

Центр методической поддержки и
инновационного развития системы
образования ГБОУ ИРО
Краснодарского края



ВЕБИНАР
«Исследовательская
компетентность
специалистов
ТМС»





Что такое исследование?

Исследование - вид деятельности человека, позволяющий раскрыть суть и содержание явлений, познать и оценить их, определить тенденции развития, найти возможность использования полученных знаний в практической деятельности.

Исследования могут быть разных видов в зависимости от особенностей их планирования и организации, используемых методов, выбора объекта, характеристик субъекта и т.д.

Научное исследование

Основная цель научного исследования - выработка новых научных знаний.

Практическое исследование

Основная цель практического исследования - повышение эффективности деятельности.



Виды исследований

В зависимости от **принадлежности к определенной отрасли науки** исследования могут быть *физическими, математическими, биологическими, географическими, педагогическими, социологическими, психологическими, экономическими и т.д.*

В зависимости от **количественной характеристики субъекта** исследования бывают *коллективными* или *индивидуальными*. Организация коллективного исследования подчиняется основным принципам управления, поскольку взаимодействие исследователей с целью достижения общей цели представляет собой одну из подсистем управления.

В зависимости от используемых **методов** исследования могут быть *эмпирическими* или *теоретическими*.



Исследования в деятельности ТМС

Статистические исследования качества образования

Особенности:

- заимствование показателей, используемых нестатистическими подходами (управленческий подход к оценке качества образования на организационном уровне);
- использование нетрадиционных для статистической науки организационных форм наблюдения;
- включение в систему показателей условий и результатов образовательной деятельности.

Изучение профессиональных потребностей и дефицитов работников сферы образования

- планирование методических мероприятий;
- разработка образовательных программ/модулей, индивидуальных образовательных маршрутов

Маркетинговые исследования в сфере образования

- выявление школ-лидеров, ШНОР/ШССУ;
- оценка эффективности мероприятий в рамках реализации управленческого цикла



Компетенции методиста

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2351	Специалисты по методике обучения
ЕКС	-	Методист (включая старшего)
ОКПДТР	24080	Методист
	24086	Методист внешкольного учреждения
	24089	Методист образовательного учреждения, методического, учебно-методического кабинета (центра), фильмотеки
ОКСО	6.44.02.03	Педагогика дополнительного образования
	-	Любые направления подготовки и специальности



МИНИСТЕРСТВО ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (МИНТРУД РОССИИ)

ПРИКАЗ

22 сентября 2021 г.

Москва

№ 652н

Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых»

В соответствии с пунктом 16 Правил разработки и утверждения профессиональных стандартов, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, № 4, ст. 293; 2014, № 39, ст. 5266), п р и к а з ы в а ю:

1. Утвердить прилагаемый профессиональный стандарт «Педагог дополнительного образования детей и взрослых».

2. Признать утратившим силу приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 5 мая 2018 г. № 298н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2018 г., регистрационный № 52016).

3. Установить, что настоящий приказ вступает в силу с 1 сентября 2022 г. и действует до 1 сентября 2028 г.

Министр

А.О. Котьяков

3.2.1. Трудовая функция

Наименование	Организация и проведение исследований рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых	Код	В/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6.3
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	-----

Происхождение трудовой функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
----------	---	---------------------------	--	--

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

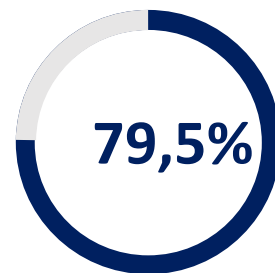
Трудовые действия	Организация разработки и (или) разработка программ и инструментария изучения рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых
	Организация и (или) проведение изучения рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых
	Формирование предложений по определению перечня, содержания дополнительных образовательных программ, условий их реализации, продвижению услуг дополнительного образования, организации на основе изучения рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых
Необходимые умения	Формулировать и обсуждать с руководством организации и специалистами задачи, концепцию и методы исследования рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых (далее – исследование), ресурсы, необходимые для его проведения, и источники их привлечения
	Формировать план выборки, разрабатывать самостоятельно или с участием специалистов инструментарий исследования

