

Учредитель:
ФГБОУ ВО «Уральский
государственный педа-
гогический университет»

Главный редактор:
Ларионова И.А., доктор
педагогических наук,
профессор

**Заместитель главного
редактора:**
Дегтерев В.А., доктор
педагогических наук,
профессор

**Ответственный
редактор:**
Коротун А.В., кандидат
педагогических наук,
доцент

Адрес редакции:
г. Екатеринбург,
пр. Космонавтов, 26,
каб. 149

Тел.:
(343) 235-76-81
Факс:
(343) 336-13-50

E-mail:
s-h_vestnik@rambler.ru

Периодичность – 4 раза
в год

Электронная версия
журнала размещена на
сайте: isobr.uspu.ru

Зарегистрирован Меж-
дународным центром
стандартной нумерации
сериальных изданий
ISSN 2307-6308

При перепечатке мате-
риалов ссылка на жур-
нал и авторов обяза-
тельна

СОДЕРЖАНИЕ

ОБРАЩЕНИЕ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА.....	3
<u>ОБРАЗОВАНИЕ: ПОДГОТОВКА ВОЖАТЫХ</u>	
Дереча И.И., Слизкова Е.В. Программа подготовки вожатых к деятельности в пришкольных лагерях и на дворовых площадках.....	4
Киселева Е.В., Киселев Н.Н. Экспертиза воспитывающей среды образовательной организации в условиях «текучей» современности..	8
Тримайлова Е.С. Профессиональная ориентация в системе образования: историко-правовой аспект и актуальные направления работы.....	13
<u>МАРКЕТИНГ УСЛУГ</u>	
Богданова Е.Н. Социально-правовые аспекты лицензирования электронного здравоохранения в формате marketplace.....	20
Николаева М.А., Лубнин В.В. Рекламная кампания по продвижению услуг ораторского центра: от теории к практике.....	27
<u>ЭКОНОМИКА РЕГИОНА</u>	
Бочарникова Е.В., Авдюкова А.Е. Международные связи Свердловской области: внешнеэкономический аспект.....	40
<u>ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ</u>	
Комаров Н.А. Интеграционные процессы в сфере образования в рамках Союзного государства и ЕАЭС.....	47
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	53
INFORMATION ABOUT THE AUTHORS	55
ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ	56

ВЕСТНИК СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ

научно-практический журнал

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Артамонова Е.И.	доктор педагогических наук, профессор	Москва, Россия
Белкин А.С.	доктор педагогических наук, профессор	Екатеринбург, Россия
Галагузова М.А.	доктор педагогических наук, профессор	Екатеринбург, Россия
Козыбай А.К.	доктор педагогических наук, профессор	Алматы, Казахстан
Маврина И.А.	доктор педагогических наук, профессор	Омск, Россия
Мардахаев Л.В.	доктор педагогических наук, профессор	Москва, Россия
Маркович В.В.	кандидат исторических наук, доцент	Курск, Россия
Мустаева Ф.А.	доктор социологических наук, профессор	Магнитогорск, Россия
Пак Л.Г.	доктор педагогических наук, профессор	Оренбург, Россия
Пугачева Н.Б.	доктор педагогических наук, профессор	Казань, Россия
Расчетина С.А.	доктор педагогических наук, профессор	Санкт-Петербург, Россия
Стейнов Л.	доктор философии, профессор	Копенгаген, Дания
Шарин В.И.	доктор экономических наук, профессор	Екатеринбург, Россия

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Анисимова А.В.	кандидат педагогических наук, доцент	Екатеринбург, Россия
Байлук В.В.	доктор философских наук, профессор	Екатеринбург, Россия
Грибан И.В.	кандидат исторических наук, доцент	Екатеринбург, Россия
Дегтерев В.А.	доктор педагогических наук, профессор	Екатеринбург, Россия
Иваненко М.А.	кандидат педагогических наук, доцент	Екатеринбург, Россия
Коротун А.В.	кандидат педагогических наук, доцент	Екатеринбург, Россия
Попп И.А.	кандидат исторических наук, доцент	Екатеринбург, Россия
Тагильцева Ю.Р.	кандидат филологических наук, доцент	Екатеринбург, Россия
Шрамко Н.В.	кандидат педагогических наук, доцент	Екатеринбург, Россия

Материалы журнала размещаются на платформе
Российского индекса научного цитирования (РИНЦ)
Российской универсальной научной электронной библиотеки



ЛАРИОНОВА ИРИНА АНАТОЛЬЕВНА

Доктор педагогических наук, профессор, директор Института социального образования Уральского государственного педагогического университета, главный редактор научно-практического журнала «Вестник социально-гуманитарного образования и науки»

Уважаемые коллеги, дорогие друзья!

Мы продолжаем знакомить вас с основными практиками развития воспитывающей среды образовательных организаций, подготовки вожатых как отражение реализации тенденций государственной социальной политики РФ в интересах детей и семей. Раздел «Образование: подготовка вожатых» охватывает практические результаты деятельности регионов, городов РФ, отдельных организаций в осуществлении профессиональной подготовки вожатских кадров. Этому вопросу уделили внимание такие авторы, как Дереча И. И., Слизкова Е. В., Киселева Е. В., Киселев Н. Н., Тримайлова Е. С.

В разделе «Маркетинг услуг» Богданова Е. Н. анализирует социально-правовые аспекты лицензирования электронного здравоохранения; Николаева М. А., Лубнин В. В. – продвижение услуг ораторского центра.

Раздел «Экономика региона» представлен исследованием Бочарниковой Е. В. и Авдюковой А. Е. о содержании и развитии международных связей Свердловской области.

Раздел «История международных отношений» представлен исследованием в области развития интеграционных процессов в сфере образования в рамках Союзного государства и ЕАЭС.

С надеждой на сотрудничество и уважением, Ирина Анатольевна Ларионова

Дереча И.И., Слизкова Е.В.

Ишим

ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ ВОЖАТЫХ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРИШКОЛЬНЫХ ЛАГЕРЯХ И НА ДВОРОВЫХ ПЛОЩАДКАХ

Ключевые слова: учебные программы; досуговая деятельность; воспитательный процесс; воспитательная работа; формы воспитания; вожатые; подготовка вожатых; детские лагеря.

Аннотация. В статье представлена авторская программа подготовки вожатых, включающая модули: введение в профессию «вожатый», организационно-методическая и воспитательная работа в лагере с дневным пребыванием и игровых площадках по месту жительства, самоуправление в лагере, технология решения педагогических задач.

Для успешной реализации программы авторы предлагают использовать метод погружения, интерактивные технологии воспитания, решение практико-ориентированных кейсов. Программа «Педагог-вожатый» может быть адаптирована к конкретным условиям подготовки вожатых.

Derecha I.I., Slizkova E.V.

Ishim

PROGRAM OF TRAINING OF LEADERS FOR ACTIVITY IN SCHOOL CAMPS AND ON DOMESTIC PLATFORMS

Keywords: learning programs; leisure activities; educational process; educational work; forms of education; counselors; training counselors; children's camps.

Abstract. The author's program of training of leaders which is turning on modules is presented in article: introduction to a profession "leader", organizational and methodical and educational work in the camp with day stay and playgrounds at the place of residence, self-government in the camp, technology of the solution of pedagogical tasks.

For successful implementation of the program authors suggest to use an immersion method, interactive technologies of education, the solution of the practice-focused cases. The Teacher leader program can be adapted to specific conditions of training of leaders.

Государственный заказ, сформулированный в Концепции поддержки развития педагогического образования, в Указе Президента РФ № 536 о создании общественно-государственной детско-юношеской организации «Российское движение школьников», акцентирует внимание на существующие проблемы, одной из которых является проблема подготовки вожатых.

В Тюменской области уделяется большое внимание организации детского отдыха и оздоровления детей. На территории области наряду с загородными детскими оздоровительными лагерями работают и пришкольные лагеря, уличные игровые площадки. Качество отдыха детей в пришкольном лагере, на игровых площадках по месту жительства во многом зависит от уровня подготовленности вожатых.

В Ишимском педагогическом институте им. П.П. Ершова (филиал) ФБОУ ВО «Тюменский государственный университет» разработана и реализуется программа «Педагог-вожатый» с целью формирования и развития компетенций, позволяющих осуществлять профессиональную деятельность в сфере организации летнего отдыха детей в лагерях с дневным пребыванием, а также на игровых площадках по месту жительства.

Программа «Педагог-вожатый» разработана на основе:

– закона «Об образовании в Российской Федерации»: Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ;

– профессионального стандарта «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)», утвержденного Министерством труда и социальной защиты РФ (приказ № 544н от 18 октября 2013 г.), применяемого работодателем при формировании кадровой политики и в управлении персоналом, при организации обучения и аттестации работников с 1 января 2015 года.

Целью программы «Педагог-вожатый» является подготовка обучающихся к организации летнего отдыха детей и подростков, а также детей и подростков с ограниченными возможностями здоровья в лагерях с дневным пребыванием и игровых площадках по месту жительства.

Программа подготовки вожатых включает в себя пять модулей: *ведение в профессию «вожатый»*, организационно-методическая работа в лагере с дневным пребыванием и игровых площадках по месту жительства, воспитательная работа в лагере с дневным пребыванием и игровых площадках по месту жительства, самоуправление в лагере с дневным пребыва-

нием и игровых площадках по месту жительства, технология решения педагогических задач.

При изучении первого модуля обучающиеся знакомятся с профессиограммой вожатого, нормативно-правовыми основами деятельности вожатого, с основами обеспечения безопасного пребывания ребенка в лагере, а также основными методами развития soft skills [1, с. 22].

Второй модуль предполагает изучение организационно-методической работы в лагере с дневным пребыванием и игровых площадках по месту жительства. В содержание данного модуля входит освоение идей, концепций для успешной организация летнего отдыха детей и подростков, разработка планов на период смены, определение формы проведения конкурсно-игровых программ, учитывающих особенности учреждения и особенности детей при проведении мероприятий. При реализации модуля учитывается, что планирование требует установления перечня и порядка действий по реализации конкурсно-игровой программы, тематической программы смены. Мероприятия должны логически выстраиваться в соответствии с задачами по направлениям и этапам лагерной смены (адаптационный, индивидуализация, интеграция, подготовка к расставанию) [2]. В качестве творческого задания бакалаврам предлагается разработать план-сетку, отрядные мероприятия, программу тематической лагерной смены. Изучение модуля дает возможность студентам моделировать построение логики смены.

Третий модуль программы посвящен организации воспитательной работы. Студенты знакомятся с созданием предметно-развивающей среды в лагере с дневным пребыванием, рассматривают, как осуществляется в условиях детского

лагеря «социальное закаливание», «процесс проживания», «досуговое общение», акцентируется внимание на том, что диалогические отношения строятся с опорой на определенный ценностный блок, в основу которого положены общечеловеческие ценности [3].

Бакалавры изучают формы работы, которые целесообразно использовать в пришкольном лагере и на дворовых площадках, проектируют авторские мероприятия, такие как КТД, поход, деловая игра, фестиваль, эстафета, ярмарка, шоу, праздник, конкурс, как будущие вожатые РДШ подробно знакомятся с организацией и проведением проектной деятельности с обучающимися. Отрядные мероприятия студенты апробируют с учащимися школ города во время организации внеурочной деятельности обучающихся. Бакалавры пытаются реализовать в процессе деловой игры логику развития временного детского коллектива, подробно анализируя деятельность вожатого на каждом этапе, разрабатывают тренинговые занятия, дискуссии, формы физической рекреации, подбирают физические упражнения, способствующие ослаблению стресса и напряжения детского организма, улучшению физической подготовленности.

Бакалавры выполняют творческие задания по проектированию досуговой деятельности в пришкольном лагере и на уличных дворовых площадках [4]. В рамках изучения данного модуля обучающимся предоставляется возможность узнать особенности работы с одаренными детьми, составить портфолио диагностических методик, спроектировать включение в мероприятия детей с ограниченными возможностями здоровья.

В результате изучения данного модуля педагог-вожатый знает современные воспитательные технологии; способен учи-

тывать общие, специфические закономерности и индивидуальные особенности психического и психофизиологического развития, особенности регуляции поведения и деятельности человека на различных возрастных ступенях; готов организовывать различные виды деятельности: игровую, учебную, предметную, продуктивную, культурно-досуговую; способен разрабатывать и реализовывать культурно-просветительские программы для различных категорий населения, в том числе с использованием интерактивных технологий [5].

Четвертый модуль «Самоуправление в лагере с дневным пребыванием и игровых площадках по месту жительства» направлен на знакомство с особенностями организации детского самоуправления, технологиями формирования временного детского коллектива в лагере с дневным пребыванием и игровых площадках по месту жительства. Бакалавры проектируют систему стимулирования детей в номинациях: «Творчество», «Спорт», «Отзывчивость», «Работа в команде», «Исследователь», разрабатывают отрядные мероприятия с учетом стадии развития детского коллектива [6].

Пятый модуль «Технология решения педагогических задач» способствует формированию у педагога-вожатого культуры мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения. Вожатые РДШ учатся организовывать совместную и индивидуальную деятельность детей в соответствии с возрастными нормами их развития, стадией развития временного детского коллектива.

Реализация программы «Педагог-вожатый» сочетает в себе лекции, практические занятия, мастер-классы, тренинги по основным направлениям и содержанию воспитательной работы в лагерях разных

видов. Программу целесообразно реализовывать, используя метод погружения.

Результатом реализации программы «Педагог-вожатый» стало повышение мо-

тивации у студентов к работе с детьми, укрепление веры в себя как педагога и повышение стрессоустойчивости.

Библиографический список

1. Бацунов С. Н., Дереча И. И., Кунгурова И. М., Слизкова Е. В. Современные детерминанты развития soft skills // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – № 4 (апрель). – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2018/181018.htm>.

2. Слизкова Е. В., Дереча И. И. Летняя академия вожатого: учебное пособие. – М.: Университетская книга, 2017. – 192 с.

3. Слизкова Е. В., Дереча И. И. Подготовка бакалавров к организации летней педагогической практики в детских оздоровительных лагерях // Вестник Оренбургского государственного университета (ОГУ). – 2016. – № 4 (192). – С. 29-34.

4. Дереча И. И., Кунгурова И. М. Совершенствование самостоятельной работы студентов в процессе изучения педагогических дисциплин // Интернет-журнал «Науковедение». – 2014. – № 4.

5. Слизкова Е. В. Подготовка педагога дополнительного образования. Методика работы вожатого: учебное пособие для СПО / Е. В. Слизкова, И. И. Дереча. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2018. – 149 с.

6. Слизкова Е. В. Педагогика дополнительного образования. Методика работы вожатого: учебное пособие для академического бакалавриата / Е. В. Слизкова, И. И. Дереча. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2018. – 149 с.

Статью рекомендует докт. пед. наук, профессор Дегтерев В.А.

Киселева Е.В., Киселев Н.Н.

Новосибирск

ЭКСПЕРТИЗА ВОСПИТЫВАЮЩЕЙ СРЕДЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ «ТЕКУЧЕЙ» СОВРЕМЕННОСТИ

Ключевые слова: воспитывающая среда, компоненты воспитывающей среды, экспертизы, воспитательная работа.

Аннотация. Статья затрагивает проблему сущности воспитывающей среды, рассматривает характеристики и ресурсы данной среды. Для понимания сущностных характеристик воспитывающей среды определяются ее компоненты.

В статье проанализированы компоненты воспитывающей среды, а именно – конкретные виды сред, составляющих сущностную основу воспитывающей среды. В целом, допустимо констатировать, что внимание в процессе реализации воспитания к эмоциональной, содержательной, информационной, художественно-эстетической, предметной и природной видам сред создает сущностную базу воспитывающей среды.

Рассмотрено понятие «текучей» современности и влияние данного явления на современное воспитание. Приведены показатели, позволяющие дать экспертную оценку воспитывающему влиянию в различных видах сред. Уточнено, что важнейшим ресурсом воспитывающей среды является ее эмоциональная безопасность. Анализ вышесказанного позволил рассмотреть воспитывающую среду в конкретных деталях, что может служить хорошей основой для анализа и реализации воспитания в современных условиях «текучей» современности.

Kiselev N.N., Kiseleva E.V.

Novosibirsk

EXAMINATION OF THE LEARNING ENVIRONMENT OF THE EDUCATIONAL ORGANIZATION IN THE "FLUID" MODERNITY

Keywords: educational environment, components of educational environment, expertise, educational work.

Abstract. The article deals with the problem of the nature of the learning environment, considers the features and resources of the environment. Its components are determined for understanding the basic features of the learning environment. The article analyses components of the learning environment, namely specific kinds of environments that constitute the foundation of the learning environment. In general, it is possible to state that while educating, the attention to the emotional, content, informational, artistic and aesthetic, subject and natural types of environments, creates an essential foundation of the learning environment.

The concept of "fluid" modernity and the impact of this phenomenon on modern education are considered. The indicators allowing giving an expert assessment of the educating influence in various types of environments are given. It is determined that the most important resource of the educational environment is its emotional security. Analysis of the above allowed to consider the educational environment in specific details, which can serve as a good basis for the analysis and implementation of education in modern conditions of "fluid" modernity.

Понятия «текучей» современности, «текучей» морали обсуждаются сегодня как в социологической, так и в психологической науке. Данный подход к современности ввел З. Бауман, определяя ненадежность, неустойчивость, уязвимость как наиболее широко распространенные особенности современных условий жизни [1, с. 173].

