии качества образования.

СН-6. Формирование современного инновационно-ориентированного профессорско-преподавательского кадрового потенциала по модели преподаватель-исследователь-прикладник.

СН-7. Стратегически-детерминированный пересмотр структуры, организации, оценки эффективности НИР

СН-8. Основание системы социально- воспитательной деятельности, эффективной для формирования активной, образованной, нравственно и физически здоровой, социально-ответственной, всесторонне развитой личности специалиста, востребованного на рынке труда

СН-9. Укрепление и оснащение современной материально-технической базы, которая обеспечивает потребности научно-образовательного процесса и выполнение разработок инновационного характера

Заключение

Таким образом, инновационная модель развития университета диктует необходимость глубокой интеграции научной, образовательной и инновационной деятельности, разработки и внедрения механизмов, повышающих реальную конкурентоспособность КазУМОиМЯ за счет повышения качества всех видов его деятельности. Главная задача инновационного университета - качественная подготовка инновационно-ориентированных специалистов на основе единого процесса получения, распространения и применения новых знаний. Такая подготовка специалистов для инновационной экономики требует формирования инновационной среды вуза, а также соответствующей квалификации и культуры преподавателей.

В контексте вышесказанного стратегия инновационного развития КазУМОиМЯ имени Абылай хана должна затронуть все направления его деятельности. Иными словами, базовые принципы стратегического плана с целью перехода вуза в статус инновационного университета, проецируются на основные направления его деятельности, которыми являются: образовательная деятельность; воспитательная работа с обучающимися; научная деятельность; международная деятельность; деятельность в области информатизации; экономико-финансовая деятельность; развитие материально-технической базы университета.

Инновационное развитие КазУМОиМЯ – это объективно обусловленный, целенаправленный и необратимый, разворачивающийся во времени процесс перехода вуза из одного состояния в другое. Осуществляется данный процесс преимущественно посредством целенаправленного внесения в деятельность вуза качественно новых элементов, свойств и характеристик. Основные приоритеты стратегического развития вуза могут заключаться в его развитии как высшего учебного заведения инновационного адаптированного типа, деятельность которого ориентирована на опережающие научные исследования, их определяющее влияние на содержание учебного процесса и инновационный подход к обеспечению устойчивого развития вуза, на активную деятельность вуза на казахстанском и международном рынках образовательных услуг и научной продукции и т. д.

ЛИТЕРАТУРА

[1] Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана. - 1 сентября 2020 г. Режим доступа: https://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president [Дата обращения 20.09.2021]

[2] Закон РК Об образовании (с изменениями и дополнениями по состоянию на 28.08.2021 г. Режим доступа: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30118747#pos=3;-106 [Дата обращения 20.09.2021]

[3] Стратегия «Казахстан-2050». Режим доступа: https://www.akorda.kz/ru/official_documents/strategies_and_programs [Дата обращения 23.09.2021]

[4] Кунанбаева С.С. Стратегические ориентиры высшего иноязычного образования. Монография. - Алматы: Изд.Полилингва, 2015. – 123 с.

REFERENCES

- [1] Poslaniye Glavy gosudarstva Kassym-Zhomarta Tokayeva narodu Kazakhstanana (Message from the Head of State Kassym-Zhomart Tokayev). - 1 sentyabrya 2020 g. Rezhim dostupa: https://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president [Data obrashcheniya 20.09.2021] [in Rus.]
- [2] Zakon RK Ob obrazovanii (The Law of the Republic of Kazakhstan) (s izmeneniyami i dopolneniyami po sostoyaniyu na 28.08.2021 g. Rezhim dostupa: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30118747#pos=3;-106 [Data obrashcheniya 20.09.2021] [in Rus.]
- [3] Strategiya «Kazakhstan-2050» (Strategy "Kazakhstan-2050"). Rezhim dostupa: https://www.akorda.kz/ru/official_documents/strategies_and_programs [Data obrashcheniya 23.09.2021] [in Rus.]
- [4] Kunanbayeva S.S. Strategicheskiye oriyentiry vysshego inoyazychnogo obrazovaniya (Strategic guidelines for higher education in a foreign language). Monografiya. - Almaty: Izd.Polilingva, 2015. – 123 p. [in Rus.]