Обеспечивать оптимизацию затрат на проведение исследования
Организовывать апробацию разработанного инструментария исследования
Распределять обязанности между специалистами, обучать использованию инструментария исследования, обеспечивать координацию их деятельности и выполнение программы исследования
Использовать инструментарий исследования, различные формы и средства взаимодействия с респондентами
Производить первичную обработку результатов исследования и консультировать специалистов по ее проведению
Обрабатывать, анализировать и интерпретировать результаты изучения рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых, привлекать к работе экспертов, организовывать обсуждение результатов анализа
Разрабатывать и представлять руководству организации и педагогическому коллективу предложения по определению перечня, содержания дополнительных общеобразовательных программ, продвижению услуг дополнительного образования организации, осуществляющей образовательную деятельность
Обрабатывать персональные данные с соблюдением требований, установленных законодательством Российской Федерации

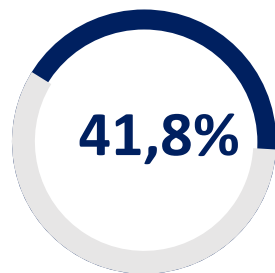
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в сфере образования, нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации в сфере образования и законодательство Российской Федерации в области персональных данных
	Теория и практика маркетинговых исследований в образовании
	Методические основы маркетинговых исследований в образовании
	Тенденции развития дополнительного образования детей и взрослых
	Психолого-педагогические и организационно-методические основы организации образовательного процесса по дополнительным образовательным программам
	Современные образовательные технологии дополнительного образования детей и взрослых
Другие характеристики	-



Оценка исследовательской компетентности



В исследованиях приняло участие 35 муниципалитетов Краснодарского края



Опросом и тестированием охвачено более трети специалистов ТМС





Профессиональные дефициты специалистов ТМС

Достаточно низко специалисты оценили наличие у себя таких знаний, практических навыков и личностных качеств как:

- знания о научных методах познания, эвристических методах решения исследовательских задач, технологиях проектирования и реализации исследовательской деятельности;
- ориентация на поиск и внедрение в личную практику новых педагогических и управленческих идей, новых способов решения задач, стремление реализовать их на практике по собственной инициативе;
- умение перевести проблему в исследовательскую задачу;
- умение выдвигать гипотезу и определять способ решения исследовательской задачи;
- умение составить план исследования в рамках выбранного способа решения исследовательской задачи;
- умение сформулировать критерии достижения поставленных целей и обосновать результаты проведенного исследования;
- использование результатов исследовательской деятельности в личной профессиональной практике.



Маркетинговое исследование

Маркетинговое исследование - любая исследовательская деятельность, обеспечивающая потребности маркетинга, то есть система сбора, обработки, сводки, анализа и прогнозирования данных, необходимых для решения конкретной маркетинговой задачи. Маркетинговое исследование выступает как начало и логическое завершение любого цикла маркетинговой деятельности организации/предприятия. Цель проведения подобного исследования - уменьшение неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.

Маркетинг (от англ. **marketing** «рыночная деятельность») — организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям/потребителям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации.



Технологические процедуры маркетингового исследования в сфере образования

Исследование рынка

- Определение тенденций, возможностей, рисков

Исследование потребителей

- Определение побудительных факторов, которыми руководствуются потребители при выборе образовательной организации

Исследование комплекса продвижения

- Определение оптимальных условий осуществления маркетинговых коммуникаций

Исследование внутренней среды образовательной организации

- Определение реального уровня конкурентоспособности учреждения в результате сопоставления соответствующих факторов внешней и внутренней среды



Условия проведения образовательно-маркетингового исследования

1

исследования должны носить систематический характер;

2

при осуществлении образовательно-маркетинговых исследований должен соблюдаться системно-аналитический подход;

3

исследования могут быть применены к любой стороне образовательного маркетинга, требующей информации для принятия решений;

4

исследование - многоступенчатый процесс, включающий сбор данных, регистрацию и анализ данных.



