



Научно-исследовательский журнал «Педагогическое образование» / *Pedagogical Education*
<https://po-journal.ru>
2025, Том 6, № 2 / 2025, Vol. 6, Iss. 2 <https://po-journal.ru/archives/category/publications>
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.8.1. Общая педагогика, история педагогики и образования (педагогические науки)
УДК 371.4

Корпоративная культура как фактор удовлетворенности учебным процессом на факультете

¹Быкадорова Е.С.,

¹Сибирский государственный университет путей сообщения

Аннотация: в статье рассматривается роль корпоративной культуры как ключевого фактора, влияющего на удовлетворенность студентов учебным процессом на факультете «Промышленное и гражданское строительство». В работе проведен анализ теоретических основ корпоративной культуры, а также эмпирическое исследование, включающее анкетирование студентов.

В условиях современного образовательного пространства корпоративная культура становится важным элементом, влияющим на качество учебного процесса и удовлетворенность студентов. Она формирует ценностные ориентиры, нормы поведения и традиции, которые способствуют созданию благоприятной образовательной среды. Особенно актуально это для технических факультетов, таких как «Промышленное и гражданское строительство», где высокая вовлеченность студентов в учебный и внеучебный процессы напрямую влияет на их профессиональное становление. Целью настоящего исследования является анализ роли корпоративной культуры в воспитательной деятельности университета на примере факультета «Промышленное и гражданское строительство».

Для достижения цели исследования использовались как теоретические, так и эмпирические методы. Теоретическая часть работы включала анализ научной литературы, посвященной вопросам корпоративной культуры, воспитательной деятельности и управления образовательными системами.

Эмпирическая часть исследования основывалась на анкетировании студентов факультета «Промышленное и гражданское строительство». В опросе приняли участие 241 студент разных курсов ступеней бакалавриата и магистратуры. Анкета включала вопросы, направленные на оценку уровня вовлеченности студентов в корпоративную культуру, их удовлетворенности учебным процессом и предложения по улучшению образовательной среды.

Для обработки данных использовались методы количественного и качественного анализа, включая статистическую обработку результатов анкетирования и их интерпретацию.

Данные результаты могут быть использованы для формирования и развития корпоративной культуры на факультете и в университете в целом. Для таких процессов требуется системный подход, который будет включать как организационные, так и технологические меры. Реализация предложенных рекомендаций позволит не только повысить вовлеченность студентов, но и создать благоприятную атмосферу для их личностного и профессионального роста. Это, в свою очередь, будет способствовать укреплению репутации факультета и повышению уровня удовлетворенности всех участников образовательного процесса.

Результаты исследования подтверждают, что корпоративная культура играет важную роль в формировании удовлетворенности студентов учебным процессом. Для повышения уровня вовлеченности студентов необходимо внедрить системный подход к развитию корпоративной культуры. Реализация предложенных мер позволит не только повысить удовлетворенность студентов учебным процессом, но и укрепить корпоративную культуру факультета, что будет способствовать его дальнейшему развитию и повышению конкурентоспособности на рынке образовательных услуг.

Ключевые слова: высшее образование, корпоративная культура, удовлетворенность учебным процессом, воспитательная деятельность, студенческая вовлеченность, образовательная среда, факультет «Промышленное и гражданское строительство».

Для цитирования: Быкадорова Е.С. Корпоративная культура как фактор удовлетворенности учебным процессом на факультете // Педагогическое образование. 2025. Том 6. № 2. С. 177 – 185.

Поступила в редакцию: 14 января 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 07 февраля 2025 г.; Принята к публикации: 28 февраля 2025 г.

Corporate culture as a factor of satisfaction educational process at the faculty

¹Bykadorova E.S.,

¹Siberian State Transport University

Abstract: the article considers the role of corporate culture as a key factor affecting student satisfaction with the educational process at the faculty of “Industrial and Civil Engineering”. The paper analyzes the theoretical foundations of corporate culture, as well as empirical research, including questionnaire survey of students.