Как отмечает С. А. Кравченко, надо сегодня исходить из того, что на содержание современной морали влияет комплекс факторов сложности, среди которых можно отметить следующие: сокращающееся количество долгоживущих социумов и увеличивающееся количество короткоживущих, что прямо касается ценностей, норм, идеалов, референтов; нелинейность развития представлений о добре и зле; приход многочисленных культурных гибридов в нашу жизнь [3]. Если учесть, что атрибутивным качеством утверждающейся морали является текучесть (в реально обозримом времени происходит изменение принципов и норм жизни, расширение ценностных основ), то правомерно, используя методологию З. Баумана, именовать сегодняшнюю мораль текучей моралью [1]. Новая мораль постоянно преподносит нам эмерджентность, неопределенность и турбулентность «правильных» принципов и норм. Более того, она ставит каждого из нас в условия соблазна и необходимости выбора среди множества возможностей, ценностей, идеалов, что в итоге определяет суть нашей самоидентификации. При этом ни сам выбирающий, ни его родители и близкие люди, ни педагоги не могут дать гарантии того, что выбор «правильных» моральных принципов и норм не содержит латентных опасностей – неожиданных проявлений зла в виде тех или иных ненамеренных последствий. Вчерашние представления о правильности, красоте, полезности, о том, что при-

нято называть моральным здоровьем, сегодня «устаревают». Раскрепощенное желание в отсутствии резкого сокращения табу порождает всё новые потребности. Но надо понимать, что главной причиной зарождения, распространения и востребованности текучей морали является не безнравственность современного поколения людей, а реалии становления сложного социума. Именно данный тип морали помогает адаптироваться к неопределенностям и турбулентностям современного мира. Без неё люди не смогли бы вообще заниматься инновационной деятельностью. Без морали этого типа не состоялась бы эмансипация ни социальной, ни политической, ни экономической сфер жизнедеятельности. Не было бы столь желанного открытого общества и тех мобильностей, которые оно представляет своим членам [4, с. 4].

Таким образом, встает вопрос о том, что сегодня для реализации воспитания необходима адаптивная ценностная платформа, имеющая гуманистический фундамент, но соответствующая реалиям сложного социума, включающая диапазон различных кластеров теоретических подходов к воспитанию, что позволяет большинству найти в ней свою ценностную нишу.

Современный период постоянных социальных изменений и перманентной неопределенности в развитии общества, безусловно, влияет и на деятельность образовательных организаций, на реализацию процесса воспитания в них [7]. На чем в данных условиях строить сегодняшнее воспитание? Какие механизмы его реализации использовать? Как анализировать, осуществить экспертизу воспитания? Вот только малая часть вопросов, которые ставят перед собой педагоги-ученые и педагоги-практики. Как отмечает Н. Л. Селиванова: «Серьезные испытания сопровождают

теорию и практику воспитания уже более четверти века. Причины этого носят как объективный характер – необходимость политического, экономического переустройства нашего общества, что сопровождалось, прежде всего, мировоззренческим кризисом, так и субъективный характер – недостаточная продуманность, проработанность некоторых решений в области образования. Сегодня необходимо, наконец, осознать, что “знание без воспитания – это меч в руках сумасшедшего”, и сделать воспитание подрастающего человека действительным, а не декларированным приоритетом общества» [5, с. 19].

Осуществление процесса педагогической экспертизы воспитания в образовательных организациях, в организациях отдыха и оздоровления детей должно учитывать данные тенденции. Педагогическая экспертиза является одним из направлений экспертной деятельности, как в нашей стране, так и на западе, целью которой, в общем виде, является изучение и оценка объекта, в качестве которого могут выступать педагогические процессы, определенные виды педагогической деятельности [6; 10; 11; 12; 13; 14; 15]. Таким объектом педагогической экспертизы является и воспитывающая среда.

Среда образовательной организации – элемент воспитательной системы учреждения, комплекс природных, материальных, предметно-эстетических, социальных элементов, в процессе освоения которых происходит создание коллективом жизненного пространства, обеспечивающего решение воспитательных задач. Освоение среды предполагает формирование фрагментов природной, вещной среды, освоение социума, обустройство жизни сообщества организации.

Воспитывающую среду отличают следующие характеристики:

- целенаправленно педагогически освоенная среда, системно реализующая воспитывающее влияние в различных видах сред;
- соответствие содержания среды целям и задачам воспитательной программы;
- присвоение детьми (студентами) и взрослыми элементов среды;
- эмоционально-безопасная среда.

Вопросам эмоциональной безопасности образовательной среды сегодня уделяют особое внимание [8; 9].

Компонентами воспитывающей среды, на наш взгляд, можно считать целенаправленно педагогически сконструированные различные виды сред и их использование в процессе воспитания. Данные компоненты могут выступать и самостоятельными объектами экспертизы, важно иметь представление о показателях воспитывающего влияния в данных видах сред.

Основные компоненты воспитывающей среды и показатели наличия воспитывающего влияния в различных видах сред:

1. Эмоциональная среда: наличие традиций, ритуалов, символов (девизы, песни, форма, эмблемы), вовлекающих воспитанника в эмоциональное переживание, развивающие активность, творчество, самостоятельность.

2. Содержательная среда: специфические направления жизнедеятельности организации, носящие развивающий характер, т. е. влияющие на формирование и развитие личности (волонтерство, самоуправление и пр.); содержание взаимодействия участников среды, развивающее ее субъектов (повседневное общение, задающее эталонные нормы, и т. д.).

3. Художественно-эстетическая среда: цветовое, световое решение визуальной среды организации; формообразующие элементы, создающие особый климат учреждения, которые влияют на образ

жизни воспитанника в нем (образность интерьеров, малые архитектурные формы, дизайн помещений и т. п.), визуальная эстетика среды.

4. Информационная среда: наличие собственных средств информации (пресс-центр, газета, журнал, информационный стенд и др.). Возможность у воспитанников влиять на содержание информационной среды, представлять свои позиции.

5. Предметная среда: материально-техническое обеспечение учреждения (радиосвязь, аппаратура), благоустроенность помещений, площадок.

6. Природная среда: озеленение, экологичность, природосберегающие меры, использование природных возможностей в жизнедеятельности организации.

Таким образом, учет сущностных характеристик воспитывающей среды, таких как: целенаправленно педагогически созданная среда, реализующая воспитыва-

ющее влияние в различных видах сред и соответствующая целям процесса воспитания; среда, освоенная субъектами образовательного (либо воспитательного) процесса; эмоционально-безопасная среда, позволяет инструментально формировать данную среду [2; 3]. Развитие ключевых компонентов воспитывающей среды – эмоциональной, содержательной, информационной, художественно-эстетической, предметной и природной сред раскрывает ее воспитывающий потенциал, а достижение в процессе создания воспитывающей среды обозначенных выше показателей в отдельных компонентах воспитывающей среды, на наш взгляд, приводит к появлению ключевых характеристик эффективного процесса воспитания в образовательной организации. Экспертиза данного процесса позволит его совершенствовать, получить качественный результат в условиях «текучей» современности.

Библиографический список

1. Бауман З. Текущая современность. – СПб.: Питер, 2008. – 240 с.
2. Киселев Н. Н., Киселева Е. В. Межличностные отношения как ресурс эмоциональной безопасности образовательной среды. // Сибирский педагогический журнал. – 2014. – № 6. – С. 36-39.
3. Киселева Е. В., Киселев Н. Н. Модель воспитания: сущностные характеристики, вузовская специфика // Вопросы воспитания. – 2013. – № 3. – С. 22-26.
4. Кравченко С. А. Переоткрытие социальной реальности как показатель валидности социологического знания // Социологические исследования. – 2014. – № 5. – С. 27-37.
5. Селиванова Н. Л. Воспитание в современном обществе: взгляд на проблему // Отечественная и зарубежная педагогика. – 2016. – № 1. – С. 18-20.
6. Селиванова Н. Л. Деятельность эксперта в оценке качества воспитания школы // Вопросы воспитания. – 2012. – № 3. – С. 86-93.
7. Селиванова Н. Л., Степанов П. В. Стратегия развития воспитания: потенциальные пути реализации // Теория и практика воспитания: материалы Международной науч.-практ. конф., посв. 120-летию со дня рождения Л. С. Выготского (Москва, 7-8 июня 2016 г.). – М.: Изд-во Московского психолого-социального университета, 2016. – С. 551-555.
8. Рубцов В. В., Баева И. А. Психологическая безопасность образовательной среды как условие психосоциального благополучия школьника // Безопасность образовательной среды. – М.: Экон-Информ, 2008. – С. 5-11.
9. Рубцов С., Березина Т. Н. Роль подлинных эмоций в эмоциональной безопасности образовательной среды // Психологическая наука и образование. – 2013. – № 6. – С. 101-107.

10. Экспертиза в социальном мире: от знания к деятельности / под ред. Г. В. Иванченко, Д. А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2006. – 454 с.
11. Kalathaki M. Evaluation tool for the application of discovery teaching method in the Greek environmental school projects // World Journal of Education. – 2015. – Т. 5. – №. 2. – С. 40.
12. Madsen T. Evaluation of a Leadership Program's Impact on Participants and Civic Engagement. – Walden University, 2014.
13. Preskill H., Parkhurst M., Splansky Juster J. Guide to evaluating collective impact: Learning and evaluation in the collective impact context. – Mode of access: <http://www.fsg.org/collective-impact-forum> Roberts.
14. The dissertation journey. – 2nd ed. – Thousand Oaks, CA: Corwin, 2014.
15. Taylor-Powell E., Steele S., Douglass M. Planning a program evaluation. – Madison, WI: University of Wisconsin Cooperative Extension, 1996.
16. Webb J. M., Diana E. M., Luft P., et al. Influence of pedagogical expertise and feedback on assessing student comprehension from nonverbal behavior // The Journal of Educational Research. – 1997. – № 91.2. – P. 89-97.

Статью рекомендует докт. пед. наук, профессор Дегтерев В.А.

Тримайлова Е. С.
Екатеринбург

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОРИЕНТАЦИЯ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ: ИСТОРИКО-ПРАВОВОЙ КОНТЕКСТ И АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ

Ключевые слова: модели психолого-педагогического сопровождения, психолого-педагогическое сопровождение, старшеклассники, выбор профессии, профессиональная ориентация, профориентация школьников, профессиональное самоопределение, самоопределение школьников, я-образ, гибкие навыки.

Аннотация. В статье рассматриваются различные подходы к понятию «профессиональная ориентация», изложены представления о системе формирования образа Я как предпосылке профессионального самоопределения старшеклассников и связи этого процесса с профессиональной ориентацией. Особый акцент сделан на оценке низкой эффективности существующих в настоящее время в системе образования программ профессионального самоопределения подростков, их несоответствии современному социальному запросу. Изложена альтернативная модель психолого-педагогического сопровождения формирования образа Я старшеклассников в процессе профессиональной ориентации с учетом формирования надпрофессиональных (гибких) навыков.

Trimaylova E.S.
Ekaterinburg

PROFESSIONAL ORIENTATION IN THE EDUCATION SYSTEM: HISTORICAL AND LEGAL CONTEXT AND ACTUAL DIRECTIONS OF WORK

Keywords: models of psychological and pedagogical support, psychological and pedagogical support, high school students, choice of profession, vocational orientation, vocational guidance of schoolchildren, professional self-determination, self-determination of schoolchildren, self-image, flexible skills.

Abstract. The article discusses various approaches to the concept of "professional orientation", outlines the system of forming the image of self as a prerequisite for the professional self-determination of high school students and the connection of this process with professional orientation. Particular emphasis was placed on assessing the low effectiveness of currently existing adolescent professional self-determination programs in the education system, their incompatibility with modern social demand. An alternative model of psychological and pedagogical support of the formation of the image of I high school students in the process of vocational orientation, taking into account the formation of super-professional (flexible) skills.

В настоящее время в образовательной сфере складывается неоднозначная ситуация в отношении профессиональной ориентации обучающихся. Разбираясь в причинах данной ситуации, можно выделить ее организационные и содержательные

стороны. Организационные моменты касаются нормативно-правовой базы, государственного регулирования, формы и формата профессиональной ориентации в современных образовательных реалиях. Содержательные аспекты касаются непо-

средственного наполнения программ психолого-педагогического сопровождения обучающихся в процессе профориентации.

Исторически одной из самых первых моделей профессиональной ориентации считается схема, предложенная Ф. Парсонсом, влиятельным американским просветителем и реформатором, основоположником попечительского совета «Бюро по выбору профессий» (Бостон). Модель, разработанная Ф. Парсонсом в 1908 г., ставила своей целью «помощь молодым людям в выборе профессии, подготовке к выбору области профессиональной деятельности и созданию эффективной и успешной карьеры». Основным принцип помощи выбора профессии состоял из трех частей:

1) четкое представление о себе, своих склонностях, способностях, интересах, ресурсах, ограничениях и других качествах;

2) знание требований и условий для достижения успеха, преимуществ и недостатков, компенсаций, возможностей и перспектив в различных направлениях деятельности;

3) правильное, обоснованное соотношение этих двух групп факторов [15].

Становление профессиональной ориентации подробно рассматривается Е. Ю. Пряжниковой в статье «К вопросу об истории развития профориентации и профессионального самоопределения» [8], в которой автор делает основной акцент на историко-культурные предпосылки профориентации за рубежом и на психологические причины возникновения профориентации в России.

В последнее время усилиями научного сообщества проводится масштабная работа по популяризации профориентационных мероприятий, в связи с чем разработано множество общеразвивающих программ профессиональной ориентации

обучающихся. Возрождаются идеи П. Т. Блонского, который обосновал необходимость профориентационной работы с начальными классами через ознакомление с профессиями и пробы сил [9]. Современные программы по профориентации захватывают даже дошкольный возраст в форме первичного информирования детей о мире профессий. Дополнительно к этим тенденциям создана сеть экспериментальных и сетевых площадок, вступил в силу новый профессиональный стандарт педагога-психолога¹ как основного специалиста, осуществляющего деятельность по профессиональной ориентации в образовательных организациях.

Основой для большинства разработок в области профориентации на протяжении последних десятилетий являются «Концепция профессионального самоопределения молодежи» (РАО, В. А. Поляков, С. Н. Чистякова, И. А. Сасова и др., 1993 г.), «Концепция организационно-педагогического сопровождения профессионального самоопределения обучающихся в условиях непрерывности образования» (ЦПО ФИРО, В. И. Блинов, И. С. Сергеев и др., 2014 г.). Большое распространение получили: программа предпрофильной подготовки Г. В. Резапкиной «Психология и выбор профессии» (2005 г.), программа общеобразовательных учреждений «Технология. Твоя профессиональная карьера 8-9 классы» С. Н. Чистяковой (2015 г.), программа курса предпрофильной подготовки «Выбор профессии» З. М. Воробьевой (2014 г.), программа элективного ориентационного курса «От учебы к профессиональной карьере» Н. Ф. Родичева, С. Н. Чистяковой (2012 г.) и др.

Вопросам профессиональной ориентации и профессионального самоопределе-

¹ Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24 июля 2015 г. № 514н.

ния посвящено значительное количество трудов. Известные работы в этом направлении принадлежат Е. А. Климову, Н. С. Пряжникову, М. Р. Гинзбургу, И. С. Кону, Э. Ф. Зееру, Е. И. Рогову и др.

Что касается правового регулирования профессиональной ориентации, то ее значимость декларируется на уровне Федерального Закона «Об образовании в Российской Федерации»², согласно которому «становление и формирование личности обучающегося, развитие интереса к познанию и творческих способностей обучающегося, формирование навыков самостоятельной учебной деятельности» происходит на основе индивидуации и профессиональной ориентации содержания среднего общего и дополнительного образования (ст. 66, ч. 3; ст. 75, ч. 1), а «психолого-педагогическая, медицинская и социальная помощь включает в себя: <...> помощь обучающимся в профориентации, получении профессии и социальной адаптации» (ст. 42, ч. 2).

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования³ декларирует становление личностных характеристик выпускника, подготовленного к осознанному выбору профессии и понимающего значение профессиональной деятельности для человека и общества. В каждом из видов результатов освоения основной образовательной программы (личностных, метапредметных и предметных) ФГОС СОО содержит требования, касающиеся профориентационной работы. В частности:

– личностные результаты: готовность и способность обучающихся к саморазви-

тию и личностному самоопределению, сформированность их мотивации к обучению и целенаправленной познавательной деятельности;

– метапредметные результаты: способность к построению индивидуальной образовательной траектории;

– предметные результаты: способность освоения основной образовательной программы для учебных предметов на углубленном уровне, ориентированном преимущественно на подготовку к последующему профессиональному образованию и профессиональной деятельности.

Программа воспитания и социализации при получении среднего общего образования согласно требованиям ФГОС СОО также обязательно должна включать направление социализации и профессиональной ориентации обучающихся и обеспечивать таким образом формирование характера профессиональных предпочтений выпускников. При этом подчеркивается, что программа должна содержать описание методов и форм профессиональной ориентации в образовательной организации. И именно в содержательном аспекте эффективность всех перечисленных выше мер и существующей модели профориентационной деятельности в образовательных организациях подвергается сомнению многими исследователями в основном из-за отсутствия системности в работе и устаревших методик, составляющих базу учебно-методических разработок в данной сфере. Некоторые авторы (В. И. Блинов, И. С. Сергеев и др.) отмечают, что «современный этап профориентационной работы в Российской Федерации отличается противоречивостью, сочетанием ряда застарелых и относительно новых проблем» [3, с. 8].

Изучение литературы по реализации профессиональной ориентации в сфере

² Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ.

³ Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 г. № 413 (с изм. на 29.06.17).

образования показывает, что за последние два десятилетия было выполнено большое количество работ, основательно разрабатывающих эту тему. Их изобилие свидетельствует о том, что предмет исследования представляет собой значительный интерес. Однако необходимо отметить, что современные подходы к трактовке этого понятия, отраженные в публикациях монографического и учебно-методического характера, могут серьезно отличаться. Психологическая наука на современном уровне развития включает в себя множество направлений, школ и течений, которые в той или иной степени находят свое отражение в прикладных областях, в частности, в составлении программ профориентационной работы. Эклектичное начало неизбежно приводит к возникновению терминологических неточностей, затрудняющих понимание того или иного явления. Определение места профориентационной деятельности в образовательном процессе и психолого-педагогического сопровождения профессионального самоопределения обучающихся в профессиональной ориентации требует терминологической ясности.