АБЫЛАЙ ХАН АТЫНДАҒЫ ҚАЗХҚЖӘНЕӘТУ СТРАТЕГИЯЛЫҚ ДАМУ БАҒЫТЫ

*Құнанбаева С.С.¹, фил. ғ. д., профессор, ҚР ҰҒА академигі,
Абылай хан атындағы ҚазХҚжәнеӘТУ, Алматы, Қазақстан
¹e-mail: kazumo@ablaikhan.kz

Андатпа. Мақалада университеттегі инновациялық процестерді әзірлеу мен басқару әдістемесі ашылады және негізінен жоғары оқу орнының қызметіне сапалы жаңа элементтерді, қасиеттер мен сипаттамаларды мақсатты түрде енгізу арқылы жүзеге асады. Осыған байланысты оқытудың заманауи әдістерін қолдану, пәндерді, пәнаралық байланыстарды меңгеруде өзара байланыс пен сабақтастықты қамтамасыз ету, мамандардың үлгісіне сәйкес студенттерді оқыту мен тәрбиелеу процесін құру, ағымдағы және қорытынды әдістердің бірыңғай әдістерін қолдану бақылау, балдық-рейтингтік жүйе өзекті болады.

ҚазХҚжәнеӘТУ – нің инновациялық дамуы - бұл ЖОО-ның бір күйден екінші күйге ауысу кезінде орын алатын объективті негізделген, мақсатты процесс. Бұл процесс негізінен университеттің қызметіне сапалы жаңа элементтерді, сипаттамаларды мақсатты енгізу арқылы жүзеге асырылады. ЖОО-ның стратегиялық дамуының негізгі басымдықтары озық ғылыми зерттеулерге, олардың оқу процесінің мазмұнына және ЖОО-ның тұрақты дамуын қамтамасыз етудің инновациялық тәсіліне, ЖОО-ның қазақстандық және халықаралық білім беру қызметтері мен ғылыми өнімдер нарығындағы белсенді қызметіне және т. б. бағытталған инновациялық бейімделген типтегі жоғары оқу орны ретінде дамуына негізделуі мүмкін.

Тірек сөздер: басқару механизмі, инновация, бизнес -процестер, білім беру бағдарламалары, стратегиялық мақсаттар.

ORIENTATIONS FOR STRATEGIC DEVELOPMENT KazUIR&WL NAMED AFTER ABYLAI KHAN

*Kunanbaeva S.¹, d. phil.s., professor, Academician of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan, KazUIR&WL named after Abylai Khan, Almaty, Kazakhstan, e-mail: kazumo@ablaikhan.kz

Abstract. The article reveals the methodology for the development and management of innovative processes in the university and is carried out mainly through the purposeful introduction of qualitatively new elements, properties and characteristics into the activities of the university. In this regard, the use of modern teaching methods, ensuring interconnection and continuity in the study of disciplines, interdisciplinary connections, building the process of teaching and educating students in accordance with the model of a specialist, the use of uniform methods of current and final control, a point-rating system becomes relevant.

The innovative development of KazUIR&WL is an objectively conditioned, purposeful and irreversible, time-unfolding process of transition of a university from one state to another. This process is carried out mainly through the purposeful introduction of qualitatively new elements, properties and characteristics into the activities of the university. The main priorities of the strategic development of the university may consist in its development as an innovative adapted type of higher education institution, whose activities are focused on advanced scientific research, their determining influence on the content of the educational process and an innovative approach to ensuring the sustainable development of the university, on the active activity of the university in the Kazakh and international markets of educational services and scientific products, etc.

Key words: management mechanism, innovation, business processes, educational programs, strategic goals.

Статья поступила 14.11.2021