In the conditions of modern educational space, corporate culture becomes an important element affecting the quality of the educational process and student satisfaction. It forms value guidelines, norms of behavior and traditions that contribute to the creation of a favorable educational environment. It is especially relevant for technical faculties, such as “Industrial and Civil Engineering”, where the high involvement of students in educational and extracurricular processes directly affects their professional formation. The purpose of this study is to analyze the role of corporate culture in the educational activity of the university on the example of the faculty of “Industrial and Civil Engineering”.

Both theoretical and empirical methods were used to achieve the research goal. The theoretical part of the work included the analysis of scientific literature devoted to the issues of corporate culture, educational activities and management of educational systems.

The empirical part of the study was based on the questionnaire survey of students of the Faculty of Industrial and Civil Engineering. 241 students of different courses of Bachelor's and Master's degree levels took part in the survey. The questionnaire included questions aimed at assessing the level of students' involvement in the corporate culture, their satisfaction with the educational process and suggestions for improving the educational environment.

Methods of quantitative and qualitative analysis, including statistical processing of questionnaire results and their interpretation were used for data processing.

These results can be used for the formation and development of corporate culture at the faculty and the university as a whole. Such processes require a systematic approach, which will include both organizational and technological measures. The implementation of the proposed recommendations will not only increase the involvement of students, but also create a favorable atmosphere for their personal and professional growth. This, in turn, will contribute to strengthening the reputation of the faculty and increasing the level of satisfaction of all participants of the educational process.

The results of the study confirm that corporate culture plays an important role in the formation of students' satisfaction with the educational process. In order to increase the level of student engagement, it is necessary to implement a systematic approach to the development of corporate culture. The implementation of the proposed measures will not only increase student satisfaction with the educational process, but also strengthen the corporate culture of the faculty, which will contribute to its further development and competitiveness in the market of educational services.

Keywords: higher education, corporate culture, satisfaction with the educational process, educational activity, student involvement, educational environment, faculty “Industrial and Civil Engineering”

For citation: Bykadorova E.S. Corporate culture as a factor of satisfaction with the educational process at the faculty. Pedagogical Education. 2025. 6 (2). P. 177 – 185.

The article was submitted: January 14, 2025; Approved after reviewing: February 07, 2025; Accepted for publication: February 28, 2025.

Введение

В условиях современного образовательного пространства корпоративная культура становится важным элементом, влияющим на качество учебного процесса и удовлетворенность студентов. Она формирует цен-

ностные ориентиры, нормы поведения и традиции, которые способствуют созданию благоприятной образовательной среды. Особенно актуально это для технических факультетов, таких как «Промышленное и гражданское строительство», где высокая вовлеченность студентов в учебный и внеучебный процессы напрямую влияет на их профессиональное становление. Исследование корпоративной культуры как фактора удовлетворенности учебным процессом позволяет выявить ключевые аспекты, которые могут быть использованы для повышения качества образования и укрепления связей внутри студенческого коллектива.

Актуальность исследования корпоративной культуры в университетской среде обусловлена необходимостью формирования у студентов приверженности общим ценностям, традициям и целям образовательного учреждения. Корпоративная культура вуза выступает важным элементом воспитательной деятельности, способствуя не только профессиональному, но и личностному развитию обучающихся. В условиях глобализации и усиления конкуренции на рынке образовательных услуг корпоративная культура становится ключевым фактором, определяющим имидж университета, его привлекательность для абитуриентов и успешность выпускников [1, 2].

Проблема исследования – формирование корпоративной культуры в высших учебных заведениях заключается в отсутствии системного подхода к её внедрению и развитию. Несмотря на наличие отдельных исследований, посвященных вопросам воспитательной деятельности и наставничества, недостаточно изучены механизмы интеграции корпоративной культуры в образовательный процесс, а также её влияние на мотивацию студентов и их вовлеченность в жизнь университета [3, 4]. Кроме того, слабо разработаны практические инструменты, позволяющие оценить эффективность воспитательной работы в контексте формирования корпоративной культуры.

Объект исследования – факультет «Промышленное и гражданское строительство» ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения».

Предмет исследования – корпоративная культура как фактор, влияющий на удовлетворенность студентов учебным процессом и их вовлеченность в жизнь факультета.

Целью настоящего исследования является анализ роли корпоративной культуры в воспитательной деятельности университета на примере факультета «Промышленное и гражданское строительство».