В документах⁴ Министерства труда и социального развития РФ профессиональная ориентация рассматривалась как «обобщенное понятие одного из компонентов общечеловеческой культуры, проявляющегося в форме *заботы* общества о профессиональном становлении подрастающего поколения, поддержки и развития природных дарований, а также проведения комплекса специальных мер содействия человеку в профессиональном самоопределении и выборе оптимального вида занятости с учетом его потребностей и возможностей, социально-экономической

ситуации на рынке труда». Данное постановление содержало разделы, в которых указывались основные направления (профессиональная информация, консультация, подбор и отбор, а также производственная и социальная адаптация) и практически тождественные им методы профессиональной ориентации (информирование, консультирование, диагностика и педагогические методы).

Авторы Концепции организационно-педагогического сопровождения профессионального самоопределения (2014) профессиональную ориентацию рассматривают как *систему*, обладающую рядом специфических характеристик: комплексный, многосторонний, многоуровневый, межведомственный характер, относительно слабая институализация, значительная отсроченность результатов профориентационной деятельности во времени и др.

Одно из самых широких определений дает Г. С. Никофоров: «Профессиональная ориентация – это многоаспектная, целостная *система* научно-практической деятельности общественных *институтов*, ответственных за подготовку подрастающего поколения к выбору профессии и решающих комплекс социально-экономических, психолого-педагогических и медико-физиологических задач по формированию у школьников профессионального самоопределения, соответствующего индивидуальным особенностям каждой личности и запросам общества в кадрах высокой квалификации» [9, с. 18].

В. Н. Дружинин определяет профессиональную ориентацию как *систему мероприятий* по ознакомлению с миром профессий и содействию в выборе профессии в соответствии желанием, склонностям и интересам человека и с учетом его способностей и возможности работать в выбранной профессии [1].

⁴ Постановление Минтруда и соцразвития РФ от 27 сентября 1996 г. № 1.

Н. С. Пряжников считает, что самоопределение является высшим уровнем профессиональной ориентации, и отмечает, что профессиональное и личностное самоопределение имеют много общего, а в высших своих проявлениях они почти сливаются [12, с. 7]. Согласно его теории, «профорентация – это комплексная, системная помощь в выборе профессии и планировании профессионального развития (в построении карьеры)».

О. Б. Ильина, разрабатывая тему профессионального самоопределения, вводит аксиологическое определение: «Профессиональная ориентация – это *совместная деятельность* профорientатора и подростка по нахождению смысла и ценностей не только в будущей профессии, но и в будущей жизни подростка в социуме. Только обретение смысла и ценности своей будущей работы может помочь подростку найти себя не только в мире профессий, но и в мире идей» [2].

Близким по смыслу является определение, приведенное Л. В. Мардахаевым, в котором автор подчеркивает значимость субъекта в профессиональной ориентации как *процессе осознания* индивидом существующих в обществе конкретных видов трудовой деятельности, собственных склонностей и способностей к одному (или нескольким) из них, путей или средств овладения знаниями и навыками, необходимыми для выполнения профессионально-трудовых функций [5].

Б. С. Волков понимает профессиональную ориентацию как результирующую некоего процесса, «научно обоснованное *распределение людей* по различным видам профессиональной деятельности в связи с потребностями общества в различных профессиях и способностями индивида к соответствующим видам деятельности» [6, с. 5].

Как совершенно справедливо замечает Е. Ю. Пряжникова, во главу угла современной профорientационной работы необходимо поставить «уважительное отношение к человеку, как субъекту профессионального самоопределения». В этом смысле нельзя навязать индивиду необходимость идти по сложному варианту построения своей карьеры, тогда как сам человек предпочитает идти простым и проверенным путем [8].

В этом контексте совершенно очевидным становится тот факт, что система оценки достижений планируемых результатов освоения образовательных программ не может в абсолютной мере помочь выпускникам в построении дальнейших образовательных маршрутов. Иными словами, академическая успеваемость выпускника не всегда может обеспечить ему надежный ориентир для осознанного выбора будущей профессии, дальнейшего успешного образования и профессиональной деятельности.

Вопрос о том, что необходимо сделать современной системе образования, чтобы выполнить требования ФГОС в части профессиональной ориентации выпускников, уже неоднократно обсуждался на самых разных уровнях. В частности, о причинах, «почему люди так плохо владеют главным умением жить», рассуждает Д. Гоулман в книге «Эмоциональный интеллект» [14]. Д. Гоулман считает, что общество в настоящее время «не позаботилось обеспечить обучение каждого ребенка необходимым навыкам справляться с гневом или конструктивно разрешать конфликты, равно как и не дало себе труда научить их проявлять сочувствие, контролировать побуждения и не познакомило с основными принципами эмоциональной компетенции». Важность не только профессиональных, но и универсаль-

ных навыков была выявлена еще в 70-х гг. XX века в США. В России же к этой теме обратились только недавно, но довольно активно.

Президент РФ на XIX Всемирном фестивале молодежи и студентов, прошедшем в октябре 2017 года, в своем выступлении на встрече со студентами обратил внимание на тот факт, что будущее за теми из них, кто обладает большим набором навыков и знаний, умеет их комбинировать и продолжает их накапливать в течение жизни: «Очевидно, что конкурентные преимущества получают те люди, которые не просто обладают набором интересных и важных знаний, а обладают тем, что сегодня называют *soft skills*, обладают и креативным, и плановым, и другими видами мышления» (выступление В. В. Путина на презентации сессии «Молодежь 2030. Образ будущего» в рамках Всемирного фестиваля молодежи и студентов, октябрь 2017 г.).

Существует мнение, что именно от навыков категории *soft skills* зависит до 85% успешности человека как профессионала. При этом сложность формирования *soft skills*, или гибких навыков, заключается в том, что они не поддаются планомерному формированию, их проявление сложно отследить, проверить и наглядно продемонстрировать появление или качественное изменение.

Формирование гибких навыков, отличающихся лабильностью и зависимо-

стью от текущей ситуации, может быть задано в специально организованной, направленной на совершенствование личностных качеств деятельности в процессе профессиональной ориентации. Такой подход к профориентации обучающихся в рамках деятельностной парадигмы (С. Л. Рубинштейн, А. Н. Леонтьев) изменяет содержание программ психолого-педагогического сопровождения профессионального выбора обучающихся от информирования и диагностики к конкретной практической деятельности по «совершенствованию и качественному видоизменению» навыков [11, с. 458], которые являются основой для формирования представлений о себе в частности и образе Я в целом. Наиболее эффективной работа по формированию *soft skills* будет именно в старшем подростковом возрасте, когда обучающиеся мотивированы на профессиональный выбор и чувствительны к вопросам личностного самоопределения. Совершенствование универсальных надпрофессиональных навыков в процессе специально организованной научно-практической деятельности, в результате которой происходит формирование профессионального самоопределения, помогает составить более адекватное представление о себе, своем образе Я, что позволяет не только сделать профессиональный выбор более осознанно, но и обеспечивает большую успешность на рынке труда.

Библиографический список

1. Дружинин В. Н. Психология общих способностей. – СПб.: Питер, 1999. – 356 с. – (Мастера психологии).
2. Ильина О. Б. Профессиональное самоопределение современных подростков: проблемы и пути их решения // Психологическая наука и образование psyedu.ru. – 2014. – № 3 – С. 255-262.
3. Концепция организационно-педагогического сопровождения профессионального самоопределения обучающихся в условиях непрерывности образования / В. И. Блинов, И. С. Сергеев [и др.]. – М.: Федеральный институт развития образования; Издательство «Перо», 2014. – 38 с.

4. Концепция профессионального самоопределения молодежи: проект / В. А. Поляков, С. Н. Чистякова [и др.] // Педагогика. – 1993. – № 5 – С. 33-37.
5. Мардахаев Л. В. Социальная педагогика. Словарь. – М.: УЦ Перспектива, 2011. – С. 233.
6. Основы профессиональной ориентации: учеб. пособие для вузов / Б. С. Волков. – М.: Академический Проект, 2007. – 333 с. – (Gaudeamus).
7. От учебы к профессиональной карьере: учеб. пособие / С. Н. Чистякова, Н. Ф. Родичев. – М.: Издательский центр «Академия», 2012 – 176 с. – (Серия «Профессиональная ориентация»).
8. Пряжникова Е. Ю. К вопросу об истории развития профориентации и профессионального самоопределения // Вопросы образования. – 2006. – № 6. – С. 224-230.
9. Психологическое обеспечение профессиональной деятельности: теория и практика / под ред. Г. С. Никифорова. – СПб.: Речь, 2010. – 816 с.
10. Резапкина Г. В. Психология и выбор профессии: программа предпрофильной подготовки: учебно-методическое пособие для психологов и педагогов. – М.: Генезис, 2005. – 208 с.: ил.
11. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. – СПб.: Издательство «Питер», 1999. – 720 с.: ил. – (Серия «Мастера психологии»).
12. Самоопределение и профессиональная ориентация учащихся: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / Н. С. Пряжников, Л. С. Румянцева. – М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 208 с. – (Сер. Бакалавриат).
13. Технология. Твоя профессиональная карьера 8 (9) класс: учеб. для общеобразоват. учреждений / П. С. Лернер, Г. Ф. Михальченко, А. В. Прудило [и др.]; под ред. С. Н. Чистяковой. – 5-е изд. – М.: Просвещение, 2010. – 159 с.: ил.
14. Эмоциональный интеллект / Д. Гоулман; пер. с англ. А. П. Исаевой. – М.: АСТ; Владимир: ВКТ, 2009.
15. Никифорова Е. Зарождение профориентации в США и её основоположник Фрэнк Парсонс. – Режим доступа: http://prof-buro.ru/O-proforientatsii/Zarozhdenie_proforientazii_v_ssha_i_ee_osnovopolozhnik_frank_parsons/ (дата обращения: 10.09.2018).

Статью рекомендует докт. пед. наук, профессор Дегтерев В.А.

Богданова Е.Н.
Екатеринбург

СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В ФОРМАТЕ MARKETPLACE

Ключевые слова: телемедицина, маркетплейс, лицензирование, правовой аспект, здравоохранение, информационные технологии.

Аннотация. Чем глубже в России информационные и маркетинговые технологии проникают в здравоохранение, тем сложнее становится решать правовые проблемы, сопровождающие этот процесс. Данная статья посвящена анализу социально-правовых аспектов лицензирования электронного здравоохранения в формате marketplace. Выявленная многоаспектность темы позволяет утверждать о её актуальности со стороны юридического, медицинского и предпринимательского сообществ. Особое внимание автор уделяет изучению моделей лицензирования телемедицины в США, систематизирует и выявляет специфику работы существующих в России медицинских стартапов. На основании изученного и проанализированного материала разработана и предложена модульная структура лицензирования телемедицины в формате marketplace.

Bogdanova E.N.
Ekaterinburg

SOCIAL AND LEGAL ASPECTS OF LICENSING ELECTRONIC HEALTH IN MARKETPLACE FORMAT

Keywords: telemedicine, marketplace, licensing, legal aspect, health care, information technology.

Abstract. The deeper in Russia information and marketing technologies penetrate healthcare, the more difficult it becomes to solve legal problems accompanying this process. This article is devoted to the analysis of social and legal aspects of e-health licensing in the marketplace format. The identified multidimensionality of the topic allows us to argue about its relevance on the part of the legal, medical and business communities. The author pays special attention to the study of licensing models of telemedicine in the United States, systematizes and identifies the specifics of the work of existing medical startups in Russia. Based on the material studied and analyzed, a modular telemedicine licensing structure has been developed and proposed in the marketplace format.

В современном мире происходит стремительное изменение социально-экономической системы при помощи активного внедрения различных цифровых технологий. Сегодня можно привести немало примеров, когда marketplace, специализирующийся на сборе и сортировке све-

дений, во многих сферах нашей деятельности существенным образом облегчил доступ к получению определённой информации, услуге, товару.

Прямые расходы населения на платные медицинские услуги продолжают расти с каждым годом, прогнозируемая их сумма

в 2018 году – не менее 500 млрд. рублей. Сегодня в денежном выражении эти расходы превышают расходы на ДМС (добровольное медицинское страхование). По прогнозам Альберта Муртазина, руководителя проекта «Мобильный доктор», в течение ближайших трех лет большая часть населения (по данным Минздрава, в 68 регионах страны из 85 практикуется телемедицина) предпочтёт обращаться в клинику к специалистам через онлайн-сервисы, такие как marketplace. По опыту работы сервиса «Мобильный доктор», не менее 20% визитов можно заменить телемедицинской консультацией, а большую потребность в удаленных консультациях имеют клиенты из регионов: доля этих консультаций составляет 72,6% [8]. Однако на сегодняшний день по числу пользователей интернета Россия занимает только шестое место (87,5 млн., а 3% населения не имеют доступ к интернету), тогда как США на третьем месте – 277 млн. Развитие интернет-коммуникаций в РФ происходит довольно быстро, однако не с одинаковой скоростью для каждого региона. Согласно расчетам экспертов РИА Рейтинг, в настоящее время в ряде субъектов федерации есть населённые пункты, где онлайн-связь отсутствует. Например, в своём интервью заместитель министра транспорта и связи Свердловской области Алексей Рукавишников пояснил: «1 277 населённых пунктов Свердловской области не имеют возможности подключиться к Интернету, так как согласно ФЗ № 126 «О связи» для оказания универсальных услуг связи в населённых пунктах должно проживать от 250 человек, а если в посёлке меньше жителей, то Интернет им не положен [8].

На основании выше сказанного можно заключить следующее: с одной стороны, электронное здравоохранение направлено на обслуживание удаленных

субъектов РФ, устранение изоляции, однако, с другой стороны, с учётом правовой и действующей реальности постановка данной задачи перед телемедициной является парадоксальным явлением. Следовательно, в контексте современных процессов цифровой трансформации лицензирование электронного здравоохранения в формате marketplace привлекает к себе большое общественное внимание и является актуальным на государственном уровне. В России в настоящее время по вопросу лицензирования электронного здравоохранения уже действует ряд нормативных актов, такие как: № 242-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам применения информационных технологий в сфере охраны здоровья»; Приказ Минздрава России от 30.11.2017 № 965н «Об утверждении порядка организации и оказания медицинской помощи с применением телемедицинских технологий»; Постановление Правительства РФ от 05.05.2018 № 555 «О единой государственной информационной системе в сфере здравоохранения» и другие. Однако и эксперты в области информатизации здравоохранения, и специалисты в сфере медицинского права считают, что существующая нормативная база в полном объёме не способна регулировать электронное здравоохранение в формате marketplace, создавая тем самым определённые правовые барьеры. Сложившаяся правовая ситуация позволяет в данной области определить круг юридических аспектов.

Изучая социально-правовые аспекты лицензирования телемедицины в формате marketplace, следует обратиться к опыту США, так как способы решения данной проблемы в будущем можно было бы продемонстрировать на их примере. Основатели стартапа ZocDoc, действующего уже

более 10 лет, столкнулись с различными правовыми проблемами, но самым сложным оказалось привлечение лицензированных специалистов-медиков в режиме онлайн [10]. В американских штатах законодательство устанавливает неодинаковые требования к лицензированию телемедицинских услуг, что в какой-то степени препятствует развитию электронного здравоохранения в формате marketplace. В 21 штате закон устанавливает необходимость получения лицензии для осуществления деятельности в сфере телемедицины, в 9 штатах лицензия выдаётся для специальной цели, а в 3 штатах законодатель разрешает оказывать медицинские услуги с использованием телекоммуникационных технологий без лицензии [1, с. 238]. Однако созданная в США координационно-информационная система лицензирования (система взаимного признания лицензий) телемедицинской деятельности предполагает «Соглашение», по которому лицензия,

изданная в одном из подписавших его штатов, имеет силу во всех штатах, которые присоединились к «Соглашению» [2, с. 138]. Следовательно, происходит имплементирование данного соглашения в правовую базу штата. Кроме того, стандартизованность медицинских телеконсультаций и наличие рамочных протоколов-правил этикета и правил предоставления онлайн-медицинских услуг обеспечивает юридическую безопасность, способствуя реабилитации телемедицины и развитию американских стартапов (ZocDoc, HealthTap и др.), обеспечивающих предоставление медицинских услуг в онлайн-режиме [3, с. 37].

В России решение проблемы лицензирования телемедицинской деятельности в формате marketplace остаётся предметом дискуссии, так как в настоящее время в сфере электронного здравоохранения существует несколько медицинских проектов [8] по предоставлению онлайн-консультаций (схема 1).

