

## **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.