

Заключение. Таким образом, анализ литературы по теме исследования показал, что, интерес является сложным и неоднородным понятием. Это подтверждается множеством его интерпретаций и определений. Гармоничное сочетание и развитие всех компонентов интереса к музыке создает атмосферу эмоциональной увлеченности музыкой, побуждает к познавательной, продуктивно-творческой деятельности. Интерес к музыке является основной движущей силой интеллектуального и духовного развития личности. Наличие интереса к музыке у учащихся старших классов способствует их творческой и познавательной активности; овладению различными способами музыкальной деятельности; развитию логического мышления и памяти; приобщению к национальным традициям; формированию интереса к родной культуре и богатому музыкальному наследию народного и профессионального творчества, а так же музыкальному искусству в целом.

Список цитированных источников:

1. Михайловская, Н. Музыка и дети / Н. Михайловская. – М.: Музыка, 2017. – 285 с.
2. Талызина, Н.Ф. Формирование познавательной деятельности учащихся / Н.Ф. Талызина. – М.: Знание, 2013. – 344 с.
3. Реан, А.А. Социальная педагогическая психология / А.А. Реан, Я.Л. Коломинский. – СПб.: Питер, 2013. – 421 с.
4. Божович, Л.И. Проблемы формирования личности: Избр. психол. тр. / Под ред. Д.И. Фельдштейна; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. – 3-е изд. – М.: МПСИ, 2001. – 349 с.
5. Горюнова, А.В. Детское музыкальное воспитание как средство эстетического воспитания / А.В. Горюнова // Искусство и эстетическое воспитание. – М.: Знание, 2013. – 142 с.
6. Гофман, И. Фортепианная игра. Ответы на вопросы о фортепианной игре / И. Гофман. – М.: Наука, 2011. – 258 с.
7. Кабалевский, Д.Б. Как рассказывать детям о музыке? / Д.Б. Кабалевский. – 3-е изд. – М.: Музыка, 2019. – 251 с.
8. Арчажникова, Л.Г. Профессия учителя музыки: книга для учителя / Л.Г. Арчажникова. – М.: Знание, 2014. – 295 с.

С.П. ЛЕВЧЕНКО

Российская Федерация, Псков, Псковский государственный университет

РАЗРАБОТКА ВОКАЛЬНО-ТАНЦЕВАЛЬНОГО КОНКУРСА КАК ОДНОЙ ИЗ ФОРМ ПРОДВИЖЕНИЯ ИМИДЖА ПСКОВСКОГО ОБЛАСТНОГО КОЛЛЕДЖА ИСКУССТВ ИМЕНИ Н.К. РИМСКОГО-КОРСАКОВА

Введение. В настоящее время задачи, связанные с обеспечением инновационного характера базового образования, модернизацией институтов образования, созданием современной системы непрерывного образования, формированием механизмов оценки качества и востребованности образовательных услуг с участием потребителей стали приоритетными. Их решение невозможно без разработки новой методологии управления образовательной организацией, основанной на продвижении ее имиджа и развитии конкурентоспособности на рынке образовательных услуг.

Каждая школа, гимназия или колледж, выполняя комплекс образовательных услуг, выступает субъектом рыночных отношений, даже тогда, когда организация не оказывает услуги, стоимость которых возмещает заказчик или потребитель.

Развитие конкурентных отношений в образовательной сфере определяет необходимость поиска образовательными организациями источников собственных конкурентных преимуществ и способствует разработке новых проектных педагогических технологий. Это ориентирует образовательные учреждения на реализацию разнообразных социальных, культурно-просветительных проектов, которые обеспечат продвижение образовательных услуг, что в целом приведет к повышению конкурентоспособности в региональном и муниципальном образовательном пространстве.

Однако в отечественном научном сообществе отсутствует общепринятая методика оценки конкурентоспособности образовательной организации как в целом, так и для колледжей искусств в частности.