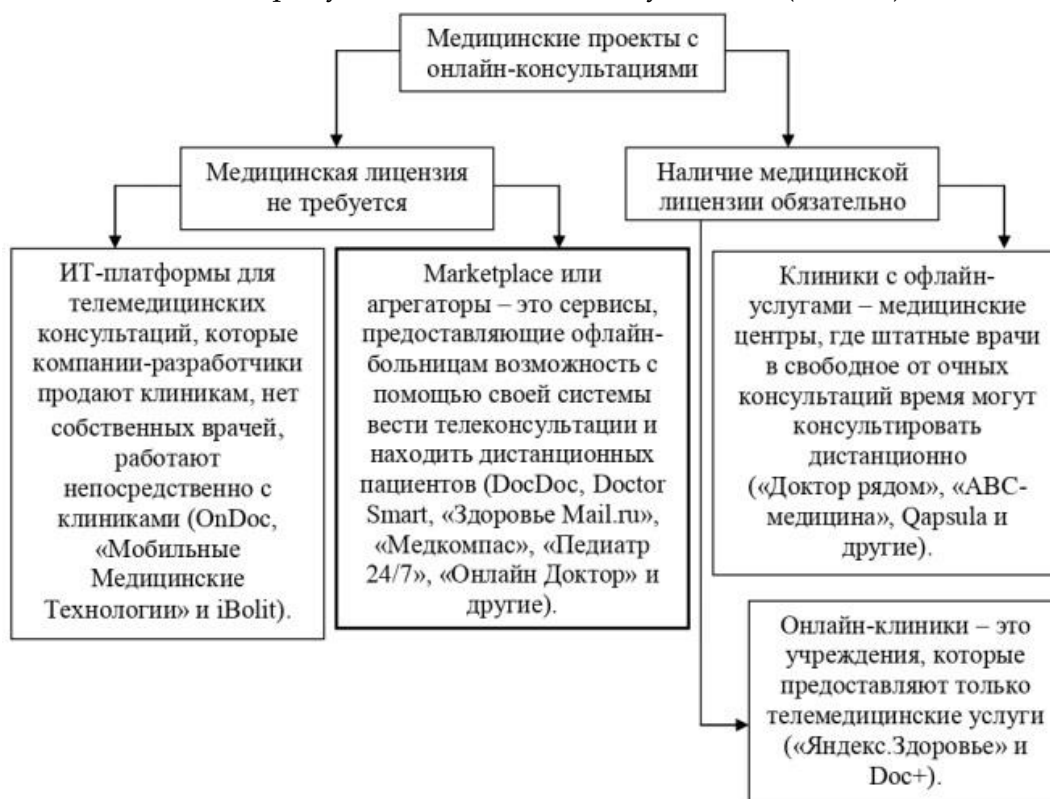


Схема 1. Медицинские проекты с онлайн-консультациями

Согласно письму Министерства здравоохранения РФ от 9 апреля 2018 г. № 18-2/0579 «О разъяснении порядка организации и оказания медицинской помощи с применением телемедицинских технологий», для дистанционных консультаций медицинская организация, в рамках лицензионных требований, обязана выделить отдельный кабинет, разместить в нем автоматизированное рабочее место врача, чтобы потом в его стенах он мог проводить телемедицинские сеансы, а консультирование пациентов с применением телемедицинских технологий из офисного центра, колл-центра и дома врача – нельзя [14]. Сложившаяся правовая ситуация по регулированию вопроса лицензирования электронного здравоохранения осложняет схему маркетинга тем, что врачи (без регистрации в качестве ИП) в России самостоятельно не могут оказывать медицинскую помощь в онлайн-режиме, для этого нужна лицензия, которая выдается только на клинику. В США существует реестр всех лицензированных врачей (в России – Федеральный регистр медицинских работников и федеральный реестр медицинских организаций), ответственность несет конкретный врач, он рискует потерей лицензии. Следовательно, «Атомом» телемедицинского рынка в США является лицензированный врач. В нашей же стране лицензируются квадратные метры помещения, которые наполняются оборудованием и врачами. Медицинский работник сам по себе не может вести коммерческую деятельность, а значит осуществлять дистанционную консультацию пациентов [4].

По мнению Петра Кондурова, основателя компании «Теледоктор», «при возникновении претензий со стороны пациента, в результате оказания некачественных телемедицинских услуг, по действу-

ющему медицинскому законодательству, главный удар получает клиника, которая, сделает все, чтобы уйти от ответственности (а возможностей у целой клиники победить в суде больше, чем у каждого отдельного медработника) и «прикрыть» своего врача. На практике, исходя из опыта работы и общения с врачами-консультантами рынка телемедицинских услуг, провинившийся врач вправе продолжить деятельность на следующий же день, отделавшись выговором или строгим разговором с менеджером, а в случае увольнения может продолжить работу в соседней клинике» [4].

Георгий Лебедев, эксперт Института развития интернета (ИРИ) в своём интервью утверждает «для развития медицинских стартапов в России, целесообразно ввести лицензирование врача, разработав определённые критерии, что позволит предоставлять данные услуги за пределами лечебно-профилактических учреждений (далее ЛПУ), в случаях экстренного реагирования и тем самым расширится круг потенциальных врачей-консультантов в онлайн-режиме» [5].

По мнению старшего юриста юридического бюро «Аронов и партнеры», члена Национальной телемедицинской ассоциации (НТМА) Михаила Варюшина: «получение лицензии необходимо установить не только врачам и медорганизациям, но и операторам онлайн-платформ и сервисов, с целью перераспределения рисков привлечения к ответственности за предоставление некачественных телемедицинских услуг» [6]. Достижение данной цели повлияет на положительную динамику роста числа медиков, готовых предоставлять онлайн-услуги, так как западный опыт подсказывает, что важно не упустить еще один мировой тренд – включение врачей в развитие телемедицинских сервисов (marketplace) [4].

Однако Олег Меркулов, первый заместитель генерального директора «ВТБ-страхование», считает, что для владельцев маркетплейсов в России телемедицина с существующей моделью лицензирования может стать довольно рискованным продуктом, ведь от качества медицинской услуги будет зависеть не столько материальное благосостояние, сколько самое важное – здоровье пациента. Если пациенту будет оказана неквалифицированная медицинская помощь, или еще хуже – рекомендации врача приведут к ухудшению здоровья, то репутационные риски упадут в первую очередь на marketplace, так как именно там пациент приобрел медицинскую услугу [4]. Следовательно, в сложившейся ситуации не обойтись без выработки новых моделей и требований лицензирования, а также стандартов, инструкций, протоколов оказания медицинских услуг в режиме онлайн-приёма, что станет опорной точкой централизованного и цивилизованного перекладывания ответственности с личного опыта и соображений врача на юридически выверенную систему здравоохранения.

В процессе изучения социально-правовых аспектов лицензирования электронного здравоохранения в формате marketplace можно резюмировать следующее: во-первых, развитие и интерес к телемедицине при помощи онлайн-сервисов будет только лишь в том случае, если она не будет привязана к конкретному местоположению, а будет иметь возможность мобильно оказать помощь, как это делается в европейских странах. Следовательно, законодатель должен разработать нормы, указывающие на возможность предоставлять данные медицинские услуги вне учреждения. Во-вторых, необходимо на законодательном уровне рассмотреть вопрос лицензирования всех участников,

предоставляющих медицинскую услугу дистанционно, так как на данный момент складывается правовая необъективность – услуги телемедицины реализуют: врач, медицинское учреждение, операторы онлайн-сервисов, а под правовой удар в первую очередь попадает медучреждение. Лицензию на данную деятельность получает ЛПУ, а не врач, а деятельность операторов вообще не требует лицензии, лицензируется только лишь сам онлайн-сервис. Разрешение данной правовой необъективности в какой-то степени сможет отрегулировать проблему распределения ответственности за деятельность в сфере электронного здравоохранения, тем самым привлечёт всё больше не только квалифицированных врачей, медицинских организаций и самих пациентов, но и основателей маркетплейс стартапов, так как это бизнес, приносящий хороший доход и инвестиции. В-третьих, индивидуализация лицензирования с целью оказания удалённой медицинской помощи в полном объёме обеспечит юридическую защиту только в том случае, если законодателем будет разработана структурированная последовательность предоставления телемедицинских услуг – стандарты, протоколы и инструкции, а также нормативно сформированная система взаимного признания лицензий (на примере США). Принятые данные нормативные акты станут почвой для развития маркетплейсов в сфере электронного здравоохранения и опорной точкой для масштабного запуска всей телемедицинской отрасли.

Изучив и проанализировав социально-правовые аспекты по выбранной теме, считаю необходимым при разработке нормативных актов по вопросу лицензирования телемедицины в формате marketplace использовать модульный подход с учётом необходимых требований и

потребностей данной отрасли (схема 2).



Схема 2. Лицензирование услуг телемедицины в формате marketplace

Предложенная структура лицензирования услуг телемедицины в формате marketplace носит не только модульный, но и интегративный характер – объединение всех модулей (вариантов лицензирования) в систему взаимного признания лицензий. Законодателю для реализации интеграции процесса лицензирования необходимо разработать требования, которые не должны противоречить друг другу, а быть в единой, целостной системе. На основании всего выше изложенного следует, с одной стороны, совершенно очевидно, что законодательная база по во-

просу лицензирования дистанционных медицинских услуг с использованием marketplace сервисов находится в зачаточном состоянии, а многоаспектность темы порождает множество других связанных с ней проблем. Однако, с другой стороны, электронное здравоохранение в формате marketplace – перспективное направление, которое в ближайшие годы будет активно развиваться, приносить прибыль и, возможно, решит ряд вопросов, связанных с качеством и доступностью медицинской помощи в стране.

Библиографический список

1. Журавлев М. С. Электронное здравоохранение: становление и развитие // Право. Журнал Высшей школы экономики. – 2016. – № 2. – С. 235-241.
2. Скрыль Т. В., Парамонов А. С. Цифровая трансформация сферы здравоохранения: российская и зарубежная специфика // Карельский научный журнал. – 2017. – Т. 6. – № 3 (20). – С. 137-140.
3. Богдановская И. Ю. Правовое регулирование телемедицины: опыт США // Тез. докл. на респ. межвуз. научно-исслед. конф. по информатизации здравоохранения и социальной сферы в регионах России: проблемы координации информационного обмена. – Москва, 2017. – С. 35-40.

4. Кондуров П. Мобильная медицина в России и мире. – Режим доступа: <https://mhealthrussian.wordpress.com/2017/04/27/telehealth-and-doctors/> (дата обращения: 20.11.2018).
5. Кожина Е. Право на прием: на каком праве держится телемедицина в России. – Режим доступа: <https://therunet.com/column/19938> (дата обращения: 20.11.2018).
6. Курсков Е. Минздрав разработал порядок оказания телемедицинской помощи. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/society/12/10/2017/59dcad1a9a7947c11c2e2d02> (дата обращения: 20.11.2018).
7. Муртазин А. Конкурентный рынок телемедицины: есть ли место для новых стартапов. – Режим доступа: <https://vc.ru/flood/25918-telemed-rivals> (дата обращения: 20.11.2018).
8. Потапов К. Нужен ли интернет в медвежьем углу? – Режим доступа: <http://yatakdummy.ru/internet-set-sverdlovsk/> (дата обращения: 23.11.2018).
9. Югай А. Семь факторов, обеспечивающих успех медицинского маркетинга сегодня. – Режим доступа: <https://kontur.ru/articles/4489> (дата обращения: 20.11.2018).
10. Развитие телемедицинских услуг в США. – Режим доступа: <https://telemedicina.ru/news/world/razvitie-telemeditsinskih-uslug-v-ssha> (дата обращения: 20.11.2018).
11. Федеральный закон от 29.07.2017 г. № 242-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам применения информационных технологий в сфере охраны здоровья». – Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
12. Приказ Минздрава России от 30.11.2017 № 965н «Об утверждении порядка организации и оказания медицинской помощи с применением телемедицинских технологий». – Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
13. Постановление Правительства РФ от 05.05.2018 № 555 «О единой государственной информационной системе в сфере здравоохранения». – Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
14. Письмо Министерства здравоохранения РФ от 9 апреля 2018 г. № 18-2/0579 «О разъяснении порядка организации и оказания медицинской помощи с применением телемедицинских технологий». – Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

Статью рекомендует канд. пед. наук, доцент Коротун А.В.

Николаева М.А., Лубнин В.В.
Екатеринбург

РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ УСЛУГ ОРАТОРСКОГО ЦЕНТРА: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

Ключевые слова: рекламные кампании, реклама, продвижение услуг, ораторские центры, ораторское искусство.

Аннотация. В условиях высокой конкуренции компаний, предоставляющих услуги по ораторскому искусству, возрастает значение выбора эффективных средств продвижения. Существует большой выбор центров по постановке правильной и красивой речи, особенно в крупных городах миллионниках. В статье сделан акцент на организацию рекламной кампании по схеме «дата – событие – сезон», которая нацелена на получение максимального эффекта в ходе ее реализации. Авторы описывают комплекс рекламных и PR-средств, который позволяет выйти на новый уровень эффективности в продвижении и обеспечивает более плотное взаимодействие организации с целевой аудиторией: повышение уровня осведомленности об услугах, акциях и конкурсах, а также формирование пула лояльных клиентов. Статья будет интересна специалистам в области маркетинга и рекламы.

Nikolaeva M.A., Lubnin V.V.,
Ekaterinburg

PROMOTIONAL ADVERTISING CAMPAIGN SERVICES OF ORATOR CENTER: FROM THEORY TO PRACTICE

Keywords: advertising campaigns, advertising, promotion services, public speaking centers, public speaking.

Abstract. In the conditions of high competition of companies providing services in public speaking, the importance of choosing effective means of promotion increases. There is a large selection of centers for the formulation of correct and beautiful speech, especially in the large cities of one million people. The article focuses on the organization of an advertising campaign according to the “date-event-season” scheme, which is aimed at obtaining the maximum effect during its implementation. The authors describe a set of advertising and PR-tools, which allows you to reach a new level of efficiency in promotion and provides a more dense interaction of the organization with the target audience: raising awareness of services, promotions and competitions, as well as forming a pool of loyal customers. The article will be of interest to specialists in the field of marketing and advertising.

Ораторство – сильнейший рычаг культуры. На сегодняшний день множество людей разных профессий, будь то бизнесмены, политики, профессора или преподаватели, данный список можно продолжать бесконечно, все они стремятся повысить уровень ораторского искусства.

В настоящее время на рынке появляются все больше коммерческих организаций, предоставляющих услуги по ораторскому искусству, так называемые ораторские клубы или центры.

Услуги, которые предлагают данные компании, направлены на получение но-

вых знаний в области риторики и ораторского мастерства, отработку навыков публичного выступления, умение аргументировать, отвечать на вопросы собеседников и т. п.

Необходимо отметить, что продвижение услуг на рынке имеет свою специфику.

Неосвязаемость услуги и невозможность оценить ее до момента покупки, как это делается при приобретении физического товара. Резко возрастает неопределенность в конечном результате. Например, человек «застенчивый от природы» пытается преодолеть свои внутренние барьеры и покупает курс «публичного выступления». Что им движет помимо внутренних мотивов? Чтобы снизить неосвязаемость услуги, покупатели ищут «сигналы», любые свидетельства, которые могли бы подтвердить высокое качество приобретаемой услуги. Свои выводы они делают, оценивая место предоставления услуги, квалификацию и опыт персонала, цены, материально-техническое оснащение аудиторий, отзывы других клиентов, которые уже воспользовались данной услугой, их личные примеры и истории слушателей и прочие видимые элементы. По окончании курсов ораторского мастерства всем участникам обязательно выдается сертификат, который является материальным свидетельством, подтверждающим приобретение услуги.

Если производители товаров стараются добавить неосязаемые характеристики (скорость доставки, улучшенные условия гарантии и пр.), то перед поставщиками услуг стоит противоположная задача – добавить материальные элементы, которые подтверждали бы высокое качество их услуги. Этим объясняется то, что ключевые слова в продвижении услуг – это польза и выгода, которые получает клиент, обращаясь в данную организацию.

Качество услуги играет не только важнейшую роль в успешности деятельности организации. За основополагающую базу Э. В. Новаторов берет перечень критериев, разработанный для сферы услуг группой американских маркетологов под руководством Л. Берри, который включает десять критериев (факторов) оценки качества услуг [6]:

- доступность (access);
- коммуникабельность (communication);
- компетентность (competence);
- обходительность (courtesy);
- доверительность (credibility);
- надежность (reliability);
- отзывчивость (responsiveness);
- безопасность (security);
- осязаемость (tangibles);
- понимание/знание клиента (understanding / knowleging).

Впоследствии другой группой американских ученых была установлена взаимосвязь между некоторыми элементами, в силу чего им удалось сгруппировать и сжать выше представленный список. Так, критерии «понимание и знание клиента» и «доступность» были объединены в единую категорию «сочувствие» (empathy), а критерии «безопасность», «доверительность», «обходительность», «компетентность» и «коммуникабельность» были объединены в общую категорию «убежденность» (assurance). Таким образом, заключительный список эмпирически установленных критериев качества услуги сократился до пяти [6]. В общем виде эти критерии формулируются следующим образом:

1. Материальность (tangibles): возможность увидеть современное оборудование, оргтехнику, персонал, наличие и привлекательность информационных материалов об услугах фирмы.

2. Надежность (reliability): способность фирмы выполнить обещанную услугу в срок, точно и основательно.

3. Отзывчивость (responsiveness): быстрое обслуживание и искреннее желание руководства и персонала фирмы помочь потребителю.

4. Убежденность (assurance): компетентность, ответственность и уверенность обслуживающего персонала фирмы.

5. Сочувствие (empathy): выражение заботы, вежливость и индивидуальный подход к потребителям.

Представленные критерии должны быть обязательно использованы при корректировке деятельности фирмы в процессе разработки программ продвижения.

Недолговечность услуги означает, что услугу нельзя сохранить с целью продажи или использования в будущем. «Сиюминутность» – важная отличительная черта услуг. Услуги не могут быть сохранены для дальнейшей продажи. Нельзя пройти курс по «публичному выступлению» и не практиковать приобретенные навыки и знания. Никакие материальные свидетельства, сертификаты и дипломы не помогут выступать перед большой аудиторией.

Непростая ситуация наблюдается в уровне спроса услуг. Если спрос на услуги становится больше предложения, это нельзя исправить, как в торговле, промышленности. Аналогично, если предложение услуг выше спроса, то теряется прибыль.

Как правило, спрос на услуги меняется в зависимости от времени года, от дней недели. Неспособность услуг к хранению требует разработки маркетинговых решений по сбалансированности спроса и предложения. Это может быть:

- установление дифференцированных цен, скидок;

- организация предварительных заказов;

- введение в периоды пикового спроса альтернативы дополнительных услуг;

- обучение персонала совмещению функций и др.