Задачи исследования:

1. Изучить теоретические основы формирования корпоративной культуры в высших учебных заведениях.
2. Провести анкетирование среди студентов факультета для оценки уровня их вовлеченности в корпоративную культуру университета.
3. Разработать рекомендации по совершенствованию воспитательной работы в контексте формирования корпоративной культуры.

Для решения первой задачи изучим теоретические основы формирования корпоративной культуры в высших учебных заведениях.

Формирование корпоративной культуры в университете рассматривается как многоаспектный процесс, включающий изучение истории и традиций вуза, внедрение кодекса корпоративной культуры, а также мотивацию студентов к освоению ценностей образовательного учреждения [1]. Важную роль в этом процессе играет воспитательная деятельность, направленная на создание здоровой среды для развития студентов как будущих профессионалов. В частности, подчеркивается значимость корпоративной литературы и мероприятий, посвященных истории университета, которые способствуют формированию культурно-этического фундамента организации [1].

Косвенно корпоративная культура затрагивается в исследованиях, посвященных управлению научной деятельностью и вовлеченности преподавателей в образовательный процесс. Формирование культуры научного творчества, а также создание условий для повышения вовлеченности сотрудников рассматриваются как элементы корпоративной культуры, способствующие укреплению общих ценностей и целей университета [2].

Особое внимание уделяется роли наставничества в воспитательной деятельности. Наставничество выступает инструментом передачи культурно-исторических и духовно-нравственных ценностей, что способствует формированию целостной картины мира у студентов. Взаимодействие наставника и подопечного рассматривается как ключевой механизм интеграции корпоративной культуры в образовательный процесс [3].

Кроме того, в научной литературе обсуждается роль кросс-функционального менеджмента в формировании командной культуры. Создание команд, объединенных общими целями и ценностями, способствует развитию корпоративной культуры, что особенно актуально в условиях высшего образования [4]. Также подчеркивается важность передачи культуры от преподавателей к студентам, что формирует репутацию университета и способствует его развитию [5].

Маркетинговая деятельность вуза также рассматривается как элемент корпоративной культуры. Продвижение ценностей университета через маркетинговые инструменты способствует формированию привлекательного имиджа образовательного учреждения и привлечению абитуриентов [6]. Влияние педагогических идей на воспитательную деятельность, а также формирование ценностей через образовательный процесс являются важными аспектами корпоративной культуры [7-10].

Материалы и методы исследований

Исследование основано на анализе теоретической литературы, анализе эмпирических данных, опросе в виде анкетирования. Теоретической базой послужили теоретические основы формирования корпоративной культуры в высших учебных заведениях. Эмпирическая основа исследования заключалась в проведении анкетирования среди студентов всех курсов факультета (ступень бакалавриат и магистратура) для оценки уровня их вовлеченности в корпоративную культуру университета и разработке рекомендаций по совершенствованию воспитательной работы в контексте формирования корпоративной культуры.

Выборку исследования составил 241 студент.

Результаты и обсуждения

Перейдем к решению второй задачи и расширенно проанализируем заявленное анкетирование. Для оценки уровня понимания корпоративной культуры в студенческой среде на факультете "Промышленное и гражданское строительство" было проведено анкетирование. Оно призвано выявить степень вовлеченности студентов, их удовлетворенность учебным процессом, внеучебной деятельностью, а также определить проблемы и предложения для улучшения атмосферы на факультете «Промышленное и гражданское строительство» с целью оценки уровня их вовлеченности в корпоративную культуру университета. Анкетирование позволило выявить ключевые аспекты воспитательной деятельности, которые способствуют формированию корпоративной культуры, а также определить направления для её дальнейшего развития.

Анкетирование, проведенное среди студентов факультета «Промышленное и гражданское строительство», позволило оценить уровень корпоративной культуры и выявить ключевые аспекты, влияющие на удовлетворенность учебным процессом и внеучебной деятельностью.

