

4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 04.11.2018.
5. United Nations Comtrade Database - International Trade Statistics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://data.trendeconomy.com/dataviewer/trade/statistics/commodity_h2?kf=kfv_commodity_h2&commodity=02&trade_flow=Export&time_period=2017/. – Дата доступа: 04.11.2018.

УДК 004.03+004.6

ОНЛАЙН-СЕРВИСЫ «ЭЛЕКТРОННЫЙ ДНЕВНИК/ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ»

С.В Свиридович, преподаватель, канд. экон. наук, доцент Кочетов Н. В., БНТУ, г.Минск

Введение. Актуальность данного исследования состоит в идее, что в реальное время стремительно развиваются компьютерные технологии и совместный процесс информатизации общества, влекущие за собой внедрение в деятельность любой организации программных средств и разработку программного обеспечения, учитывающих специфику деятельности какой-либо организации. Особенно актуально внедрение и использование компьютерной техники в высших учебных заведениях.

1. Характеристика предметной области исследования. Понятие электронных журналов и сфера их применения.

Начать необходимо с характеристики понятия. Электронный журнал — периодическое рецензируемое издание, электронный аналог печатного журнала, доступный для просмотра на мобильных устройствах или компьютере. Распространяется через Интернет или на любых носителях информации (магнитных, оптических, USB накопителях) [1].

Электронный журнал, как информационный портал – периодическое издание, которое включает полные версии публикаций, а не только сайты, обеспечивающие доступ к содержанию и аннотациям статей. Журналы такого формата можно разделить на три группы:

1. параллельные электронные журналы — электронные версии традиционных печатных изданий.
2. интегрированные электронные журналы
3. Онлайн-системы «Электронный дневник/Электронный журнал» дает возможность осуществлять в образовательном учреждении детальный учёт успехов освоения обучающимися программ в электронном формате, а также сохранение в архивах информации об этих результатах. [3].

Внедрение онлайн-сервисов «Электронный дневник/Электронный журнал» решает ряд социально-важных задач для системы образовательного процесса:

1. Динамика информационных сервисов позволяет проектировать базу для перехода на систему электронного документооборота в учреждениях образования, уменьшить затраты на моделирование и сопровождение локальных информационных инфраструктур

2. «Облачные» методологии позволяют вовлекать в образовательный процесс личные компьютерные устройства педагогов, учащихся и их родителей (законных представителей), что направлено на снижение финансовых затрат для учреждений образования по оснащению материально-технической инфраструктуры.

Можно сказать, что электронный журнал – явление нужное и важное, способствующее модернизации и улучшающее результативность любого процесса, так как может усовершенствовать и ускорить методику регистрации и хранения документов, позволяет предоставить ее в более наглядном виде. Электронный журнал - удобная и надёжная система информационной поддержки процедуры отображения и накопления текущей информации [4].

2. Определение классов пользователей электронных журналов

Кто же является главным пользователем электронной периодики? Такой способ работы с успеваемостью и посещаемостью может подойти не только школам, но и высшим учебным заведениям. Актуальность разработки и использования в институте электронного журнала определяется следующими характеристиками:

1) Используя балльно-рейтинговые системы многие институты в явном виде желают от преподавателей использовать журналы успеваемости (электронные журналы) как метод количественной оценки знаний.

Текущий контроль происходит за семестр в соответствии с правилами принципами балльно-рейтинговой системы. [1].

Итоги текущего контроллинга успеваемости слушателей обязаны фиксироваться в журнал успеваемости по дисциплине. Студентам предоставляется возможность получить информацию о результатах текущего контроля успехов во время семинарских занятий и на личной странице преподавателя на учебном портале.

Далее представлены кабинетные исследования отношения вышеперечисленных пользователей к такому явлению, как электронный журнал (1).



Рисунок 1 – Отношение пользователей (студентов) к электронному журналу

Как видно из описанных мероприятий, и студенты и преподаватели позитивно относятся к факту существования электронного журнала, используемого в учебных целях, но находится та часть пользователей, которые видят минусы в такой системе. В чем заключаются эти недостатки?

Для результативного внедрения электронных дневников и журналов успеваемости в общеобразовательном учреждении нужно выполнить определённые организационные этапы:

1. Создание приказа о использовании электронного дневника и журнала успеваемости
2. Разработка плана работы, который включает список важных и достаточных мероприятий по внедрению электронных дневников и журналов успеваемости с указанием этапов, сроков, предполагаемых результатов и ответственных лиц.
3. Разработка местного акта: «Положение о ведении электронных дневников и электронного журнала»
4. Разработка инструкций по работе с электронным журналом и дневником.
5. Проведение педагогического (методического) совета, совещания, или семинара на тему: «Перспективы внедрения электронных дневников и журналов успеваемости в деятельность общеобразовательного и высшего учебного учреждения».
6. Проведение разъяснительной работы с педагогическим, ученическим, студенческим коллективом, родительской общественностью.
7. Обучение преподавателей –предметников, классных руководителей и кураторов.
8. Обеспечение необходимым количеством рабочих мест педагогов для свободного доступа к Интернет-проекту с качественным и бесперебойным подключением к сети Интернет. Оформление соглашения с родителями об обработке персональных данных учащихся.
9. Оформление соглашения о неразглашении персональных данных учащихся с ответственными лицами
10. Проведение регулярного мониторинга работы по внедрению электронных дневников и журналов успеваемости.

Таким образом, введение системы электронных дневников и журналов в деятельность школ и высших учебных заведений создаст альтернативу бумажному классному или университетскому журналу, облегчит движение информационных потоков в школе и университете, поможет системе образования воспользоваться преимуществами современного мира и сэкономит время основных пользователей [4].