Сфера услуг, как показывает практика, является одной из самых перспективных, быстроразвивающихся отраслей экономики. Она охватывает широкое поле деятельности от торговли и транспорта до финансирования, страхования и посредничества. Практически все организации в той или иной форме оказывают услуги. По мере усложнения производства и насыщения рынка товарами растет спрос на услуги. Сфера услуг опережает производственную сферу по темпам роста, по появлению новых видов услуг, по ее приспособлению к потребностям рынка и потребителей [2].

Указанные отличительные характеристики, особенности услуг делают управление операциями в сфере услуг более трудным делом, чем в промышленности или торговле с точки зрения обеспечения эффективности; определяют специфику управления и применения маркетинга и, как следствие, инструментов продвижения в процессе организации рекламной кампании.

При определении рекламной кампании мы будем опираться на результаты теоретического исследования данной дефиниции К. А. Бурухиной и А. В. Коротун, которые определяют рекламную кампанию как «комплекс рекламных мероприятий, направленный на продвижение товаров или услуг, с целью информирования нужной целевой аудитории в определенный промежуток времени, используя различные рекламные средства» [3, с. 16-17].

Кратко остановимся на содержании этапов рекламной кампании, которые раскрывают в своих работах целый ряд специалистов в области рекламы: А. Н. Назайкин [4], А. А. Романов [8], Е. В. Ромат [9], Ф. И. Шарков [10], Г. Г. Щепилова [11].

1. Предварительное исследование.

Здесь в первую очередь следует изучить целевую аудиторию (подробный портрет потребителя товара или услуги), рынок и поведение покупателей; провести анализ положения, занимаемого фирмой на рынке; изучить уровень информированности покупателей о товарных марках на рынке в данном сегменте, а также маркетинговую активность конкурентов. По мнению Ф. И. Шаркова, данная информация является основополагающей для разработки рекламной кампании. От ее достоверности и точности во многом зависит результат кампании. На основе полученных данных происходит выбор медиаканалов и определение тактики действий [10, с. 33].

2. Разработка рекламной стратегии.

Стратегия отражает общее представление о ходе и характере кампании. Процесс разработки креативной стратегии рекламной кампании тесно связан с целевой аудиторией, а также с выбранными креативными техниками для рекламных материалов и мероприятий.

3. Медиапланирование. Описываются основные каналы воздействия на целевую аудиторию, обоснование выбора СМИ, определяются основные этапы интегрированной кампании, происходит распределение бюджета по видам СМИ, определяются порядок и продолжительность размещения в СМИ, производится поэтапное прогнозирование эффекта, определяется оптимальный бюджет.

4. Разработка рекламных и PR-материалов. Разработка, тестирование, согласование и изготовление рекламных

материалов: макетов для размещения в прессе и в наружной рекламе, написание статей, изготовление интернет-баннеров, аудио- и видеороликов, раздаточных материалов, промоформы и пр. В продвижении услуг важным условием является правильный выбор носителей и средств рекламы, отмечают А. А. Сохранова и М. А. Николаева, которые утверждают, что «с одной стороны, носители рекламы должны быть пригодны для размещения рекламной информации об услуге, а с другой стороны, должен быть установлен контакт с потребителями, который представлял бы интерес для них. Повторные контакты увеличивают известность услуги и улучшают ее восприятие. Оценку выбранного показателя носителя рекламы следует соотнести с затратами на использование того или иного носителя. После выбора носителей и средств рекламы следует разработать рекламное обращение, которое должно соответствовать целям фирмы и маркетинга, аргументировать полезность услуги, раскрыть основные черты рекламируемой услуги» [5, с. 38].

5. Реализация разработанной программы. Размещение рекламных материалов в СМИ, согласно утвержденному медиаплану. Осуществление контроля над качеством и своевременностью выхода материалов. Организация мероприятий и промо-акций. При необходимости производится коррекция планов. Предоставление отчетов.

6. Анализ эффективности рекламной кампании. Основные параметры, по которым оценивается эффективность: уровень достижения целевой аудитории, изучаются познавательная, эмоциональная и поведенческая составляющие эффективности рекламного воздействия, изменение предпочтений целевой аудитории.

Целесообразно учитывать сезонность покупательского спроса и планировать пики рекламной кампании, например, перед наступлением очередного сезона, чтобы успеть сформировать интерес к рекламируемым услугам.

Рассмотрим особенности содержания и планирования сезонной рекламной кампании на примере Центра правильной и красивой речи «Речевик» Юлии Михалковой. Центр был открыт в 2008 году и работает на благо людей, которые хотят добиться красивого и поставленного голоса, для достижения профессиональных успехов в деловой сфере, также избавиться от барьеров и комплексов в межличностной коммуникации, логично и последовательно выстроить публичное выступление.

Центр «Речевик» предоставляет услуги в сфере публичных выступлений, постановки голоса, актерского мастерства, помогает избавиться от барьеров и комплексов в межличностной коммуникации, логично и последовательно выстроить публичное выступление, с учетом дикции и дыхания; особое внимание уделяется постановке речевого голоса, орфоэпии, речевому и деловому этикету, основам ораторского искусства, психологии делового общения и т. д.

Основная цель деятельности организации – научить говорить правильно и красиво, уметь управлять своим дыханием и интонацией, овладеть правилами орфо-

эпии и ораторским искусством, чтобы окружающие вас слушали с удовольствием, и чтобы вы без труда могли донести до адресата суть своего речевого выступления [7].

В ходе конкурентного анализа было выявлено, что рынок г. Екатеринбург очень насыщен данным видом услуг. Существуют проблемы, которые необходимо решать: слабый маркетинг, малоизвестный бренд, негативное отношение к персоне Юлии Михалковой. В этой связи необходимо активизировать работу по продвижению услуг центра «Речевик».

Основной целевой аудиторией центра являются (рис. 1):

- 50% – специалисты / менеджеры, директора компаний,
- 30% – руководители / ТОП-менеджеры, директора по маркетингу, специалисты по маркетингу и рекламе,
- 15% – лидеры мнения (директора, маркетологи, блогеры) и представители СМИ;
- 5% – другие.

В основном это мужчины и женщины, проживающие в Екатеринбурге и Свердловской области, от 25 до 50 лет, имеющие доход выше среднего, работающие в сфере бизнеса, СМИ – директора компаний, собственники фирм, топ менеджеры, начинающие предприниматели, которые заинтересованы в повышении уровня ораторского искусства.



Рис. 1. Целевая аудитория центра «Речевик» (%)

Далее в таблице 1 подробно дадим характеристику целевой аудитории физических и юридических лиц центра пра-

вильной и красивой речи «Речевик» Юлии Михалковой.

Таблица 1

Характеристика целевой аудитории Центра «Речевик»

Критерии описания ЦА	Характеристика физических лиц	Характеристика юридических лиц
Демографические	Мужчины и женщины, возраст от 25 до 35, уровень дохода – средний от 30-50 тыс. в месяц, и выше среднего, Екатеринбург	Директора компаний, собственники фирм. Мужчины и женщины, возраст от 35 до 55, уровень дохода высокий, от 80 тыс. в месяц
Ключевые ценности	Семья, работа	Работа, карьерный рост
Психографические характеристики	Стремление к улучшению своего голоса и публичных выступлений, возможность пробиться на сцену	Стремление к совершенствованию проведения деловых переговоров, встреч

Центр правильной и красивой речи «Речевик» ежегодно проводит активные мероприятия по продвижению своих услуг:

- разработка и изготовление афиш, пригласительных, дипломов;
- размещение рекламных афиш в вузах города Екатеринбург;
- изготовление рекламных и сувенирных наклеек, а также значков;
- реклама на радио «Вышка»;
- продвижение сайта;

- продвижение услуг в социальных сетях Вконтакте, Facebook, Instagram;
- создание и проведение специальных PR-мероприятий.

Эффективным способом повышения уровня известности компании является проведение мероприятий, а также создание новых проектов. Мероприятия ораторского мастерства набирают популярность не только среди актеров, менеджеров, начальников, а также и среди молодежи. Создание социальных проектов задает хороший тон рекламной кампании.

Для анализа текущего продвижения центра «Речевик» было проведено анкетирование с целью определить, через какие каналы продвижения клиенты узнали о центре. На основе анализа полученных данных можно отметить, что уровень востребованности услуг центра достаточно высок. Также опрос помог нам определить факторы, которые важны для разработки эффективной интегрированной рекламы.

Например, из полученных результатов мы видим, что освещение услуг центра звездами эстрады играет положительную роль и привлекает новых клиентов. Что нельзя сказать о сайте центра, который требует доработки и усовершенствования. Большинство опрошенных респондентов ответили, что и далее готовы пользоваться услугами центра (табл. 2).

Таблица 2

Результаты анкетирования в процентном соотношении

Вопросы	Цель	Варианты ответа	Процент
Я выбрал Речевик, основываясь на:	Узнать, что наиболее эффективно привлекает наших клиентов	Собственный опыт	8%
		Рекомендации знакомых	50%
		Доступные цены	3%
		Реклама	10%
		Известность Юлии Михалковой	29%
Записываясь на курс вам важно, кто будет вашим преподавателем?	Целесообразность использования в рекламе описания преподавателей	Конечно, да	100%
		Возможно	0%
		Думаю, что нет	0%
Вы являетесь пользователем наших социальных сетей, если да, то на какие?	Узнать какие соц. сети наиболее эффективны	Вконтакте	35%
		Instagram	60%
		Facebook	5%
Привлекает ли Вас освещение услуг нашего центра звездами шоу бизнеса?	Понять, реклама от звезд шоу бизнеса играет положительную или отрицательную роль	Да	100%
		Нет	0%
В какой степени является информация на нашем сайте понятной?	Проанализировать сайт, выявить все минусы	Полностью понятна	15%
		Понятна	65%
		Скорее непонятна	20%
		Непонятна	0%
Что вам нравится в нашем центре больше всего?	Определить все плюсы нашего центра	Обслуживание	15%
		Преподаватели	80%
		Расположение офиса	1%
		Цены	4%
Вы намерены воспользоваться нашими услугами в будущем?	Выявить планы наших клиентов на будущее	Да	100%
		Нет	0%

Содержание сезонной рекламной кампании. Объект продвижения: детский творческий летний лагерь центра «Речевик» г. Екатеринбург.

Цели рекламной кампании. Ключевая цель рекламной кампании заключается в информировании целевой аудитории о проекте Детского летнего лагеря. Косвенные или сопутствующие цели заключаются в следующем – это повышение узнаваемости центра «Речевик», привлечение внимания к деятельности центра, заинтересованность в услугах центра (например, повышение уровня ораторского искусства, постановка речи), привлечение новых клиентов.

Характеристика целевой аудитории: родители школьников в возрасте от 8 до 14 лет (1-7 классы); женщины/мужчины; возраст: 25-50 лет; место фактического проживания – г. Екатеринбург; уровень дохода – выше среднего; образ жизни – активный, динамичный; личностные характеристики – активность, дружелюбность, оптимизм, неконфликтность, любовь к детям, желание развивать определенные навыки у детей.

Рекламная кампания началась в начале апреля и была рассчитана на 4,5 месяца. Такие сроки проведения были выбраны, так как с 1 июня во всех школах начинаются летние каникулы. У родителей школьников появляется потребность в планировании летнего досуга своих детей. Активный поиск летнего лагеря для детей начинается заблаговременно.

В ходе реализации рекламной кампании было запланировано проведение специального мероприятия «День откры-


тых дверей» центра «Речевик» в мае 2018 года, в рамках которого все желающие могли посетить целую серию бесплатных мастер-классов, организованных преподавателями центра и лично Юлией Михалковой на тему актерского мастерства и постановки речи для всех желающих. Выбранное время для проведения Дня открытых дверей объясняется тем, что именно в этот период перед основной целевой аудиторией (родители школьников) наиболее остро встает вопрос о летнем досуге своих детей.

Для продвижения проекта «Детский творческий лагерь центра “Речевик”» была разработана outdoor & indoor реклама и рекламный флаер. Для разработки дизайн-проектов мы опирались на рекомендации по сбору необходимых фактических данных для создания эффективного рекламного продукта, предложенные А. Е. Авдюковой и А. В. Чурюмовым. Исследователи рекомендуют при продвижении услуг, связанных с образовательной деятельностью, учитывать следующее: наличие фирменного знака (логотипа компании); использовать полное наименование организации, которая продвигает свои услуги, а также четкие формулировки предоставляемых, продвигаемых услуг и товаров; указывать данные о фирме или компании (фактический адрес, возможно, варианты проезда); по необходимости использовать фотоматериалы и графические элементы, соотносящиеся с тематикой и направленностью рекламного сообщения [1, с. 43].

ПОДАРИТЕ СВОЕМУ РЕБЁНКУ ЛУЧШИЕ ЛЕТНИЕ КАНИКУЛЫ!

ДЕТСКИЙ ТВОРЧЕСКИЙ ЛАГЕРЬ "РЕЧЕВИК"
ПРИГЛАШАЕТ детей от 8 до 15 лет провести незабываемое и увлекательное лето!

СТОИМОСТЬ 17000 РУБ. **СМЕНЫ: ИЮНЬ, ИЮЛЬ И АВГУСТ**



Предъявите данный купон при оплате и получите **1 ДЕНЬ** в детском лагере **БЕСПЛАТНО!**

речевик
центр правильной и красивой речи

Подробности по телефону
+7 (953) 005-20-07
RECHEVIC.COM

6 ПРИЧИН РАЗВИТИЯ НАВЫКОВ АКТЕРСКОГО МАСТЕРСТВА У ДЕТЕЙ

- ✓ Развивается умение правильно формулировать свои мысли
- ✓ Занятия сценической речью помогут детям расширить свой словарный запас
- ✓ Театральная деятельность помогает увидеть и раскрыть творческий потенциал ребёнка
- ✓ Прививается любовь к искусству
- ✓ Занимаясь актерским мастерством дети учатся понимать настроения других людей и контролировать свои эмоции
- ✓ Занятия актерским мастерством это отличный способ развить мимику, устранить дефекты речи и поставить голос



Рис. 2. Макет флаера: 210 x 148мм (4+4)

ПОДАРИТЕ СВОЕМУ РЕБЁНКУ ЛУЧШИЕ ЛЕТНИЕ КАНИКУЛЫ!

ДЕТСКИЙ ТВОРЧЕСКИЙ ЛАГЕРЬ "РЕЧЕВИК", ПРИГЛАШАЕТ детей от 8 до 15 лет провести незабываемое и увлекательное лето!

В ПРОГРАММЕ:

- Актерского мастерство
- Ораторское искусство
- Квест-экскурсии на 41 канал и Новое радио
- Участие в мини-спектакле
- Развлекательные мероприятия
- И самый главный подарок для каждого
- Съёмка ролика с участием Юлии Михалковой

СМЕНИ: ИЮНЬ, ИЮЛЬ И АВГУСТ

СТОИМОСТЬ 17000 РУБ.




Подробности по телефону
+7 (953) 005-20-07
RECHEVIC.COM



Рис. 3. Пример indoor рекламы для размещения в образовательных организациях, бизнес и торговых центрах. Формат 297х420 мм

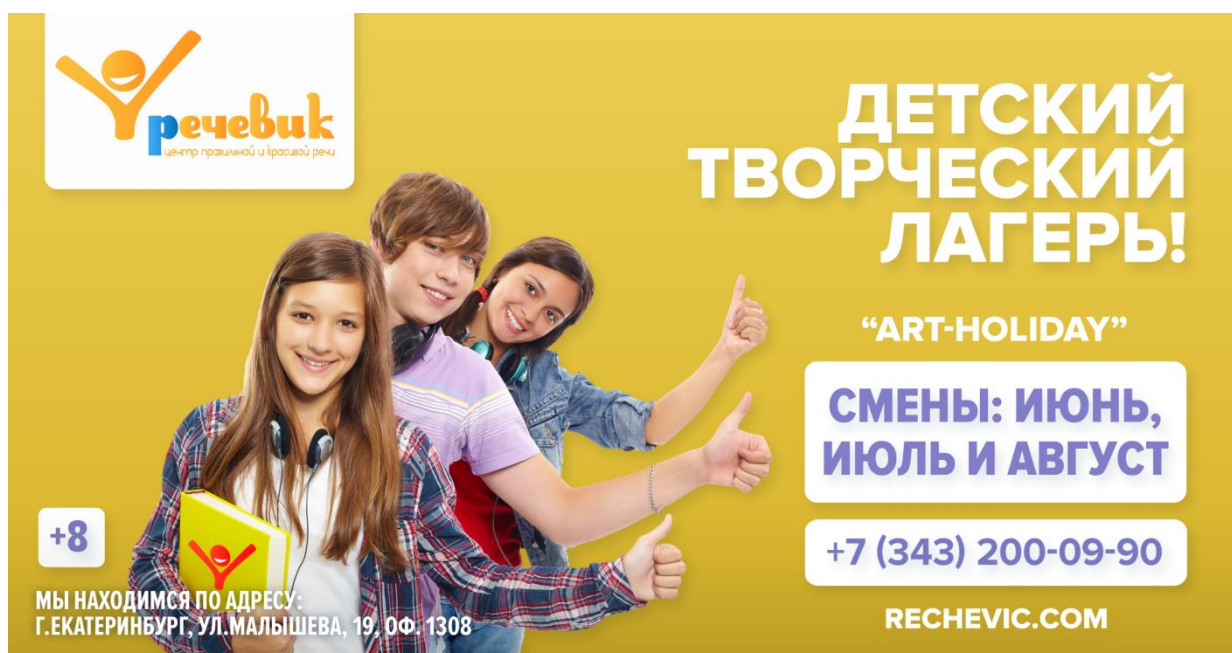


Рис. 4. Пример outdoor рекламы для размещения на улицах г. Екатеринбурга. Билборд (3х6 м)

Эффективность рекламной кампании по продвижению проекта «Детский творческий лагерь центра «Речевик» можно оценить по следующим критериям:

1. Количество человек, пришедших на день открытых дверей.