В анкетировании приняли участие 241 студент. Корпоративная культура на факультете рассматривается как совокупность ценностей, норм и традиций, формирующих отношение студентов к учебе, преподавателям и коллективу. Результаты опроса показали, что большинство студентов (62,2%) понимают корпоративную культуру как совокупность традиций и ценностей, а 60,2% – как правила поведения в коллективе. При этом 45,2% респондентов оценивают уровень корпоративной культуры на факультете как высокий, а 43,2% – как средний, что свидетельствует о достаточно благоприятной атмосфере. Однако 5,8% студентов считают уровень культуры низким, что указывает на наличие проблем, требующих внимания.

Взаимодействие между студентами и преподавателями, а также участие в мероприятиях факультета являются важными элементами корпоративной культуры. Согласно данным, 50,6% студентов оценивают уровень взаимодействия между студентами как высокий, а 43,2% – как высокий уровень взаимодействия с преподавателями. Однако только 12% респондентов регулярно участвуют в общих мероприятиях факультета, что может свидетельствовать о недостаточной вовлеченности студентов в общественную жизнь. При этом качество коммуникации между студентами и администрацией факультета оценивается как отличное (57,7%) или удовлетворительное (33,6%), что подчеркивает эффективность взаимодействия на этом уровне. Тем не менее, 4,35% студентов выразили неудовлетворенность качеством коммуникации, что требует дальнейшего анализа и улучшений.

Ценности и традиции факультета играют значительную роль в формировании корпоративной культуры. Большинство студентов (79,7%) выделяют коллективизм как важную ценность, а 77,2% отмечают традицию посвящения в студенты как наиболее близкую. При этом 44,8% респондентов считают, что на факультете существует много традиций, укрепляющих корпоративную культуру, однако 29,5% отмечают их недостаточное количество. Удовлетворенность обучением на факультете высока: 58,9% студентов полностью удовлетворены, а 36,1% – скорее удовлетворены. Основными мотиваторами обучения являются получение знаний и навыков (78,4%) и перспективы карьерного роста (63,5%). Уровень поддержки со стороны преподавателей и администрации оценивается как высокий (42,7% и 59,8% соответственно), что способствует созданию комфортной образовательной среды. Однако наличие небольшой доли неудовлетворенных студентов (4,7%) указывает на необходимость дальнейшего совершенствования учебного процесса и внеучебной деятельности.

Анализ данных анкетирования, представленных в блоках 5–9, позволяет выделить ключевые аспекты, связанные с развитием корпоративной культуры, академической средой, внеаудиторной деятельностью и идентификацией студентов с факультетом. В блоке 5, посвященном развитию и предложениям, студенты указали на необходимость улучшения коммуникации (54,8%) и поддержки инициатив (54,8%) как основных мер для укрепления корпоративной культуры. При этом 51,9% респондентов оценивают уровень вовлеченности студентов в развитие факультета как средний, а 14,1% – как низкий, что свидетельствует о недостаточной активности студентов. Несмотря на это, только 13,7% опрошенных готовы предложить свои идеи для улучшения культуры, что может быть связано с недостатком мотивации или уверенности в их реализации. Уровень информированности о мероприятиях и новостях факультета оценивается как высокий (50,2%), что указывает на эффективность коммуникационных каналов.

В блоке 6, посвященном академической среде, большинство студентов (47,7%) оценивают уровень академической атмосферы как высокий, а 42,7% – как средний, что подтверждает благоприятные условия для обучения. Однако вовлеченность студентов в научную деятельность остается на среднем уровне (52,3%), что может быть связано с недостатком мотивации или ресурсов для реализации научных проектов. Уровень доступности преподавателей для консультаций оценивается как высокий (46,1%) или средний (45,6%), что способствует эффективному учебному процессу. Организация учебного процесса также получает положительные оценки: 49,8% студентов считают ее уровень высоким, а 43,2% – средним, что подчеркивает удовлетворительное состояние академической среды.

