of innovative educational environment at higher school are examined, tasks standing before faculty advisors in new terms mark. For implementation of research works the presence of material and technical base is needed: educational-laboratory complex; experimental equipment; specialized apartments; timely updating and service up-to-date base of the conducted researches; adjusting of mutual relations with other organizations of sector of research-and-development with the purpose of the collective use by expensive devices and rare options; informative resources. Forming of innovative competenses assists the decision of tasks of professional preparation of bachelors in institution of higher learning.

УЧЕТ ТИПОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЧИСЛИТЕЛЬНЫХ В РЕЧИ В ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ-БИЛИНГВОВ

Дмитриева Е.Н.

ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова», Якутск, Россия (67700, Якутск, ГСП ул. Белинского, 58) e-mail: flfrn@mail.ru

Проведен сопоставительно-типологический анализ числительных в лингводидактических целях. В XX1 веке цифровых технологий использование числительных, особой и специфической части речи, в семантике которой заключена высокая степень абстракции, в речи билингвов характеризуется высокой частотностью. Числительные объединяют слова совершенно разные по своему образованию, исконному характеру, по типам словоизменения в сопоставляемых языках. В работе рассматриваются основные направления в развитии и функционировании числительных, дается оценка учебного материала с точки зрения методической ценности и интерференционной потенции. На основе результатов типологического сопоставления числительных и выявления расхождений на парадигматическом и синтагматическом уровнях, функционировании в различных стилях речи, предлагаются рекомендации по осознанному усвоению норм грамматических категорий числительных студентами-билингвами.

ACCOUNTING TYPOLOGICAL FEATURES OPERATION NUMERALS IN A SPEECH IN STUDENTS-BILINGUAL

Dmitrieva E.N.

Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education «M.K. Ammosov North-Eastern Federal University». Yakutsk, Russia (67700, Yakutsk, GSP st. Belinsky, 58) e-mail: flfrn@mail.ru

The comparative-typological analysis of numerals in linguodidactic purposes has conduct. XXI century of digital technology using numerals, special and particular part of speech, which lies in the semantics of a high degree of abstraction, in the speech of bilinguals is characterized by high frequency. Numerals combine words quite different in their education, the primordial nature, types of inflection in the compared languages. In work examines the main trends in the development and functioning of the numerals, the estimation of educational material in terms of the methodological value and potential interference. Based on the results of typological comparison numerals and identifying gaps in the paradigmatic and syntagmatic levels, functioning in different speech styles, are made recommendations on conscious assimilation of the rules of grammatical categories numerals bilingual students.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Донина И.А.

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики» (Новгородский филиал), Великий Новгород, Россия (173025 г. Великий Новгород, ул. Кочетова, д. 29/3), doninairina@gmail.com

Эффективное развитие образовательного учреждения в условиях рынка предполагает учет тенденций в сфере образования и в управлении образовательными системами. Меняется точка зрения на содержание управленческой деятельности руководителя образовательного учреждения. Ведущими ориентирами современных образовательных учреждений являются самостоятельность, конкурентоспособность и партнерство. К основным видам деятельности руководителя образовательного учреждения в условиях рынка относятся: деятельность по разработке и реализации стратегии развития образовательной организации в условиях рынка образовательных услуг; реализация маркетинговых задач по взаимодействию с ключевыми партнерами образовательной организации; создание условий для эффективной маркетинговой деятельности педагогического коллектива. Выделенные направления деятельности руководителя образовательного учреждения в современных условиях позволяют рассмотреть такой феномен, как маркетинговая компетентность руководителя образовательного учреждения, и актуализируют процесс становления и развития маркетинговой компетентности современного руководителя образовательного учреждения.

THE FEATURES OF MANAGEMENT OF DEVELOPMENT OF MODERN EDUCATIONAL INSTITUTION IN THE CONDITIONS OF THE MARKET

Donina I.A.

Saint-Petersburg State University of Service and Economics, Veliky Novgorod, Russia

The effective development of educational institution in the conditions of the market assumes the accounting of tendencies in education and in management of educational systems. The point of view on the content of administrative activity of the head of educational institution changes. The leading reference points of modern educational institutions are independence, competitiveness and partnership. The primary activities of the head of educational institution in the conditions of the market are activities for development and realization of strategy of development of the educational organization in the conditions of the market of educational services; realization of marketing tasks on interaction with key partners of the educational organization; creation of conditions for effective marketing activity of pedagogical collective. Dedicated activities of the head of the educational institution in modern conditions allow us to consider this phenomenon as a marketing competence of the head of the educational institution, and actualize the process of formation and development of modern marketing competencies head of the educational institution.

МАРКЕТИНГОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ РУКОВОДИТЕЛЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЛИЧНОСТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Донина И.А.

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики» (Новгородский филиал), Великий Новгород, Россия (173025 г. Великий Новгород, ул. Кочетова, д. 29/3), doninairina@gmail.com

Развитие общеобразовательной организации в условиях рынка актуализирует появление инновационной составляющей профессиональной компетентности руководителя, связанной с обеспечением его готовности и способности к управлению конкурентоспособностью общеобразовательной организации, разработкой и реализацией стратегии ее развития – маркетинговой компетентности. В статье проводится подробный анализ сущности понятий «компетентность» и «компетенция», «профессиональная компетентность», раскрываются различные точки зрения ведущих отечественных и зарубежных ученых, приводится авторское определение «маркетинговой компетентности руководителя общеобразовательной организации», описываются ее структурные составляющие: организационно-управленческая компетенция, предпринимательская компетенция, коммуникативная компетенция, информационно-аналитическая компетенция; описывается сущность каждой компетенции, выделяются уровни маркетинговой компетентности, критерии маркетинговой компетентности (мотивационно-ценностный, когнитивный, операциональный, рефлексивно-регулятивный, личностный) и обосновываются показатели каждого уровня. Убедительно доказывается, что высокий уровень маркетинговой компетентности позволит создать условия для эффективной маркетинговой деятельности педагогического коллектива.

MARKETING COMPETENCE OF THE HEAD OF THE GENERAL EDUCATIONAL ORGANIZATION AS HIS PROFESSIONAL AND PERSONAL CHARACTERISTIC

Donina I.A.

Saint-Petersburg State University of Service and Economics, Veliky Novgorod, Russia

The development of the general educational organization in the conditions of the market actualizes the occurrence of innovative part of professional competence of the head. This part is connected with ensuring his readiness and ability to operate by competitiveness of the general educational organization, by the development and realization of strategy of its development – marketing competence. In the article the detailed analysis of essence of the concepts «competence» and «professional competence» is carried out, the various points of view of leading domestic and foreign scientists reveal, author's definition of «marketing competence of the head of the general education organization» is given, its structural components organizational and administrative competence, enterprise competence, communicative competence, information and analytical competence are described, the essence of each competence is described, levels of marketing competence, criteria of marketing competence (motivational and valuable, cognitive, operational, reflexive and regulatory, personal) are allocated and the indicators of each level are proved. It is convincingly proved that high level of marketing competence will allow to create conditions for effective marketing activity of pedagogical collective.