Данное мероприятие посетило 128 человек из них: 82 уже пользовались услугами центра; 46 человек впервые посетили центр; 35 приобрели путевки в детский творческий лагерь «Речевик».

2. Результаты акции «Предъяви купон – получи один день бесплатно».

Количество приобретённых путевок по купону (данные на 31 мая)

Количество приобретённых путевок в лагерь до начала кампании	Количество приобретённых путевок после начала реализации кампании
<i>1 смена</i>	
12 приобретенных путевок	25 приобретенных путевок, из них 12 путевок по купонам (1 день бесплатно)
<i>2 смена</i>	
5 приобретенных путевок	25 приобретенных путевок, из них 9 путевок по купонам (1 день бесплатно)
<i>3 смена</i>	
2 приобретенные путевки	23 приобретенных путевки, из них 11 путевок по купонам (1 день бесплатно)
<i>4 смена</i>	
0 приобретенных путевок	19 приобретённых путевок, из них 2 путевки по купонам (1 день бесплатно)
<i>5 смена</i>	
0 приобретённых путевок	10 приобретённых путевок, из них 1 – по купону (1 день бесплатно)

Акция по купонам «1 день в летнем лагере бесплатно» оправдала себя как с коммуникативной, так и с экономической точки зрения.

1. Количество поданных в лагерь заявок.

2. Уровень активности в социальных сетях.

В результате проведенной рекламной кампании организаторам удалось

привлечь внимание к деятельности Центра правильной и красивой речи «Речевик» Юлии Михалковой и новых клиентов на осенний период, получить положительные отзывы от участников Детского творческого лагеря, увеличить процент целевой аудитории и уровень вовлеченности в социальных сетях, а также повысить лояльность клиентов.

Библиографический список

1. Авдюкова А. Е. Разработка рекламного продукта для продвижения образовательных услуг вуза / А. Е. Авдюкова, А. В. Чурюмов // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2018. – № 2. – С. 42-46.
2. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг: учебное пособие. – 3-е изд. – М.: Альп. Бизнес Букс, 2016. – 252 с.
3. Бурухина К. А. Рекламная кампания по продвижению парикмахерских услуг / К. А. Бурухина, А. В. Коротун // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2017. – № 2. – С. 15-23.
4. Назайкин А. Н. Как оценить эффективность рекламы: практ. пособ. – М.: Солон-Пресс, 2014. – 303 с.
5. Николаева М. А. Рекламная кампания по продвижению услуг праздничного агентства в сети интернет / М. А. Николаева, А. А. Сохранова // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2018. – № 1. – С. 37-44.
6. Новаторов Э. В. Маркетинг услуг: теория и технология: монография. – Санкт-Петербург: Петров Д. А., 2015. – 198 с.

7. Официальный сайт Центра правильной и красивой речи «Речевик» Юлии Михалковой г. Екатеринбург. – Режим доступа: <http://rechevik.com/> (дата обращения: 15.05.2018).
8. Романов А. А. Рекламный менеджмент: учебно-практическое пособие / А. А. Романов, Р. В. Каптюхин. – М.: Изд. центр «ЕАОИ», 2010. – 432 с.
9. Ромат Е. В. Реклама: учебник для студентов специальности «Маркетинг». – 3-е изд., перераб. и доп. – М., 2003. – 284 с.
10. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, публик рилейшнз, брендинг. – М.: Дашков и Ко, 2011. – 324 с.
11. Щепилова Г. Г., Щепилов К. В. Основы рекламы. – М.: Юрайт, 2013. – 528 с.

Статью рекомендует канд. пед. наук, доцент Авдюкова А.Е.

Бочарникова Е.В., Авдюкова А.Е.

Екатеринбург

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СВЯЗИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ: ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Ключевые слова: имидж территории, международные связи, внешнеторговая деятельность, внешнеэкономическая деятельность, экономические отношения, экспорт, импорт, сальдо.

Аннотация. В статье актуализируется проблема влияния мировой политики на внешнеэкономическую деятельность Свердловской области. Автор акцентирует внимание на взаимосвязи между широтой международных связей региона, увеличением внешнеторговой деятельности, имиджформированием территории и ее социально-экономическим развитием, которая проецирует свои экономические успехи на уровень качества жизни граждан области. Представленная точка зрения обосновывается динамикой внешней торговли Свердловской области и изменениями долей в структуре по группам стран, товарной структурой экспорта и импорта. Представленные результаты анализа исследований доказывают прямую зависимость Уральского региона от тона международной политики. В заключении автор обосновывает экспортную ориентированность экономики Свердловской области.

Bocharnikova E.V., Avdyukova A.E.

Yekaterinburg

INTERNATIONAL RELATIONS OF THE SVERDLOVSK REGION: FOREIGN ECONOMIC ASPECT

Keywords: image of the territory, international connections, foreign trade activity, foreign economic activity, economic relations, export, import, balance.

Abstract. The article addresses the problem of the influence of world politics on the foreign economic activity of the Sverdlovsk region. The author focuses on the relationship between the latitude of international relations of the region, the increase in foreign trade, image formation of the territory and its socio-economic development, which project their economic success on the level of quality of life of citizens of the region. The presented point of view is justified by the dynamics of foreign trade of the Sverdlovsk region and changes in the shares in the structure by groups of countries, the commodity structure of exports and imports. The presented research analysis results prove the direct dependence of the Ural region on the tone of international politics. In conclusion, the author justifies the export orientation of the economy of the Sverdlovsk region.

Стратегические позиции Урала во все времена имели прочный фундамент благодаря его уникальным социально-экономическим связям, которые обусловлены географическим положением и спецификой научно-технологического и промышленного развития.

Значимость внешнеэкономических связей и внешнеторговой деятельности Свердловской области актуализировалась с начала 90-х и была обусловлена необходимостью удовлетворения нужд социально-экономического комплекса на фоне глубокого экономического кризиса, со-

проводящегося снижением внутреннего спроса и растущим дефицитом платежного баланса. Это объясняет ключевую роль внешнеторговой деятельности в долгосрочной экономической стратегии правительства области, направленной на решение задач модернизации, структурной перестройки и создания конкурентоспособной региональной экономики во благо увеличения уровня качества жизни горожан и роста их благосостояния.

Исторически выгодное расположение Екатеринбурга на границе Европы и Азии позволяет городу быть связующим мостом, местом встречи и диалога цивилизаций Запада и Востока. Закрытый в советское время для иностранцев и инвесторов Уральский регион в начале 1991 года преодолел «железный занавес», который позволил снять ограничения на международные отношения и внешнеэкономические связи. Так, Свердловская область одной из первых в стране создала в составе исполнительных органов внешнеэкономические службы. Исполнительным органом государственной власти, обеспечивающим стабильное развитие внешнеторговой деятельности в регионе, является Министерство международных и внешнеэкономических связей Свердловской области. В число задач, реализуемых министерством, входит оказание содействия предприятиям в развитии внешнеэкономических связей, развитие международного сотрудничества, разработка и реализация областных внешнеэкономических программ, содействие привлечению иностранных инвестиций и развитию инфраструктуры внешнеэкономической деятельности [5].

Важное место в развитии инфраструктуры внешнеэкономических связей предприятий области занимают открытые в Свердловской области иностранные дипломатические, торговые и культурные

представительства. В городе осуществляют свою деятельность более 15 консульских учреждений и свыше 10 почетных консулов [10]. На сегодняшний день действуют соглашения об осуществлении международных и внешнеэкономических связей Свердловской области с 34 иностранными государствами. Международные связи и внешнеторговая деятельность Екатеринбурга подкреплены широкой документальной дружественной базой, что подтверждают более 200 проводимых международных мероприятий в городе в год при участии иностранных партнеров региона. Также проводят торжественные приемы более 100 иностранных делегаций, треть из которых – правительственные [8].

Бесспорно, положительная динамика социально-экономического развития Свердловской области связана, в том числе и с тем, что сегодня Правительство Свердловской области уделяет достаточно внимания имиджу Екатеринбурга как территории международного значения с благоприятным инвестиционным климатом, важнейшей составляющей которого является создание институтов рыночной инфраструктуры, с ярко выраженным символическим оформлением Екатеринбурга.

Имидж города как отраженный образ в сознании жителей и гостей данной территории ученые и практики определяют через совокупность убеждений, ощущений, представлений, которые возникают у целевой аудитории вследствие личного опыта, опыта референтных людей и влияния СМИ относительно конкретной территории, которая обладает определенными характеристиками (Ф. Котлер, И. С. Важенина, С. Г. Важенин, Т. А. Пашкина, Е. В. Логунцова, А. Е. Авдюкова, Е. В. Бочарникова) [1; 2; 3; 6; 7; 11].

Как известно, психика человека фиксирует лучше всего символически выра-

женные характеристики, в том числе и территории, города, области. В этой связи, представляется, что имидж территории в первую очередь, – *это символический образ территории, который отражается в психике людей на основе ощущений, которые влияют на оценку и мнение человека о конкретной территории. Этот образ формирует готовность действовать в отношении конкретной территории определенным образом.* Поэтому придание территории презентабельного образа – это, прежде всего, вклад в развитие международных внешнеэкономических связей.

Обширные международные связи Свердловской области позволяют региону на протяжении долгих лет сохранять достойные позиции в сфере внешней торговли. В соответствии с данными таможенной статистики в пятерку лидеров стран – торговых партнеров области входят Соединенные Штаты Америки, Германия, Нидерланды, Китай и Турция, далее список продолжают Украина, Беларусь, Алжир, Италия и Азербайджан. Всего список насчитывает более 140 стран – внешнеторговых партнеров Свердловской области [8].

Значительная доля внешней торговли Свердловской области всегда прихо-

дится на страны дальнего зарубежья, чье сокращение за исследуемый период объяснимо вектором развития внешнеторговых отношений с коллегами из ближнего зарубежья в силу обострения политических отношений с «дальними» партнерами [5; 9; 10; 11; 14]. В качестве одной из первостепенных причин отрицательной динамики можно выделить влияние мировой политической обстановки на национальную экономику, в рамках чего из-за взаимных санкционных действий сократилась внешняя торговля области. Тем не менее, стоит отметить, что на протяжении всего исследуемого периода торговое сальдо Свердловской области было положительным, что свидетельствует об экспортноориентированном курсе внешне-торговой политики Свердловской области.

По данным федеральной Таможенной службы на протяжении последних лет Свердловская область занимает 11 место в стране по объему экспорта продукции, уступая преимущественно территориям, являющимся традиционными поставщиками энергоресурсов.

Соответствующая товарная структура экспорта Свердловской области со всеми странами представлена на рисунке 1.

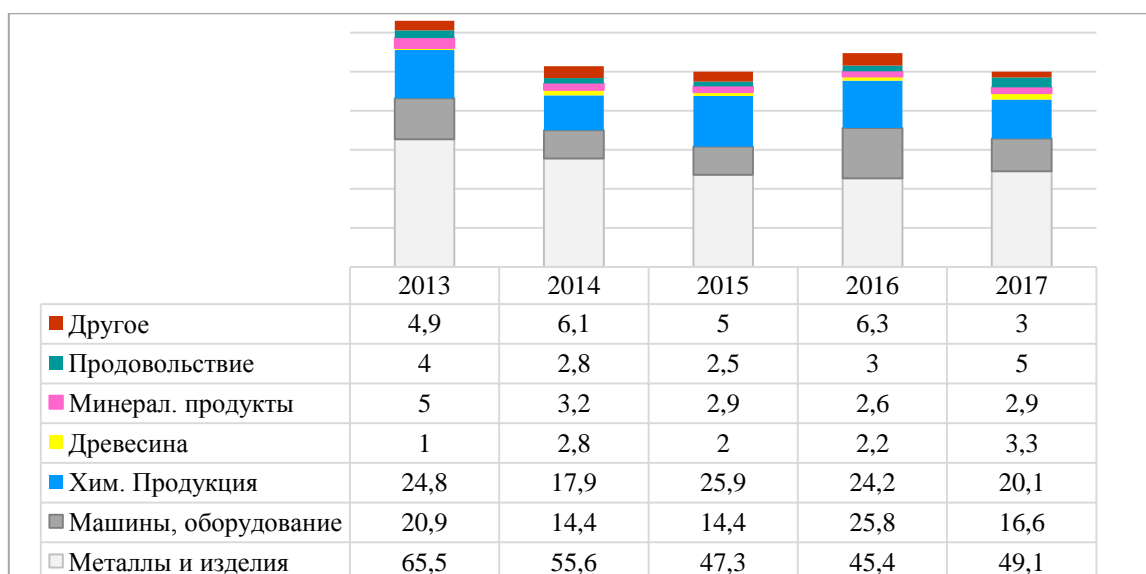


Рис. 1. Товарная структура экспорта Свердловской области со всеми странами, % [4; 9; 12; 13; 14]

Увеличение показателей экспорта вызвано ростом цен на мировых рынках по большей части видов продукции.

В соответствии с данными, представленными в официальных отчетах Министерства международных и внешнеэкономических связей Свердловской области, более 60% экспорта приходится на страны дальнего зарубежья, а менее 40%, соответственно, ближнего за исследуемый период.

Основные экспортные поставки осуществляются в США, Нидерланды, Азербайджан, Турцию и Германию.

По экспертному мнению аналитического центра «Эксперт-Урал» крупнейшие предприятия Свердловской области вошли в рейтинги «100 крупнейших экспортеров Урала и Западной Сибири» (по итогам 2014, 2016, 2017 гг.) и «20 наиболее динамичных компаний среди 100 крупнейших экспортеров Урала и Западной Сибири» (по итогам 2014, 2016, 2017 гг.).

Однако свердловские экспортеры выделяют ряд проблем, которые вынуждены преодолевать ежедневно, а именно:

1. Сложности таможенного оформления, а именно дополнительных доку-

ментов, в рамках чего отсутствие квалифицированных специалистов на предприятиях усугубляет ситуацию.

2. Сложность нахождения внешнего рынка сбыта в силу отсутствия информации.

3. Необходимость прохождения сертификации в стране-потребителе и экспортного контроля в России.

Таким образом, сегодня не только на региональном, но и на федеральном уровне пересматривается и совершенствуется законодательная база в пользу отечественных экспортеров, нацеленных улучшить свои финансовые показатели во благо государства.

В условиях экономических санкций и реализуемой в России политики импортозамещения возможной стратегией сотрудничества с развитыми странами становится локализация, в рамках которой предприятия стран-партнеров заменяют поставки готовой продукции на свердловский рынок путем создания производств на территории области.

Товарная структура импорта Свердловской области со всеми странами представлена на рисунке 2.

В сравнении с экспортными показателями показатели импорта имеют более сдержанную тенденцию роста, однако при

этом зафиксировано общее сокращение поставок из стран дальнего зарубежья.

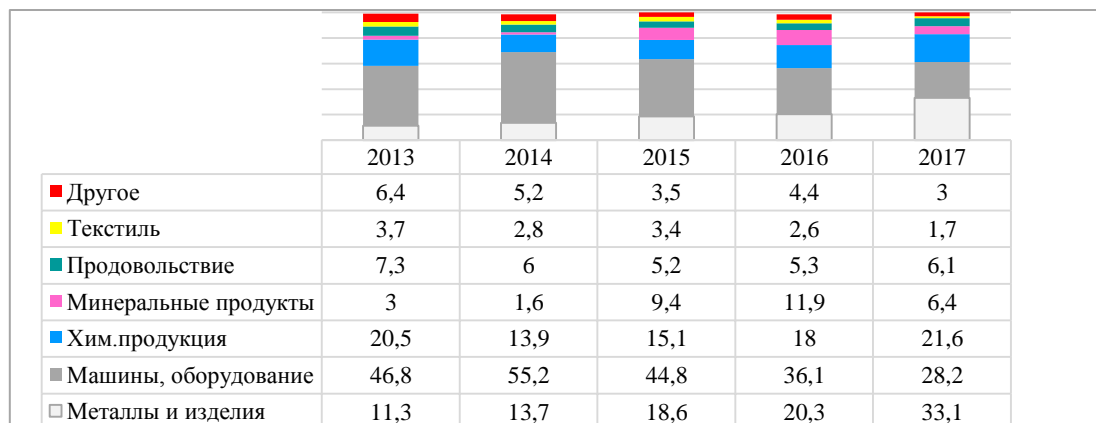


Рис. 2. Товарная структура импорта Свердловской области со всеми странами, % [4; 9; 12; 13; 14]

В соответствии с данными, представленными в официальных отчетах Министерства международных и внешнеэкономических связей Свердловской области, более 85% импорта приходится на страны дальнего зарубежья, а менее 15%, соответственно, ближнего за исследуемый период.

Основные импортные поставки осуществляются из КНР, США, Германии, Италии, Польши, Австрии, Нидерландов, Японии, Чехии и Франции.

Значительно открыть перспективы активного плодотворного взаимодействия и дальнейшего развития внешней торговли Свердловской области помогло предоставление возможности промышленным предприятиям реализовывать свои права по вектору внешнеэкономической деятельности, а также соответствующее развитие торговых отношений с организациями и фирмами иностранных государств, в том числе создание совместных предприятий. Тем более что представители иностранного бизнеса проявляют интерес в данном направлении.