Внеаудиторная деятельность (блок 7) и идентификация с факультетом (блок 8) также играют важную роль в формировании корпоративной культуры. Уровень внеаудиторной активности оценивается как средний (42,3%), при этом 43,6% студентов участвуют в мероприятиях, а 43,2% – нет. Наиболее популярными являются культурные мероприятия (66%) и спортивные соревнования (47,3%). Поддержка студенческих инициатив оценивается как высокая (40,2%) или средняя (38,2%), что способствует развитию студенческой активности. В блоке 8 выявлено, что 86,7% студентов чувствуют себя частью коллектива факультета, а 69,3% испытывают высокий уровень гордости за свой факультет. При этом 69,7% респондентов готовы рекомендовать факультет абитуриентам, что свидетельствует о сильной идентификации с учебным заведением. Однако в блоке 9 отмечены проблемы, такие как низкий уровень вовлеченности студентов (49,8%) и недостаток коммуникации (29,9%), которые требуют внимания для дальнейшего улучшения корпоративной культуры. Уровень обратной связи от администрации оценивается как высокий (62,2%), что способствует эффективному взаимодействию и решению проблем.

Анализ данных, представленных в блоке 10 анкетирования, позволяет выявить демографические и социальные характеристики респондентов, а также их вовлеченность в академическую и внеаудиторную деятельность. Распределение респондентов по курсам обучения показывает, что наибольшую долю составляют студенты 1 курса бакалавриата (32,4%), за ними следуют студенты 2 курса (25,3%). Доля студентов 3 и 4 курсов бакалавриата снижается до 16,6% и 11,6% соответственно, что может быть связано с естественным оттоком студентов в процессе обучения. Магистранты составляют 14,1%, что отражает меньшую численность магистерских программ по сравнению с бакалавриатом. Такое распределение может указывать на высокую вовлеченность младших курсов в анкетирование, что важно учитывать при интерпретации данных.

Большинство респондентов (65,6%) находятся в возрастной группе 17–20 лет, что соответствует типичному возрасту студентов бакалавриата. Группа 21–23 года составляет 30,7%, что может включать как старшекурсников бакалавриата, так и магистрантов. Возрастные группы 24–26 лет (3%) и старше 26 лет (0,7%) представлены минимально, что свидетельствует о преобладании традиционной студенческой молодежи в выборке.

Распределение по полу показывает преобладание юношей (58,1%) над девушками (41,9%). Такое соотношение характерно для строительного факультета, где традиционно выше доля молодых людей.

Только 22,8% респондентов участвуют в студенческом самоуправлении, тогда как 77,2% не вовлечены в эту деятельность. Это может указывать на низкий уровень интереса или мотивации студентов к участию в организационной жизни факультета, а также на возможные барьеры, такие как недостаток времени, информации или поддержки со стороны администрации.

Большинство респондентов оценивают свой уровень активности как средний (49%), что свидетельствует об умеренной вовлеченности в жизнь факультета. Высокий уровень активности отмечают 17,8% опрошенных, а низкий – 33,2%. Такое распределение может отражать общую тенденцию к пассивности среди студентов, что требует разработки мер по повышению мотивации и создания условий для более активного участия в академической и внеучебной деятельности.

Анализ двух открытых вопросов, посвящённых корпоративной культуре факультета, выявил как общие тенденции, так и уникальные аспекты восприятия студентами текущей ситуации. В первом вопросе («Какие изменения вы хотели бы видеть в корпоративной культуре факультета?») значительная часть студентов (20-25%) выразила удовлетворение текущим состоянием, что свидетельствует о стабильности, но также может указывать на недостаточную вовлечённость. Около 15-20% респондентов затруднились сформулировать предложения, что подчеркивает недостаток информированности о возможностях участия. Многие студенты (20-25%) отметили необходимость большей вовлечённости, как со стороны студентов, так и преподавателей, а также увеличения количества мероприятий (15-20%) для сплочения коллектива. Кроме того, 10-15% ответов указали на барьеры в коммуникации, а 10% – на потребность в поддержке и мотивации. Критические замечания (5-10%) подчеркнули необходимость более гибкого подхода к организации мероприятий.

Во втором вопросе («Предложения по улучшению корпоративной культуры факультета») подтвердились многие из этих тенденций. Так, 30-40% респондентов затруднились с ответом, что ещё раз указывает на низкую вовлечённость и недостаток понимания корпоративной культуры. Студенты также подчеркнули важность улучшения коммуникации, проведения мероприятий для сплочения коллектива и создания системы поощрений. Уникальными аспектами стали предложения по внедрению инновационных подходов и поддержке новичков, что указывает на потребность в адаптации к современным реалиям и создании комфортной среды для всех студентов.