Схема планирования исследования

Определение проблемы

- формулирование объекта, предмета и метода исследования;
- формулирование целей поискового, описательного исследований и исследования причинно-следственных связей

Разработка концепции исследования

- основана на определении его гипотезы, выборе метода и установлении выборки планируемого исследования.
- Центральное звено — формулирование теоретической гипотезы, предположения, требующего подтверждения в результате исследования. Гипотеза должна отвечать требованиям категоричности, однозначности и проверяемости.

Кабинетное исследование

- обработка уже существующей вторичной информации. Вторичная информация - данные, собранные ранее для целей, отличных от решаемой в настоящий момент проблемы.

Полевые исследования

- основываются на первичной информации, то есть на только что полученных данных для решения конкретной исследуемой проблемы. Основными методами получения первичной маркетинговой информации являются: наблюдение, опрос и эксперимент

Обработка и анализ собранной информации

- результаты систематизируются и представляются в виде таблиц, диаграмм, схем.
- Осуществляется вторичная обработка полученных данных.
- Делаются выводы, даются рекомендации



На какие вопросы может дать ответ кабинетное маркетинговое исследование?

1

- Имеет ли смысл самостоятельно предлагать определенную образовательную программу, мероприятие или уже есть соответствующие предложения других субъектов образования?

2

- Какая организация предлагает программу, мероприятие, насколько интересными и качественными являются её продукты?

3

- На какой основе можно получить доступ к программе/мероприятию (платной, бесплатной)?

4

- Адресная группа, для которой предназначено образовательное предложение, могут ли быть привлечены дальнейшие или альтернативные целевые группы слушателей?