Проведенное в 2017 г. посредством онлайн опроса пилотное исследование по

изучению имиджа Екатеринбурга показало, что респонденты (выборка составила 100 человек: 73 иностранных студента, обучающихся в вузах Екатеринбурга и 27 иностранных бизнесменов из Англии, Ирландии, Германии, Китая, США, Южной Африки, Бразилии, Индии, планирующих открыть представительство своего бизнеса или филиал в Екатеринбурге) лучше всего идентифицируют символические достопримечательности Екатеринбурга.

Вероятно, это связано с тем, что предпринимателям и бизнесменам небезразличен образ города, в котором будет развиваться их бизнес. Находясь в Екатеринбурге, гуляя по его улицам и площадям, рассматривая иллюстрации и фото с изображениями видов нашего города, респонденты в большей степени получали впечатления именно от архитектуры и культурного наследия. Половина респондентов указали деловые достопримечательности Екатеринбурга, а именно Ельцин-центр и деловой квартал, остальные назвали общеизвестные достопримечательности: стелу «Европа-Азия»; Екатеринбургский цирк; Плотинку и т. д. 30%

респондентов желали бы привезти из Екатеринбурга магнит деловой направленности, который можно было бы разместить в рабочем кабинете (на сейфе), почти 25% хотели бы видеть на своих столах миниатюрную стелу «Европа-Азия», чуть менее 25% опрошенных выбрали изделия из камня с изображением символов города.

Итак, можно предположить, что взаимообусловленность внешнеторговой деятельности территории с ее имиджем является одним из ключевых драйверов ее социально-экономического развития, проецируя результаты международных сделок на уровень качества жизни ее граждан.

Другим ключевым фактором влияния на развитие внешнеторговой деятельности Свердловской области является международная среда, что доказывает отражение в соответствующих показателях, а именно резкое сокращение торговых оборотов, увеличение доли торговли со странами ближнего зарубежья и изменения в их структуре. Это стало результатом обострения политической ситуации 2012-2013 годов, спровоцировавшей экономические санкции в отношении Российской

Федерации, девальвацию национальной валюты, попадание предприятий области в санкционные списки Европы и США. В этой связи стабильное и устойчивое имиджформирование территории является обязательным направлением в поддержании социально-экономической стабильности Свердловской области.

В рамках анализа развития внешнеторговой деятельности Свердловской области за исследуемый период также можно заключить, что несмотря на все факторы влияния сложившейся геополитической ситуации, торговое сальдо субъекта всегда положительно, что подтверждает конкурентоспособность экспортирующих предприятий области на внешнем рынке. Главными позициями внешнеторговых сделок являются машины и различное оборудование, металлы и изделия из них, химическая продукция. Сегодня возрастающее значение принадлежит странам Евразийского экономического союза, БРИК, ШОС и других развивающихся стран – партнёров в Азии во внешнеторговых связях Свердловской области.

Библиографический список

1. Авдюкова А. Е. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебное пособие. – Екатеринбург, 2018.
2. Бочарникова Е. В., Авдюкова А. Е. Социально-экономические факторы формирования имиджа Екатеринбурга как международного Евразийского центра // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2017. – № 3. – С. 32-37.
3. Важенин С. Г., Важенин И. С. Конкурентное сосуществование территорий в экономическом пространстве. – Екатеринбург, 2013. – 78 с. – С. 11.
4. Внешняя торговля Свердловской области в 2017 году. – Режим доступа: <https://made-in-ural.ru/analitika/perspektivu-nesyrevogo-eksporta/> (дата обращения: 12.02.2019).
5. Задачи Министерства международных и внешнеэкономических связей. – Режим доступа: <http://mvs.midural.ru/o-ministerstve> (дата обращения: 04.03.2019).
6. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 376 с.
7. Логунцова И. В. Имидж российских территорий как объект управления // Вестн. Моск. ун-

та. Сер. 21. – 2011. – № 1. – С. 30.

8. Международное сотрудничество Министерства международных и внешнеэкономических связей. – Режим доступа: <http://mvs.midural.ru/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo> (дата обращения: 25.12.2018).

9. Отчет Министерства международных и внешнеэкономических связей Свердловской области о внешней торговле в 2015 и 2016 годах. – Режим доступа: <http://mvs.midural.ru/sites/default/files/20170510it.pdf> (дата обращения: 12.02.2019).

10. Официальные представительства иностранных государств в Свердловской области. – Режим доступа: <http://mvs.midural.ru/inostrannye-predstavitelstva> (дата обращения: 12.02.2019).

11. Пашкина Т. А. Понятие «имидж территории» в современной науке и практике // Известия Саратовского университета. Сер.: Социология. Политология. – 2012. – Т. 12. – Вып. 2.

12. Постановление Правительства Свердловской области «Об утверждении государственной программы Свердловской области “Развитие промышленности и науки на территории Свердловской области до 2020 года”». – Режим доступа: http://mpr.midural.ru/UPLOAD/user/file/gp-izm_2016.pdf

13. Радионова С. В. Современное состояние внешнеэкономической деятельности Свердловской области. – Режим доступа: <http://aon.urgau.ru/ru/issues/16/articles/292> (дата обращения: 09.01.2019).

14. Соболев А. О. Приоритеты внешнеэкономической политики промышленного региона России в условиях обострения геополитической ситуации. – Режим доступа: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/34265/1/urrr_2015_100.pdf (дата обращения: 11.03.2019).

Статью рекомендует канд. пед. наук, доцент Коротун А.В.

Комаров Н.А.
Екатеринбург

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ В РАМКАХ СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА И ЕАЭС

Ключевые слова: договора, союзные государства, белорусские вузы, экономические союзы, российские вузы, студенты.

Аннотация. Сотрудничество в сфере образования является ключевым направлением в развитии интеграционных процессов в рамках Союзного государства и ЕАЭС, основой для формирования экономической стабильности в этих странах. Так, интеграционные процессы на постсоветском пространстве имеют разнородный характер. В частности, существует проблема низкого числа граждан РФ в вузах стран ЕАЭС, приобретающая особую значимость, но в то же время увеличивается число граждан стран ЕАЭС в российских вузах. В статье рассмотрены статистические данные о количестве студентов из стран ЕАЭС и Союзного государства, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в высших учебных заведениях Российской Федерации и Беларуси. Сделан вывод о том, что сотрудничество в сфере образования в рамках Союзного государства менее эффективно, чем в рамках ЕАЭС.

Komarov N.A.
Ekaterinburg

INTEGRATION PROCESSES IN EDUCATION IN THE FRAMEWORK OF THE UNION STATE AND THE EAEU

Keywords: the contract, allied states, Belarusian universities, economic alliances, Russian universities, students.

Abstract. Cooperation in the field of education is a key direction in the development of integration processes within the framework of the Union State and the EAEU, the basis for the formation of economic stability in these countries. So, integration processes in the post-Soviet space have a heterogeneous character. In particular, there is the problem of a low number of citizens of the Russian Federation in universities of the EAEU countries, acquiring special significance, but at the same time the number of citizens of the EAEU countries in Russian universities is increasing. The article discusses statistical data on the number of students from the countries of the EAEU and the Union State who study for undergraduate programs, specialties and magistracies in higher educational institutions of the Russian Federation and Belarus. It was concluded that cooperation in the field of education in the framework of the Union State is less effective than in the framework of the EAEU.

Стремление к интеграции в различных регионах мира превратилось в устойчивую тенденцию мирового развития. От адекватной включенности стран в процес-

сы интеграции, независимо от различий в уровнях их развития, отличий в культуре, религии, исторических традициях, во многом зависят возможности преодоления ми-

ровых и региональных проблем. Интеграция стран СНГ отличается разноуровневым и разнотемповым характером, с различными востребованными форматами – «Зона свободной торговли (ЗСТ)», «Союзным государством России и Белоруссии (СРБ)», «Евразийским экономическим сообществом (ЕврАзЭС)», «Таможенным союзом (ТС)» в рамках ЕврАзЭС, «Единым экономическим пространством (ЕЭП)», «Евразийским экономическим союзом (ЕврЭС)». «Договор о создании Союзного государства», вступивший в силу 26.01.2000 г., стал важным этапом в выборе руководством и народами Беларуси и России их национально-государственной идентификации. Близость языка, культур, принадлежность к единой церкви – РПЦ, общая история – это критерии, которые объединяют народы России и Беларуси [1-3; 10].

Союзное государство – надгосударственность Российской Федерации и Республики Беларусь, образованная в 1996 году, достигнутая договоренностью об образовании Сообщества России и Беларуси; целью этой надгосударственности является поэтапное становление единства пространства в политической, экономической, социальной, военной, таможенной, гуманитарной и образовательной сферах.

В Договоре о создании Союзного государства следующие положения относятся к сфере образования[5]:

- развитие науки, образования, культуры, создание равных условий сохранения и развития этнической, культурной и языковой самобытности народов;

- обеспечение равных прав граждан в трудоустройстве и оплате труда, в получении образования, медицинской помощи, предоставлении других социальных гарантий.

По открытым статистическим данным Росстата 2018 года, число белорусских

граждан, обучающихся в Российской Федерации по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры в государственных, муниципальных и частных образовательных организациях на очной и заочной формах, составляет 10 308 человек, а это всего 4,5% от общего количества иностранных студентов, обучающихся по тем же программам в Российской Федерации [12]. Важно то, что для белорусских граждан созданы льготные условия для поступления в российские вузы, т. е. российские и белорусские граждане имеют одинаковые права при поступлении в российские вузы. Но в защиту нужно отметить, что по тем же данным статистики Росстата с 2000-го года количество белорусских граждан, обучающихся по вышеперечисленным программам в государственных и муниципальных образовательных организациях, увеличивается с каждым годом, так в 2000-м году их было 3 368 граждан, в 2005 г. – 5 527, к 2016 году – уже 7 263.

Рассмотрим аналогичную статистику в статистическом ежегоднике Республики Беларусь [6]. Число граждан РФ в белорусских вузах непрерывно снижается – с 2 197 студентов в 2010/2011 учебном году количество русских студентов упало до 1 546 в 2017/2018 учебном году. В процентном отношении эта цифра приобретает новые краски: в 2010/2011 году – 23,5%, а в 2017/2018 году – 9,9% от всех иностранных студентов в Беларуси. Напоминаем, что русские и белорусские граждане по Договору о создании Союзного государства имеют равные права при получении образования в обеих странах.

Сотрудничество в сфере образования двух стран ведется на межправительственном, межведомственном, межрегиональном и межвузовском уровнях. Так, в 2016 году из бюджета Союзного государства на сотруд-

ничество в гуманитарной сфере, куда входит образование, было выделено 26% всех средств. Регулярно между Россией и Беларусью проводятся совместные заседания коллегий министерств образования, научно-образовательные конференции, конкурсы, олимпиады и иные образовательные мероприятия. Между вузами и научными организациями двух стран заключено более 550 договоров о сотрудничестве [11]. Между Россией и Беларусью существуют совместные образовательные проекты: Военно-патриотическая смена учащихся суворовских военных (Нахимовского военно-морского) и кадетских училищ Беларуси и России [7], Олимпиада школьников Союзного государства «Россия и Беларусь: историческая и духовная общность» [8] и т. д. Несмотря на совместные проекты, число студентов двух стран, обучающихся в вузах Союзного государства, непрерывно снижается, просматривается отрицательная динамика.

Рассмотрим сотрудничество в сфере образования в рамках Евразийского экономического союза. Начнем с определения: Евразийский экономический союз – международная организация региональной экономической интеграции, обладающая международной правосубъектностью и учрежденная Договором о Евразийском экономическом союзе [9]. Одной из трех целей ЕАЭС, определенных Статьей 1 Договора о Евразийском экономическом союзе, является стремление к формированию единого рынка товаров, услуг, капитала и

трудовых ресурсов в рамках Союза [9]. Для выполнения данной задачи сфера образования играет ведущую роль, охватывая самые различные аспекты взаимодействия.

После вступления Договора о ЕАЭС в силу Россия инициировала создание механизма сотрудничества стран ЕАЭС в сфере образования вне рамок Договора. При поддержке российских вузов и национально-славянских университетов Министерством образования и науки России была разработана концепция Сетевого университета ЕАЭС (позже получившего название «Евразийский сетевой университет», сокращенно ЕСУ), целями которого должны были стать формирование системы подготовки кадров по образовательным направлениям, актуальным для евразийской интеграции, и содействие разработке и реализации передовых научных исследований и опытно-конструкторских работ. Деятельность ЕСУ предполагалось осуществлять на основе мониторинга потребностей ЕАЭС в подготовке специалистов и в тесной связке с институтами ЕАЭС, бизнесом и академическим сообществом [13].

Обратимся к статистике Росстата и проследим количественные изменения студентов из ЕАЭС, обучающихся в российских высших учебных заведениях по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры. Ниже представлена таблица, в которой приведены данные государственных и муниципальных образовательных организаций.

Таблица

Страна/год	2000 год	2005 год	2016 год	2017 год
Армения	1 097	1 393	2 201	2 087
Беларусь	3 368	5 527	7 263	7 324
Казахстан	16 665	17 204	50 653	52 714
Киргизия	1 230	825	4 591	5 472
Общее кол-во ин. студентов	58 992	78 139	175 412	198 295

На диаграмме 1 ниже приведены данные по состоянию на 2000 г. На диаграмме можно наблюдать, что в процентном соотношении страны ЕАЭС имеют

высокие показатели. Это связано с тем, что на 2000-й год в российских вузах обучалось всего 58 992 иностранных студента, из них 38% – граждане ЕАЭС.

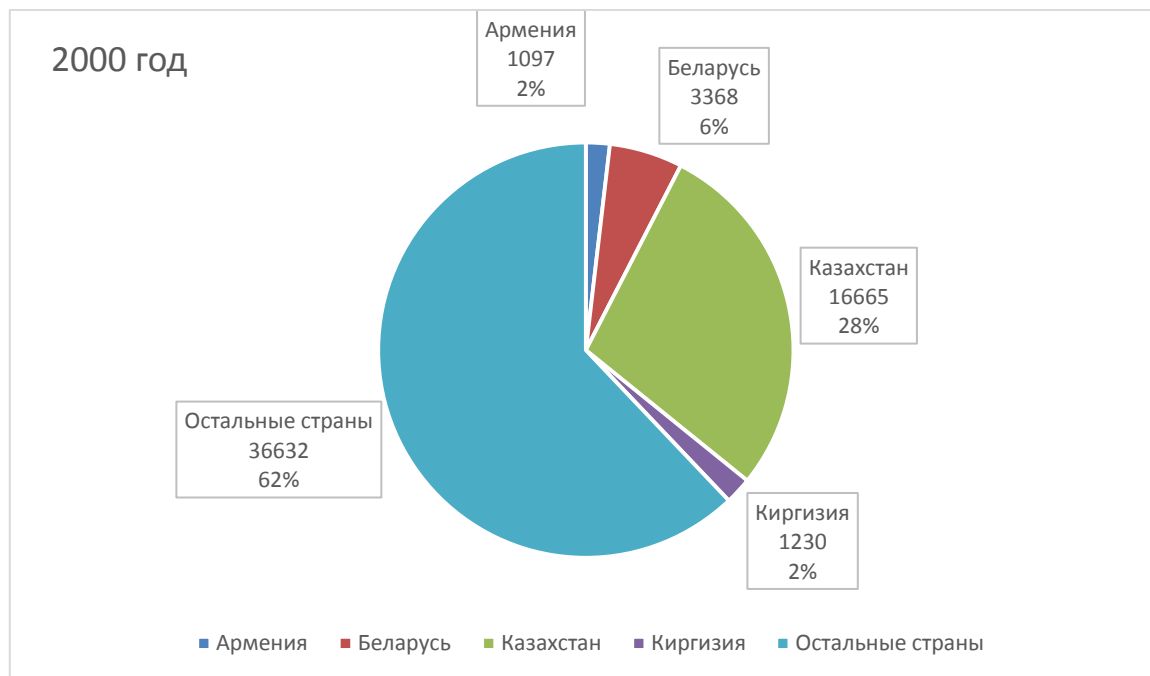


Диаграмма 1

На диаграмме 2 приведены данные за 2017 год. Здесь можно увидеть, что процентное соотношение граждан ЕАЭС в российских вузах снизилось. Это связано с тем, что за период с 2000 по 2017 гг. увели-

чилось количество иностранных студентов до 198 295 человек. Таким образом, количество иностранных студентов в российских вузах за этот период увеличилось в 3,3 раза.