Как видим, проведенное анкетирование выявило определенные проблемные точки. В связи с этим рассмотрим третью задачу и представим рекомендации по совершенствованию воспитательной работы в контексте формирования и развития корпоративной культуры на факультете, направленных на повышение вовлечённости студентов, укрепление связей между участниками образовательного процесса и создание благоприятной атмосферы для личностного и профессионального роста.

1. Развитие системы студенческого самоуправления.

Для начала, важно создать студенческие советы на уровне курсов, направлений подготовки и факультета в целом. Эти советы могут стать платформой для участия студентов в обсуждении и принятии решений, инициирования проектов и проведения регулярных встреч с деканатом. Кроме того, необходимо организовать обучение членов советов основам управления, коммуникации и проектной деятельности. Наконец, для успешной реализации инициатив важно обеспечить ресурсную и административную поддержку студенческих советов.

2. Увеличение количества и разнообразия факультетских мероприятий.

Во-первых, следует расширить спектр культурных мероприятий, таких как концерты, театральные постановки и фестивали. Во-вторых, важно организовать спортивные соревнования между курсами или факультетами, что будет способствовать здоровой конкуренции и сплочению коллектива. В-третьих, необходимо проводить научные мероприятия, например, конференции и мастер-классы с участием экспертов. Дополнительно, выездные мероприятия, такие как экскурсии или походы, помогут укрепить неформальные связи между студентами. При этом важно учитывать мнения студентов, проводя предварительные опросы и анкетирования.

3. Совершенствование коммуникации между участниками образовательного процесса. Для улучшения взаимодействия рекомендуется внедрить цифровые платформы, такие как чаты, форумы или специализированные приложения, где студенты и преподаватели смогут оперативно обмениваться информацией. Кроме того, важно организовать регулярные встречи с деканатом и кураторами, где студенты смогут высказывать свои предложения и получать обратную связь. Также стоит рассмотреть внедрение системы наставничества, где студенты старших курсов будут помогать первокурсникам адаптироваться к учебному процессу.

4. Внедрение системы поощрений для повышения мотивации студентов.

Для стимулирования активности студентов рекомендуется разработать систему поощрений. Это может включать материальные стимулы, такие как гранты, стипендии или скидки на обучение, а также нематериальные, например, публичное признание достижений на торжественных мероприятиях. Дополнительно, можно предоставлять приоритетное участие в конференциях, стажировках или образовательных программах. Создание рейтинговой системы, учитывающей активность студентов, также может стать эффективным инструментом мотивации.

5. Регулярное проведение опросов и анкетирований.

Для более глубокого понимания потребностей студентов важно регулярно проводить опросы и анкетирования. Это позволит выявить актуальные проблемы и ожидания, а также оценить эффективность уже ре-

ализуемых программ. Опросы могут проводиться как в традиционной форме, так и с использованием цифровых технологий, что обеспечит удобство и анонимность для участников. Полученные данные помогут администрации факультета принимать более обоснованные решения.

6. Укрепление корпоративной культуры через мероприятия.

Для сплочения коллектива и формирования чувства принадлежности к факультету важно увеличить количество мероприятий, направленных на укрепление корпоративной культуры. Это могут быть культурные события, такие как концерты или фестивали, спортивные соревнования между курсами, а также научные мероприятия, например, конференции или мастер-классы. Особое внимание следует уделить выездным мероприятиям, которые способствуют неформальному общению и укреплению связей между студентами.

7. Использование цифровых технологий для улучшения взаимодействия.

Для повышения эффективности коммуникации рекомендуется внедрить цифровые платформы, такие как специализированные приложения, чат-боты или онлайн-форумы. Эти инструменты позволят студентам и преподавателям оперативно обмениваться информацией, обсуждать актуальные вопросы и предлагать идеи. Кроме того, цифровые платформы можно использовать для проведения опросов, регистрации на мероприятия и получения обратной связи, что сделает процесс взаимодействия более удобным и доступным.

8. Системный подход к формированию корпоративной культуры.