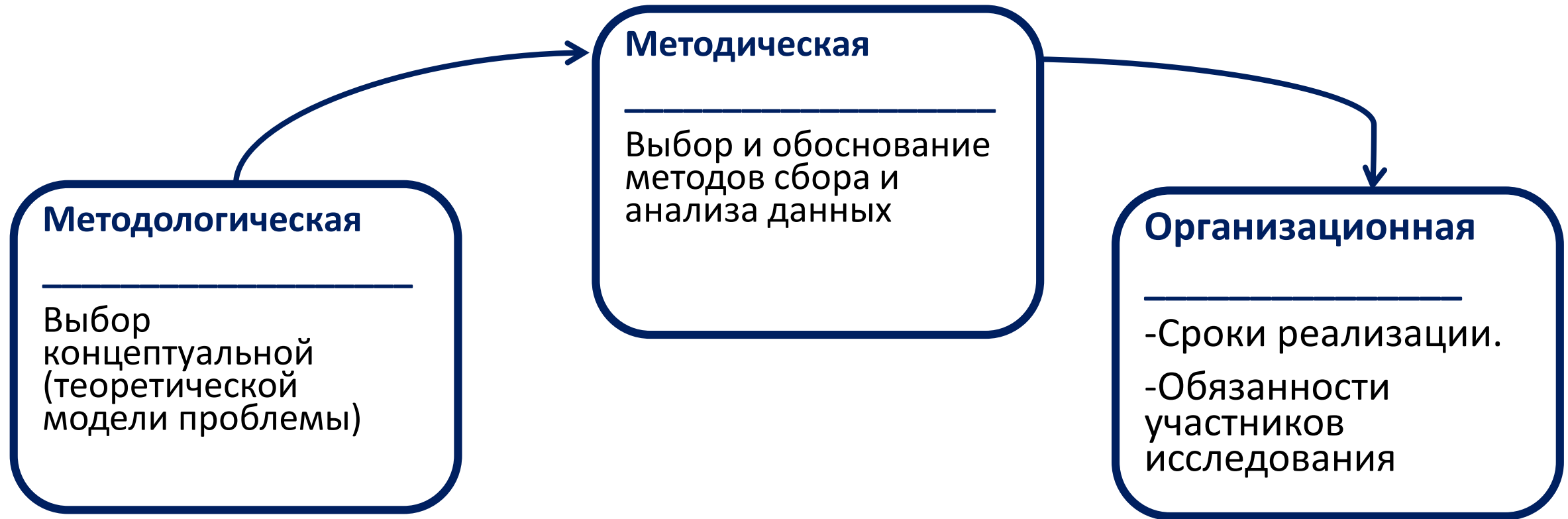


Программа исследования

Программа исследования это изложение его теоретико-методологических предпосылок (общей концепции) в соответствии с основными целями предпринимаемой работы и гипотез исследования с указанием правил процедуры, а также логической последовательности операций для их проверки