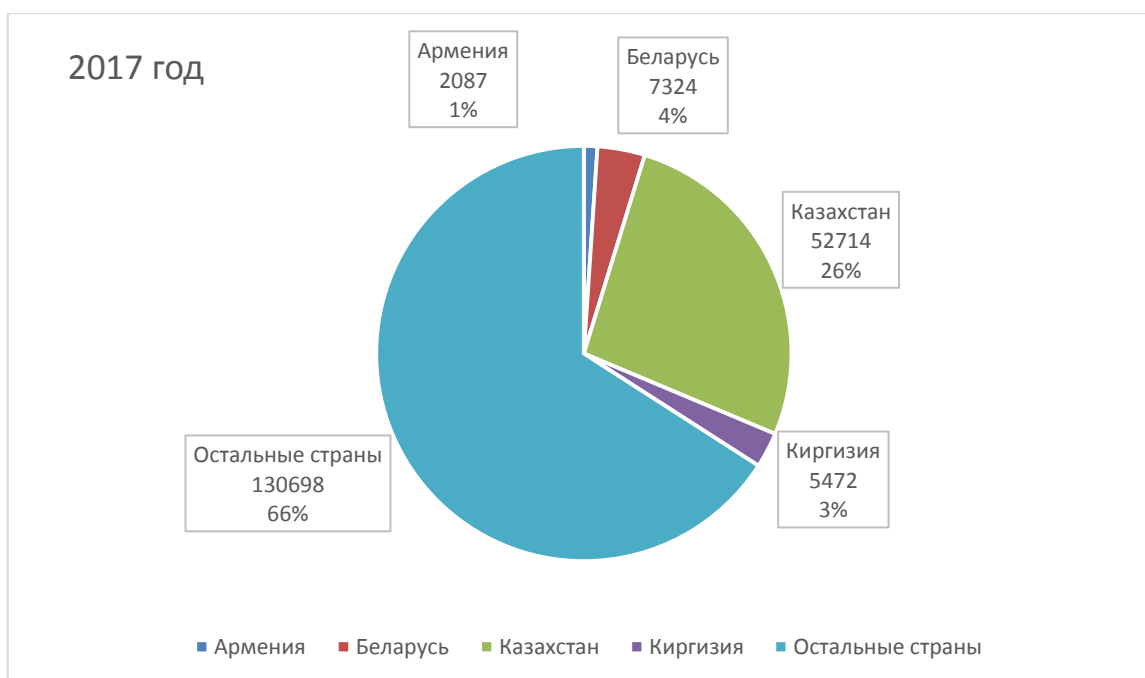


Диаграмма 2

Таким образом, рассмотрев таблицу и диаграммы, можем сделать вывод о том, что динамика роста количества студентов из стран ЕАЭС в российских высших учебных заведениях увеличивается. Так, в 2017-м году по сравнению с 2000-м годом общее число студентов из стран ЕАЭС увеличилось в 3 раза. В частности, граждан Казахстана – в 3,1 раза, Беларуси – в 2,2 раза, Киргизии – в 4,4 раза, Армении – в 1,9 раза.

Увеличение количества студентов из стран ЕАЭС в российских вузах не является бесосновательным. В первую очередь, это связано с созданием и развитием Евразийского экономического сообщества и пришедшего ему на замену Евразийско-

го экономического союза, в рамках которого активно развиваются интеграционные процессы, в частности, в сфере образования.

Сравнивая эффективность интеграционных процессов в сфере образования в рамках Союзного государства и Евразийского экономического союза можем сказать, что в большей степени они развиты в рамках ЕАЭС, в меньшей – в Союзном государстве. Так, трехкратное увеличение количества студентов из стран ЕАЭС в российских вузах противопоставлено увеличению белорусских студентов в России, но уменьшению студентов из РФ в белорусских вузах.

Библиографический список

1. Байдурын М. С. Специфика интеграционных процессов на пространстве СНГ. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-integratsionnyh-protsessov-na-prostranstve-sng> (дата обращения: 28.02.2019).
2. Бахлова О. В. Эволюция интеграционных процессов на постсоветском пространстве и их влияние на центрально-периферийную конфигурацию региона. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17074702> (дата обращения: 28.02.2019).

3. Евразийский экономический союз. Договор о Евразийском экономическом союзе. – Режим доступа: http://www.eaeunion.org/files/history/2014/2014_2.pdf (дата обращения: 24.02.2019).
4. Информационно-аналитический портал Союзного государства. Договор о создании Союзного государства. – Режим доступа: <http://www.soyuz.by/about/docs/dogovor5/> (дата обращения: 23.02.2019).
5. Махмутов А. Х. Интеграционные процессы на постсоветском пространстве: проблемы и перспективы. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/integratsionnye-protsessy-na-postsovetskom-prostranstve-problemy-i-perspektivy> (дата обращения: 28.02.2019).
6. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Статистический ежегодник Республики Беларусь. 2018 год. – Режим доступа: www.belstat.gov.by/upload/iblock/0be/0becfeb4ff8551d54808f25ebc33ca51.pdf (дата обращения: 24.02.2019).
7. Олимпиада школьников Союзного государства «историческая и духовная общность». Состоялась торжественная церемония открытия заключительного этапа олимпиады школьников Союзного государства «Россия и Беларусь: историческая и духовная общность» 2017. – Режим доступа: <http://olimp.minsk.edu.by/main.aspx?guid=8573> (дата обращения: 28.02.2019).
8. Отечества достойные сыны собрались в «Орлёнке». – Режим доступа: https://www.educationmanagers.ru/dopolnitelnoe_obrazovanie/dod-kulturnoj-napravlenosti/otechestva-dostojnye-synny-sobralis-v-orlyonke/ (дата обращения: 28.02.2019).
9. Официальный сайт Евразийского экономического союза. – Режим доступа: <http://www.eaeunion.org/#about-info> (дата обращения: 24.02.2019).
10. Пивоваров Е. И., Гуцин А. В., Левченков А. С. Интеграция на постсоветском пространстве: новый век – новые горизонты изучения. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/integratsiya-na-postsovetskom-prostranstve-novyuy-vek-novyie-gorizonty-izucheniya> (дата обращения: 28.02.2019).
11. Российско-белорусский экспертный клуб. Проблемы развития образовательного пространства в Союзном государстве Беларуси и России. 2017 год. – Режим доступа: <http://eurasia.expert/upload/Obrazovaniye-v-Soyznom-gosudarstve.pdf> (дата обращения: 24.02.2019).
12. Федеральная служба государственной статистики. Россия в цифрах. Официальное издание. 2018 год. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/rusfig/rus18.pdf (дата обращения: 23.02.2019).
13. Юн С. М. Свобода перемещения услуг в ЕАЭС к 2025 году. – Режим доступа: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/svoboda-peremeshcheniya-uslug-v-eaes-k-2025-godu/> (дата обращения: 25.02.2019).

Статью рекомендует канд. ист. наук, доцент Грибан И.В.

- Авдюкова Алла Евгеньевна** кандидат педагогических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Института социального образования Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург)
адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 149
e-mail: avdukova@bk.ru
- Богданова Елена Николаевна** преподаватель кафедры истории, экономики и правоведения Уральского государственного медицинского университета (Екатеринбург)
адрес: 625003, г. Тюмень
e-mail: lena_bogd@mail.ru
- Бочарникова Елена Владимировна** заместитель председателя Молодежной палаты при Екатеринбургской городской Думе (Екатеринбург)
адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 149
e-mail: elenatime713@mail.ru
- Дереча Ирина Ивановна** кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры педагогики и психологии Ишимского педагогического института им. П.П. Ершова (филиал) Тюменского государственного университета (Ишим)
адрес: 627750, г. Ишим, ул. Ленина, д. 1
e-mail: ishim2015@inbox.ru
- Киселева Елена Васильевна** кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики и психологии Института истории, гуманитарного и социального образования Новосибирского государственного педагогического университета (Новосибирск)
адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Чаплыгина, д. 98
e-mail: elena_mig@mail.ru
- Киселев Николай Николаевич** кандидат социологических наук, доцент, проректор по воспитательной и социальной работе Новосибирского государственного педагогического университета (Новосибирск)
адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Чаплыгина, д. 98
e-mail: nikolai_kiselev@mail.ru
- Комаров Никита Алексеевич** студент направления подготовки «Международные отношения» Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург)
адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 149
e-mail: nevolinairina@gmail.com
- Лубнин Виталий** выпускник Уральского государственного педагогического университета, менеджер по сопровождению мероприятий (Екатеринбург)
адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 149
e-mail: nikolaeva250381@list.ru
- Николаева Марина Алексеевна** кандидат педагогических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Института социального образования Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург)
адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 149
e-mail: nikolaeva250381@list.ru
- Слизкова Елена Владимировна** кандидат педагогических наук, доцент, зав. кафедрой педагогики и психологии Ишимского педагогического института им. П.П. Ершова (филиал) Тюменского государственного университета (Ишим)
адрес: 627750, г. Ишим, ул. Ленина, д. 1
e-mail: lick_diana@mail.ru

**Тримайлова
Екатерина
Сергеевна**

магистрант кафедры общей психологии и конфликтологии Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург)
адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26
e-mail: isobr233a@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Avdyukova Alla Evgen'evna	Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Department of Advertisement and Public Relations, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg)
Bogdanova Elena Nikolaevna	Lecturer, Department of History, Economics and Law, Ural State Medical University (Ekaterinburg)
Bocharnikova Elena Vladimirovna	Deputy Chair, Youth Chamber at the Ekaterinburg City Duma (Ekaterinburg)
Derek Irina Ivanovna	Candidate of Pedagogy, Associate Professor of the Department of Pedagogy and Psychology, Ishim Pedagogical Institute named after Ershov (branch) of Tyumen State University (Ishim)
Kiseleva Elena Vasil'evna	Candidate of Pedagogy, Associate Professor of the Department of Pedagogy and Psychology, Institute of History, Humanities and Social Education, Novosibirsk State Pedagogical University (Novosibirsk)
Kiselev Nikolai Nikolaevich	Candidate of Sociology, Associate Professor, Vice-Rector for Educational and Social Work, Novosibirsk State Pedagogical University (Novosibirsk)
Komarov Nikita Alekseevich	Student of the International Relations Training Course, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg)
Lubnin Vitali	Graduate of the Ural State Pedagogical University, Event Manager (Ekaterinburg)
Nikolaeva Marina Alekseevna	Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Department of Advertising and Public Relations, Institute of Social Education, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg)
Slizkova Elena Vladimirovna	Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Head of the Department of Pedagogy and Psychology, Ishim Pedagogical Institute named after P.P. Ershov (branch), Tyumen State University (Ishim)
Trimalova Ekaterina Sergeevna	Master's Degree Student of the Department of General Psychology and Conflictology, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg)

Содержание журнала «Вестник социально-гуманитарного образования и науки» представлено несколькими тематическими направлениями:

- 07.00.00 – исторические науки и археология;
- 08.00.00 – экономические науки;
- 13.00.00 – педагогические науки.

Журнал выходит с **периодичностью** 2 номера в год. В нем публикуются статьи, обзоры и другие авторские материалы, представляющие научный и практический интерес по проблематике журнала. На основании рецензирования публикуются только те статьи, которые отвечают критериям актуальности, новизны, практической значимости и соответствуют проблематике разделов журнала.

Рубрики журнала (формируются, исходя из представленных материалов):

- «Образование: сегодня, завтра»;
- «Профессиональное образование»;
- «Олимпиадное молодежное движение»;
- «Безопасное детство»;
- «Патриотическое воспитание»;
- «Помощь классным руководителям»;
- «Работа с молодежью»;
- «Подготовка вожатых»;
- «Деструктивное поведение»;
- «Отечественная история»;
- «История международных отношений»;
- «Экономика и управление народным хозяйством»;
- «Управление качеством»;
- «Маркетинг»;
- «Менеджмент»;
- «Рекреация и туризм» и др.

Редколлегия приглашает к размещению публикаций в журнале представителей различных научных школ и направлений, учреждений образования, культуры, социальных учреждений, общественных организаций.

Статьи аспирантов публикуются бесплатно.

Все статьи рецензируются независимыми экспертами. Окончательное решение о публикации принимает редколлегия журнала.

Редколлегия журнала оставляет за собой право отклонять представленные материалы, если они не соответствуют установленным требованиям.

После выхода журнала автору отправляется то количество печатных экземпляров, которое указано в заявке.

Требования к оформлению статей:

- Рекомендуемый объем статьи – 8-12 страниц (примерно 20 000 знаков с пробелами).
- Статья должна обязательно иметь УДК, рубрику ГСНТИ и код ВАК.
- На русском языке оформляются ФИО автора (авторов), город, название статьи прописными буквами, аннотация (до 300 знаков), список ключевых слов, текст статьи, библиографический список.
- На английском языке: ФИО автора (авторов), сведения об авторе, город, название статьи прописными буквами, аннотация (до 300 знаков), список ключевых слов.
- Рукопись представляется в электронном виде в формате MSO Word (любой версии) или совместимого редактора.
- Текст должен быть набран шрифтом Times New Roman, кеглем (высота букв) 14pt, междустрочный интервал «полуторный»; начертание обычное; формат – А4; все поля – 2 см; абзацный отступ – 1,0.
- Обозначениям единиц измерения различных величин, сокращениям типа «г.» (год) должен предшествовать знак неразрывного пробела (см. «Вставка» - «Символы»), отмечающий наложение запрета на отрыв их при верстке от определяемого ими числа или слова, то же самое относится к набору инициалов и фамилий.
- При использовании в тексте кавычек применяются так называемые типографские кавычки («»).

- Тире обозначается символом « – » (короткое тире с пробелами); дефис «-» (без пробелов).
- Все сокращения при первом употреблении должны быть полностью расшифрованы, за исключением общепринятых сокращений.
- Информация о грантах и благодарностях приводится в виде сноски в конце первой страницы статьи.
- Картинки располагаются в тексте в необходимом месте, а также присылаются отдельными файлами в формате jpg.
- Не менее 15 источников. Все ссылки на источники даются в тексте статьи в квадратных скобках через запятую (указываются номер источника, номер страницы), например: [1, с. 98]. Ссылки на литературу приводятся в конце статьи под названием «Библиографический список» в алфавитном порядке. Оформление списка литературы производится в соответствии с ГОСТ 7.0.5-2008 «Библиографическая запись».

Материалы присылаются на электронный адрес редакции журнала:
s-h_vestnik@rambler.ru в файле расширения doc, docx, rtf.

Для публикации статьи необходимо представить в редакцию:

- Текст статьи в печатном и электронном варианте с приложением сведений об авторе.
- Заявку (на русском и английском языках), заполненную в соответствии с формой, предложенной ниже (Приложение).
- Отзыв-рекомендацию научного руководителя, заверенный печатью – для магистрантов, аспирантов, докторантов и соискателей.

Публикация статьи платная. Договор, счет, акт выполненных работ высылается автору редакцией после принятия материалов к публикации.

Приложение

ЗАЯВКА

Ф.И.О. полностью	
Название статьи	
Учёная степень, учёное звание	
Место работы, должность	
Почтовый адрес, контактный телефон, e-mail	
Предполагаемая рубрика	
Классификационный код тематической рубрики: ГСНТИ и код ВАК	- код ГСНТИ вы можете посмотреть на сайте gnti.ru; - код ВАК в разделе «Номенклатура специальностей научных работников» на сайте vak.ed.gov.ru

Контакты:

Ларионова Ирина Анатольевна, доктор педагогических наук, профессор, главный редактор
 E-mail: isobr@uspu.ru

Коротун Анна Валериановна, кандидат педагогических наук, доцент, ответственный редактор
 E-mail: korotun83@bk.ru

620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26
УрГПУ, Институт социального образования, к. 149
 Тел.: 8 (343) 235-76-81, факс 8 (343) 336-13-50

Будем рады сотрудничеству с Вами!

**Министерство науки и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО «Уральский государственный
педагогический университет»**

**ДЛЯ СОТРУДНИКОВ
СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОТДЫХА
И ОЗДОРОВЛЕНИЯ ДЕТЕЙ**

Окружной координационный центр по подготовке и сопровождению вожатских кадров

УрФО проводит прием слушателей на обучение
по программам повышения квалификации
и профессиональной переподготовки.

Форма обучения: дистанционная, очно-заочная

№	Программы повышения квалификации и профессиональной переподготовки	Кол-во часов
1.	«Реализация патриотических проектов в молодежной среде в условиях смены»	16
2.	«PR-коммуникации с целевыми аудиториями (родители, общественные организации и государственные структуры)»	16
3.	«Оказание первой помощи детям в ДОЛ»	16
4.	«Основы вожатской деятельности»	72
5.	«Основы самоменеджмента: организация персональной деятельности»	36
6.	«Коучинг в управлении детским оздоровительным лагерем»	36
7.	«Организация ивент-мероприятий в детском оздоровительном лагере»	36
8.	«Применение интернет-технологий в условиях детского оздоровительного лагеря»	36
9.	«Основы деятельности детского аниматора»	36
10.	«Воспитательная деятельность в системе РДШ: методика эффективной комплексной организации деятельности вожатого»	72
11.	«Методологическое и методическое сопровождение программного обеспечения и экспертная оценка пришкольных и загородных детских оздоровительных лагерей»	72

По окончании программы выдается
удостоверение (диплом) о повышении квалификации
Дополнительную информацию
можно получить по телефону:

8 (343) 235-76-81

E-mail: ufo.okczppisvk@bk.ru **Наш сайт:** isobr.uspu.ru
Наш адрес: г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26, каб. 150



ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»

объявляет набор на 2019-2020 учебный год

Направления подготовки БАКАЛАВРИАТА для выпускников школ, гимназий, лицеев, профессиональных образовательных организаций

очная форма обучения, бюджет/внебюджет

44.03.05. Педагогическое образование:

**Правоведение и Управление воспитательной работой
(с двумя профилями подготовки)**

очная форма обучения, внебюджет

41.03.05. Международные отношения:

Международные отношения в сфере образования

заочная форма обучения, бюджет/внебюджет

44.03.01. Педагогическое образование:

Управление воспитательной работой

заочная форма обучения, внебюджет

39.03.02. Социальная работа:

Социальная работа.

Направления подготовки МАГИСТРАТУРЫ для выпускников высших учебных заведений:

очно-заочная форма обучения, бюджет/внебюджет

44.04.02 Психолого-педагогическое образование:

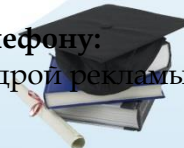
Управление воспитывающей средой в образовательных организациях.

Зачисление по результатам тестирования.

Дополнительную информацию можно получить по телефону:

8 (343) 235-76-81, Коротун Анна Валериановна, к.п.н., доцент, зав. кафедрой рекламы и связей с общественностью

Наш адрес: г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26



Научное издание

ВЕСТНИК СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
2019. №1

Подписано в печать 30.03.2019. Формат 60x84/8.
Бумага для множ. ап. Гарнитура «Book Antiqua». Печать на ризографе.
Усл. печ. л. 7. Уч.-изд. л. 3,4. Тираж 500 экз.

Тираж отпечатан в отделе множительной техники
Уральского государственного педагогического университета
620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26.
Тел. 8 (343) 235-76-30