Наконец, для успешного формирования корпоративной культуры необходим системный подход, который будет включать как организационные, так и технологические меры. Важно обеспечить регулярность проведения мероприятий и инициатив, а также постоянно обновлять их с учётом обратной связи от студентов. Регулярное оценивание эффективности реализуемых программ позволит своевременно вносить корректизы и поддерживать высокий уровень вовлечённости всех участников образовательного процесса.

Реализация данных рекомендаций позволит не только укрепить корпоративную культуру факультета, но и создать условия для активного участия студентов в жизни образовательного учреждения, что в конечном итоге положительно скажется на качестве образования и имидже факультета.

Выводы

Таким образом, корпоративная культура университета играет важную роль в воспитательной деятельности, способствуя формированию у студентов приверженности общим ценностям и целям образовательного учреждения. Она не только укрепляет чувство принадлежности к факультету, но и создаёт условия для личностного и профессионального роста студентов, а также способствует их активному участию в жизни вуза. Научная литература подчеркивает необходимость системного подхода к формированию корпоративной культуры, включая изучение истории вуза, развитие наставничества, создание командной культуры и внедрение современных коммуникационных инструментов. Эти элементы позволяют выстроить гармоничные отношения между всеми участниками образовательного процесса и создать атмосферу взаимного уважения и сотрудничества.

Проведенное анкетирование среди студентов факультета «Промышленное и гражданское строительство» позволило выявить ключевые проблемы и ожидания, связанные с воспитательной работой. Результаты опроса показали, что студенты заинтересованы в более активном участии в жизни факультета, но при этом им не хватает структурированных возможностей для реализации своих инициатив. Кроме того, было отмечено, что существующие мероприятия не всегда учитывают интересы всех студентов, а коммуникация между администрацией, преподавателями и студентами требует улучшения.

На основе анализа полученных данных были разработаны рекомендации по совершенствованию воспитательной работы. Они включают развитие системы студенческого самоуправления, увеличение количества и разнообразия факультетских мероприятий, внедрение цифровых платформ для улучшения коммуникации, а также создание системы поощрений для мотивации студентов. Особое внимание уделено регулярному проведению опросов и анкетирований, что позволит учитывать мнения студентов при планировании мероприятий и разработке стратегий развития.

Реализация предложенных мер позволит не только укрепить корпоративную культуру факультета, но и повысить уровень вовлечённости студентов в научную, общественную и культурную жизнь. Это, в свою очередь, будет способствовать формированию у студентов чувства ответственности за принимаемые решения, укреплению их связи с факультетом и созданию благоприятной атмосферы для их личностного и профессионального роста. В конечном итоге, такие изменения положительно скажутся на качестве образования, уровне удовлетворённости студентов и имидже факультета в целом.

Таким образом, системный подход к формированию корпоративной культуры, основанный на учёте потребностей студентов и активном вовлечении их в жизнь факультета, является важным шагом на пути к созданию современного, динамичного и сплочённого образовательного сообщества.

Список источников

1. Мельник Д.В., Юнов С.В. Формирование корпоративной культуры студентов вуза посредством корпоративной литературы // Инновационное развитие профессионального образования. 2023. № 4 (40). С. 33 – 39.
2. Мальцева А.П. Управление публикационной активностью преподавателей и научных сотрудников вуза (на примере Ульяновского государственного педагогического университета им. И.Н. Ульянова) // Поволжский педагогический поиск. 2024. № 4 (50). С. 55 – 73.
3. Лихолетов В.В., Абдуллин А.Г. Педагог и наставник - ключевые фигуры формирования образовательно-технологического суверенитета страны // Интеграция образования. 2023. Т. 27. № 3 (112). С. 468 – 489. DOI: 10.15507/1991-9468.112.027.202303.468-489.
4. Киреева А.В. К вопросу о преимуществах и недостатках кросс-функционального менеджмента (на примере образовательных организаций) // Вестник Московской международной академии. 2024. № 1. С. 55 – 62.
5. Беляев В.И., Мищенко В.В., Рудакова О.Ю. Молодые университеты России: создание и становление, роль коллектива и личности в формировании лучших университетских традиций и практик // Экономика. Профессия. Бизнес. 2023. № 3. С. 20 – 29. DOI: 10.14258/epb202333.
6. Ашурбеков Р.А., Каштанова Е.В., Щегуллина О.В. Использование маркетинговых инструментов для привлечения внимания абитуриентов к образовательной программе // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2024. Т. 13. № 3. С. 5 – 14. DOI: 10.12737/2305-7807-2024-13-3-5-14.
7. Макагон Ю.В., Федотова О.Д., Байер Е.А., Мыхнюк М.И. Гербарт и гербартянство в фокусе внимания отечественных и зарубежных исследователей (наукометрический аспект) // Мир науки. Педагогика и психология. 2023. Т. 11. № 6.
8. Быкадорова Е.С. Направления воспитательной деятельности на факультете «Промышленное и гражданское строительство» ФГБОУ во СГУПС // Территория науки и образования. 2024. № 2. С. 23 – 26.
9. Быкадорова Е.С. Воспитательная деятельность (на примере факультета Промышленное и гражданское строительство ФГБОУ во СГУПС) // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2023. № 4-1 (79). С. 32 – 36. DOI: 10.24412/2500-1000-2023-4-1-32-36.
10. Воробьев В.С., Волегжанина И.С., Исаков А.Л. [и др.] Факультету "Строительство железных дорог" - 90 лет // Вестник Сибирского государственного университета путей сообщения. 2022. № 3 (62). С. 80 – 89. DOI: 10.52170/1815-9265_2022_62_80.