Функции программы исследования

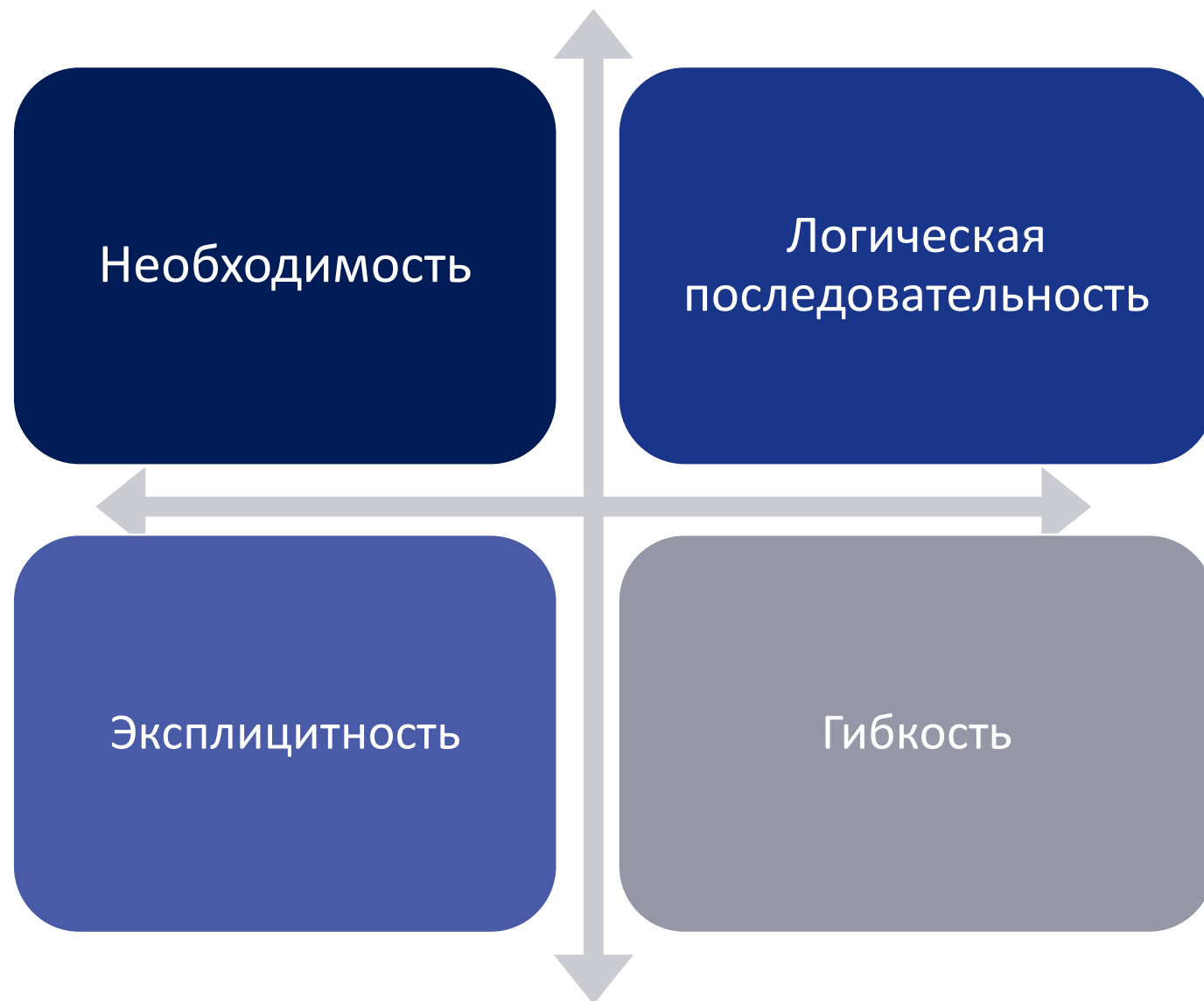




Требования к программе исследования

Эксплицитность -

прозрачность, точность и полнота формулировок





Структура программы исследования

1. Методологический раздел:

Формулировка проблемы исследования

Определение объекта и предмета исследования

Определение цели и постановка задач исследования

Развертывание рабочих гипотез

Принципиальный (стратегический) план исследования

Предварительный системный анализ объекта исследования (структурная схема)

Интерпретация и операционализация основных понятий

2. Процедурный (методический) раздел:

Выбор и обоснование метода сбора данных

Определение генеральной совокупности, выборки

Набросок основных процедур анализа данных



Проблемная ситуация и проблема исследования

Проблемная ситуация	Проблема исследования
Реально существующее в противоречие, возникающее в процессе функционирования некого объекта, неустойчивое состояние, дисфункция в развитии, причём способы разрешения противоречия в настоящее время ещё неизвестны или не ясны	Ключевой вопрос исследования, результат теоретического осмысления проблемной ситуации, выраженный в чёткой формулировке. Проблема выражает необходимость изучения объекта для выявления причин противоречия и способов их разрешения.
Пример: высокая текучесть молодых кадров в общеобразовательных организациях	Пример: определение мотивов молодых педагогов, побуждающих их к увольнению

Проблема – «*знание о незнании*», недостаток информации по определённой теме



Схема перехода от проблемной ситуации к проблеме исследования

1

- Установить реальное наличие данной проблемы

2

- Выявить существенные элементы проблемы

3

- Вычленить уже известные сегменты проблемной ситуации, имеющие прецеденты успешного разрешения и не требующие специального анализа

4

- Выделить в проблемной ситуации главные и второстепенные компоненты, чтобы определить основное направление исследовательского поиска

5

- Проанализировать уже имеющиеся решения аналогичных проблем



Виды проблем

Цель исследования:

- гносеологическая / предметная

Степень осознанности обществом:

- осознанная / неосознанная

Наличие группы влияния:

- есть / нет

Масштабность охвата:

- локальные / глобальные

Время существования проблемы:

- кратко / средне / долгосрочные

Глубина противоречия:

- одноплановая / системная

Объект и предмет исследования

Субъект (лат. subjectum - подлежащее) - активно действующий и познающий, обладающий сознанием и волей индивид или социальная группа.

Объект (лат. objectum - предмет) - то, на что направлена познавательная и иная деятельность субъекта.

Предмет исследования - это наиболее существенные свойства и стороны объекта исследования, которые непосредственно подлежат изучению. Предметом исследования могут быть явления или процессы.

Явление представляет собой состояние действительности на каком-то отрезке времени.

Процесс (лат. processus - прохождение) - закономерное, последовательное изменение явления, его переход в другое явление



Соотношение объекта и предмета





Стратегический план исследования

Стратегический план исследования определяет, к каким результатам необходимо прийти, исходя из цели **исследования** и текущего состояния исследуемой проблемы. В зависимости от ответов на **эти** вопросы можно выделить *разведывательный, описательный, объяснительный, управленческий и оценочный стратегический план исследования.*

Разведывательный план применяется для того, чтобы сориентироваться в проблеме, понять, насколько она интересна и изучаема, установить, может ли исследование быть проведено на определенной совокупности.