Анализ литературы показывает, что проблема управления культурно-просветительскими проектами для продвижения образовательного учреждения на рынке образовательных услуг остаётся практически не исследованной, несмотря на то что сама проектная деятельность является предметом специальных педагогических исследований (Е.С. Полат, А.В. Хуторского, Т.С. Цыбиковой, И.Д. Чечель, Л.С. Желниной, С.Г. Пищева, В.В. Гузеева, И.С. Якиманской и др.).

Таким образом, недостаточная разработанность механизмов управления конкурентоспособностью организаций и учреждений общего образования на примере организации культурно-просветительской работы, творческих фестивалей, конкурсов обусловила выбор темы настоящего исследования.

Нашей целью является выявление, теоретическое обоснование, проверка опытно-экспериментальным путем и разработка технологии новой культурно-значимой конкурсной площадки, выполняющей помимо образовательной, воспитательной и культурной цели, задачи по продвижению имиджа Псковского областного колледжа искусств имени Н.К. Римского-Корсакова.

В настоящее время для достижения поставленной выше цели решаются следующие задачи:

Создается новая конкурсная площадка в городе Пскове, выполняющая помимо образовательной, воспитательной и культурной цели, задачи по продвижению имиджа ПОКИ. Появляются новые и укрепляются имеющиеся долгосрочные международные связи в культурной и образовательной сфере ПОКИ с другими городами и государствами, что в дальнейшем даст возможность притоку новых абитуриентов и повышению имиджа колледжа на рынке образовательных услуг. Спроектированы различные кейсы для повышения профессионального уровня руководителей коллективов (проведение мастер классов и круглого стола для руководителей). Акцентировано внимание на сохранении культурных особенностей наций и народов, проживающих в России и стран участниц, активизация культурного обмена.

Разрабатываемый вокально-хореографический конкурс, в существующих реалиях общества для выполнения поставленных задач повышения имиджа образовательного учреждения, обязан выполнять функции не только развлекательного, но и образовательно-воспитательного характера. Основная идея конкурса заключается в объединении художественных групп из разных городов и стран мира для представления и демонстрации их творческих достижений, для знакомства с другими национальными культурами, международного сотрудничества, обмена образовательными технологиями и воспитания толерантности у участников и зрителя. В связи с этим, во время подготовки конкурса, для успешного проведения конкурсной, педагогической и развлекательной программ используются средства социально-культурных технологий.

Помимо конкурсной программы, данное культурное событие включает в себя такие мероприятия как: «семинары», «квест-игры», «экскурсии по городу Пскову и Псковской области», «флешмобы» и множество «мастер-классов», проводимых преподавателями и учащимися колледжа. Все это способствует выполнению педагогической и воспитательной функции конкурса и повышению конкурентоспособности Псковского колледжа искусств на рынке образовательных услуг.

Проект конкурса ориентирован на школьников и выпускников с целью привлечения внимания к Псковскому колледжу искусств имени Н.А. Римского-Корсакова.

Заключение. Организация различных мероприятий является одним из наиболее популярных и эффективных инструментов рекламы. Обеспечивается прямой контакт с целевыми аудиториями, что дает возможность разнопланового воздействия на построение и укрепление имиджа образовательного учреждения путем организации нестандартных акций и событий.

Список цитированных источников:

1. Балин, А.В. Использование инновационных методов в образовании / А.В. Балин // Молодой ученый. – 2014. – № 2. – 136 с.
2. Ковалева, М.И. Имидж общеобразовательного учреждения как дополнительный ресурс управления / М.И. Ковалева // Региональное образование XXI века: проблемы и перспективы. – 2014. – № 1. – С. 50–52.
3. Наумова, Н.Б. Создание имиджа учебного заведения (школы) / Н.Б. Наумова // Развитие личности как стратегия современной системы образования. – 2016. – С. 180–184.
4. Паксина, Е.Б. Социокультурные функции фестиваля искусств / Е.Б. Паксина // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1. – С. 71–73.