References

1. Melnik D.V., Yunov S.V. Formation of corporate culture of university students through corporate literature. Innovative development of professional education. 2023. No. 4 (40). P. 33 – 39.
2. Maltseva A.P. Managing publication activity of university teachers and research staff (on the example of Ulyanovsk State Pedagogical University named after I.N. Ulyanov). Volga Region Pedagogical Search. 2024. No. 4 (50). P. 55 – 73.
3. Likholtov V.V., Abdullin A.G. Teacher and mentor - key figures in the formation of educational and technological sovereignty of the country. Integration of education. 2023. Vol. 27. No. 3 (112). P. 468 – 489. DOI: 10.15507/1991-9468.112.027.202303.468-489.
4. Kireeva A.V. On the advantages and disadvantages of cross-functional management (on the example of educational organizations). Bulletin of the Moscow International Academy. 2024. No. 1. P. 55 – 62.
5. Belyaev V.I., Mishchenko V.V., Rudakova O.Yu. Young universities of Russia: creation and development, the role of the team and the individual in the formation of the best university traditions and practices. Economy. Profession. Business. 2023. No. 3. P. 20 – 29. DOI: 10.14258/epb202333.
6. Ashurbekov R.A., Kashtanova E.V., Shchegulina O.V. Using Marketing Tools to Attract Applicants to an Educational Program. Personnel and Intellectual Resource Management in Russia. 2024. Vol. 13. No. 3. P. 5 – 14. DOI: 10.12737/2305-7807-2024-13-3-5-14.
7. Makagon Yu.V., Fedotova O.D., Bayer E.A., Mykhnyuk M.I. Herbart and Herbartianism in the Focus of Attention of Domestic and Foreign Researchers (Scientometric Aspect). World of Science. Pedagogy and Psychology. 2023. Vol. 11. No. 6.

8. Bykadorova E.S. Directions of educational activities at the Faculty of Industrial and Civil Engineering of the Federal State Budgetary Educational Institution at SUSPS. Territory of Science and Education. 2024. No. 2. P. 23 – 26.

9. Bykadorova E.S. Educational activities (on the example of the Faculty of Industrial and Civil Engineering of the Federal State Budgetary Educational Institution at SUSPS). International Journal of Humanities and Natural Sciences. 2023. No. 4-1 (79). P. 32 – 36. DOI: 10.24412/2500-1000-2023-4-1-32-36.

10. Vorobyov V.S., Volegzhanova I.S., Isakov A.L. [et al.] The Faculty of Railway Construction is 90 years old. Bulletin of the Siberian State Transport University. 2022. No. 3 (62). P. 80 – 89. DOI: 10.52170/1815-9265_2022_62_80.

Информация об авторах

Быкадорова Е.С., кандидат педагогических наук, доцент, доцент, ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения», bykadorova_es@mail.ru

© Быкадорова Е.С., 2025