Аналитический (описательный план) применяется, когда необходимо получить качественное или количественное описание объектов или явлений и их свойств и ответить на вопросы «что?», «когда?», «где?», «как?».

Экспериментальный (объяснительный план) применяется, когда требуется дать ответ на вопрос «почему?», а имеющейся информации достаточно для формулировки объяснительных гипотез. Целью плана выступает выявление функциональных и причинных взаимосвязей.

Управленческий план (аналитико-экспериментальный) реализуется в исследованиях, цели которых — поиск управленческих решений, разработка проектов, выработка рекомендаций по изменению какой-либо ситуации.

Оценочный план применяется, когда необходимо оценить эффективность определенных нововведений, социальных программ, выяснить причины неэффективности программы или проекта, принять решение об улучшении функционирующей программы или о прекращении ее реализации.



Стратегический план исследования

Тип стратегического плана	Тип гипотезы	Возможные методики и техники	Цель исследования
1 Разведывательный (поисковый)	-	изучение документов, интервью, наблюдение	формулирование проблемы и описательной гипотезы
2 Аналитический (описательный)	описательная	статистика, выборочное или монографическое обследование, корреляционный анализ, анкетирование	определение качественно-количественных характеристик объекта, формулирование объяснительной гипотезы
3 Экспериментальный	объяснительная	эксперимент	определение причинно-следственных связей в объекте



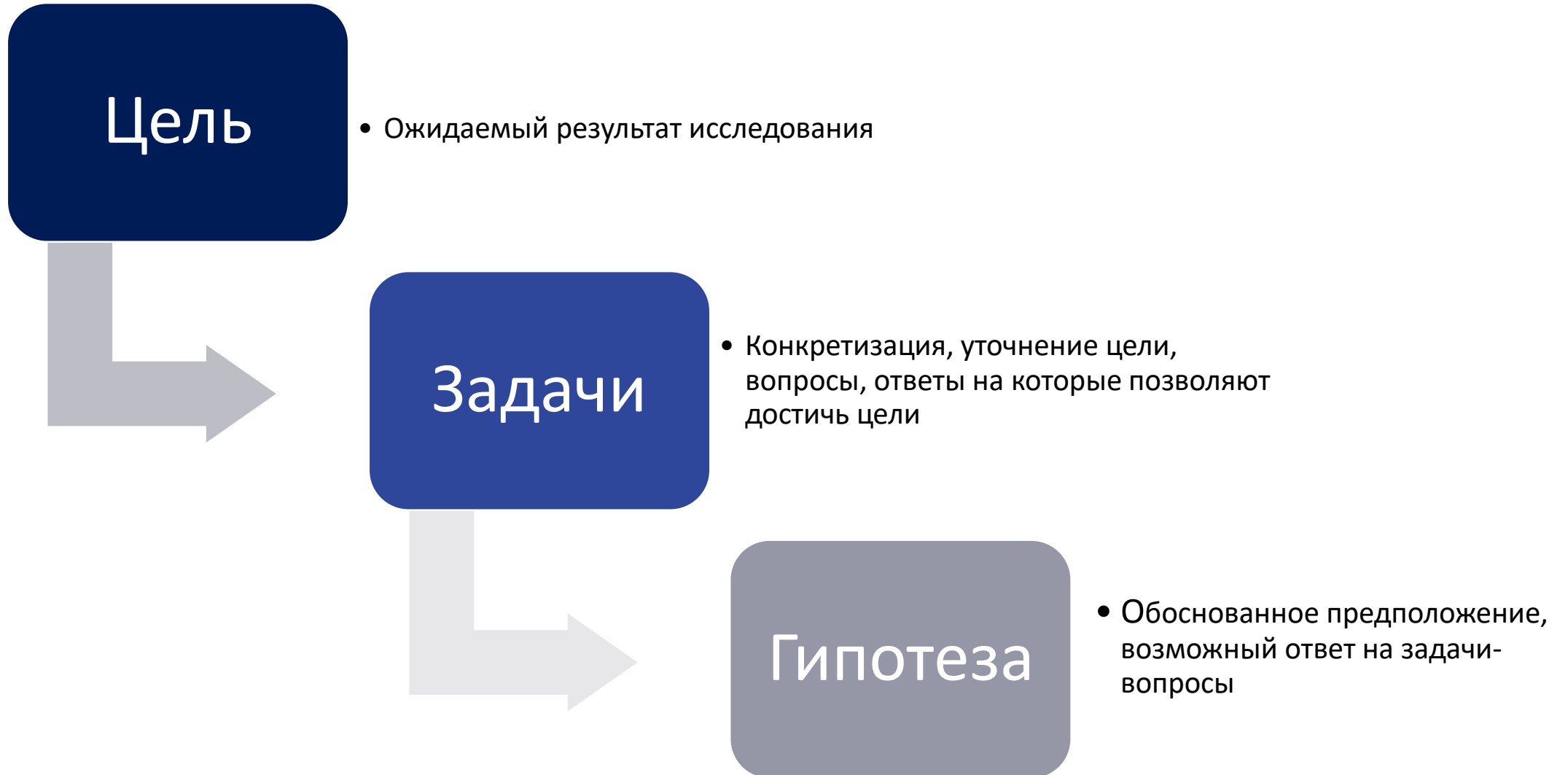
Системный анализ объекта исследования

Системный анализ объекта исследования - это одна из стадий процесса разработки программы **исследования**.

Суть **системного анализа** состоит в том, что **объект исследования** рассматривается в качестве системы. Иначе говоря, **объект исследования** рассматривают в виде совокупности элементов и связей, которые в процессе взаимодействия образуют органическое целое. В органическом целом могут происходить фактические или планируемые изменения одного из элементов. А изменение одного из элементов приводит к деформации других элементов и всей системы в целом.



Цель, задачи, гипотеза





Цель, задачи: пример

Цель:

получение информации об общих закономерностях поведения педагогов Краснодарского края в сфере профессионального развития

Задачи:

1. Построение индексов профессиональной грамотности и активности педагогов (субъективные и объективные шкалы).
2. Оценка общих закономерностей поведения педагогов Краснодарского края в процессе выбора траектории профессионального развития.
3. Характеристика поведения педагогов Краснодарского края в отношении использования ресурсов муниципальных методических служб для профессионального развития.
4. Выявление общих закономерностей поведения педагогов Краснодарского края в отношении использования ресурсов муниципальных методических служб и организаций дополнительного образования для профессионального развития.
5. Построение социально-демографических портретов педагогов Краснодарского края, имеющих разный уровень профессиональной активности и грамотности.



Гипотеза: определение и требования

Определение	Требования	Типы
<ul style="list-style-type: none">• Научное предположение выдвигаемое для объяснения какого-либо явления и требующее верификации• Вероятностное знание, научно обоснованная догадка по объяснению социальной действительности• Прогноз ожидаемого решения проблемы, ответ на вопрос, поставленный в задаче• Условно-категорическое умозаключение по схеме «Если..., то...», основными элементами которого являются условие (причина) и результат (следствие)	<ol style="list-style-type: none">1. Четкая, ясная формулировка2. Использование концептов, имеющих эмпирические индикаторы3. Описание способа проверки, принципиальная проверяемость4. Применимость ко всем выбранным явлениям5. Не противоречит ранее установленным научным фактам6. Гипотезы логически взаимосвязаны	<ol style="list-style-type: none">1. Идентификация объекта2. Идентификация признаков объекта3. Умозаключение о связи предикатов



Интерпретация и операционализация

ЧТО ЭТО?

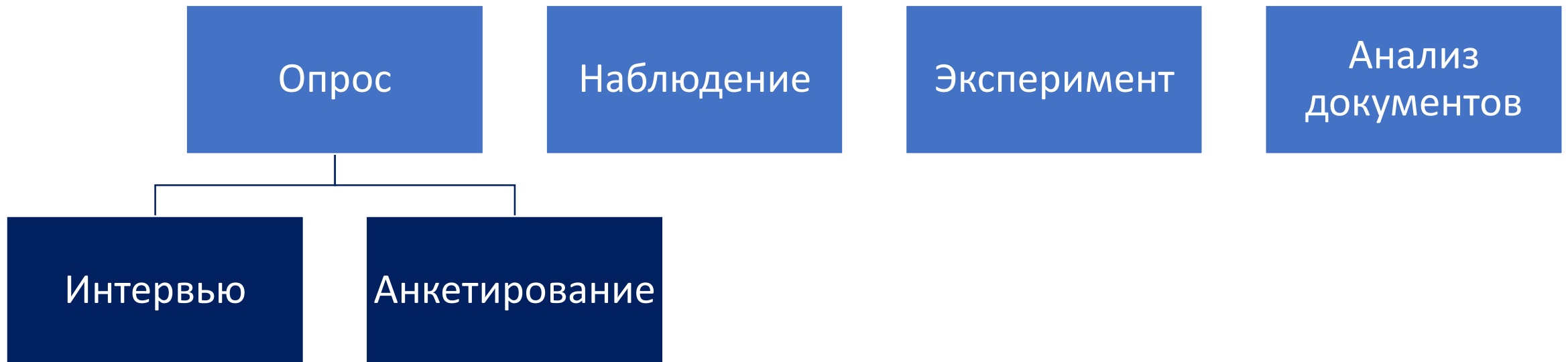
Интерпретация – трактовка основных понятий исследования, разложение их на более частные, конкретные элементы; элементарное эвристическое действие, связывающее теорию и эмпирию

Операционализация – процесс определения исследователем эмпирических наблюдений, которые могут быть взяты в качестве индикаторов, отличающих содержание концепта, понятия.

КАК ЭТО ИЗМЕРИТЬ?



Методы сбора данных





Выборка

Выборка или выборочная совокупность — часть генеральной совокупности элементов, которая охватывается экспериментом (наблюдением, опросом). Характеристики **выборки**:
Качественная характеристика **выборки** — что именно мы выбираем и какие способы построения **выборки** мы для этого используем. Количественная характеристика **выборки** — сколько случаев выбираем, другими словами объём **выборки**. Последовательность независимых случайных величин., соответствующих всем возможным



Репрезентативность определяет, насколько возможно обобщать результаты исследования с привлечением определённой выборки на всю генеральную совокупность, из которой она была собрана.



Как выглядит документальное представление исследования?

Постановка проблемы, выделение (определение) объекта и предмета исследования, определение целей и задач; планирование исследования;

Теоретическая часть: концептуальная модель исследования, описание понятий и категорий, взаимосвязей между ними;

Методологическая часть: исследовательский подход, описание методов сбора и методов анализа данных;

Практическая часть: результаты сбора данных, их анализ и представление результатов;

Выводы и рекомендации по результатам исследования.



Спасибо



РЕСУРСЫ

Методология, методика и техника социологического исследования

https://www.nntu.ru/frontend/web/ngtu/files/org_structura/library/resurvsy/pervokursnik/ineu/sociolog/system/teor/t8.html

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Р.Б. Галеева, канд. пед. наук, зав. кафедрой маркетинга АСО (КСЮИ)

<https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-issledovaniya-v-sfere-obrazovaniya>

Выбор исследовательского плана

https://studref.com/417910/sotsiologiya/vybor_issledovatel'skogo_plana#:~:text=Стратегический%20план%20исследования%20определяет%20к,и%20оценочный%20стратегический%20план%20исследования

Стратегический план исследования

https://libraryno.ru/4-5-strategicheskiy-plan-issledovaniya-metod_issl_soc_work/