Как было указано выше, субъектом данного исследования является Белорусский государственный университет культуры и искусств. В настоящий момент в университете обучается большое количество белорусских и иностранных студентов, планы наборов стремительно увеличиваются. Логично, что для оптимизации отражения и регистрации текущей информации по объему вакантных мест для поступающих, информации по успеваемости и посещаемости можно использовать глобальный электронный журнал, в котором можно отображать информацию по каждому курсу, потоку и группе.

На рисунке 2 представлен типологический пример того, каким может быть электронный журнал для высшего учебного заведения.

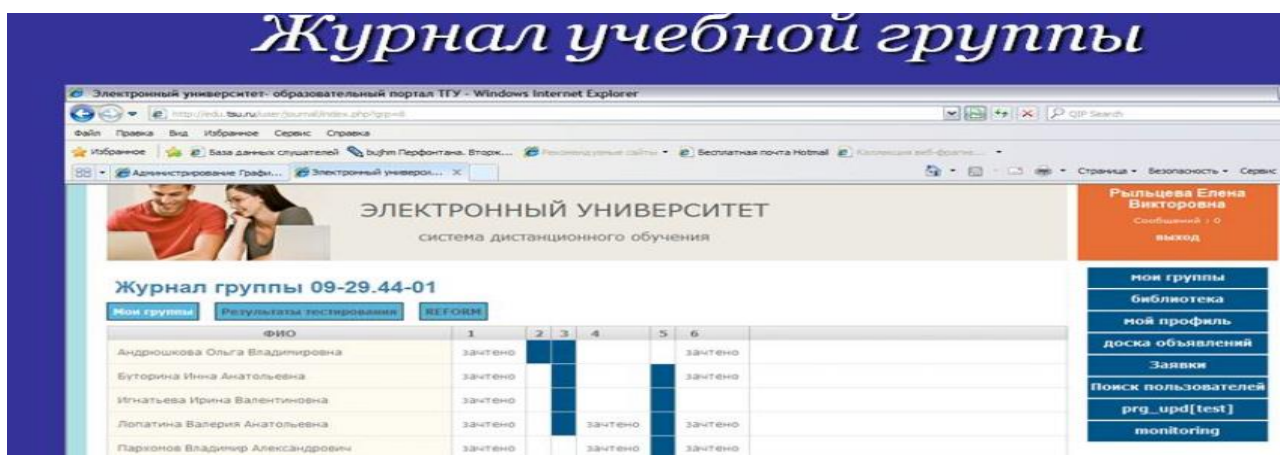


Рисунок 2 – Электронный журнал учебной группы

Заключение. Согласно Концепции информатизации системы образования Республики, Беларусь на период до 2020 года одним из важных направлений информатизации системы управления является разработка, внедрение республиканских информационно-аналитических систем и единой системы электронного документооборота. Данное направление проекта предполагает внедрение онлайн решений по предоставлению различных информационных сервисов (электронного журнала, дневника, расписания занятий), что позволяет создать основу для перехода на систему электронного документооборота в учреждениях образования, снизить затраты на построение и сопровождение локальных информационных инфраструктур и баз данных.

ЛИТЕРАТУРА

1. Электронный дневник и журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Электронный_дневник_и_журнал. (Дата обращения 26.04.2018)
2. Электронный журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Электронный_журнал. (Дата обращения 25.04.2018)
3. Электронный журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: iso.minsk.edu.by. (Дата обращения 25.04.2018)
4. Электронные учебные пособия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znaj.by/>. (Дата обращения 23.04.2018)

УДК 339.9

ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ МНОГОПОЛЯРНОГО МИРА

М. П. Симонова, доцент БНТУ, М.П. Лобанок, Н.Д. Алейникова, БНТУ, г. Минск

Резюме – после крушения двухполярной системы мирового порядка глобальное лидерство, в том числе и в экономике перешло к США. Однако, со временем однополярный мир во главе с США начинает, уходит в прошлое. Становление многополярного мира – реальность сегодняшнего дня. Путь к устойчивому многополярному миру будет состоять из двух этапов – переходного этапа и стабилизационного. Затем должен наступить этап экономического сотрудничества между установившимися центрами многополярного мира. В новых условиях глобализации мировой экономики, структуры международного маркетинга должны не только оперативно реагировать на текущие процессы, происходящие в мировой экономике на этапе перехода и стабилизации, но и одновременно выстраивать стратегию своего развития на этап экономического взаимодействия между центрами многополярного мира

Введение. Известно, что глобализация оказывает влияние на экономику практически всех странах мира и содержит как положительные, так и отрицательные стороны. Она затрагивает производство товаров и услуг, использование рабочей силы, инвестиции, влияет на разработку и распространение технологий. Глобализация не знает границ. В конечном счете, она влияет на эффективность производства, производительность труда и конкурентоспособность не только предприятий, организаций и отраслей, но и страны в целом [1]. При однополярном мире, в условиях глобализации мировой экономики международный маркетинг приобретает черты глобального маркетинга. В условиях становления и развития многополярного мира международный маркетинг перестанет быть глобальным (в широком смысле).

В настоящее время просматриваются контуры нескольких мировых центров. Два основных центра, контуры, которых уже отчетливо просматриваются.

1. Центр уходящего однополярного мира во главе с США.

2. Азиатский центр с Китаем, Россией, и дрейфующей в их сторону Индией. Европейский экономический центр. Ближневосточный сырьевой центр со странами Персидского залива.

В каком русле пойдет дальнейшее взаимодействие между этими центрами, и к кому присоединятся остальные страны будет зависеть архитектура мирового порядка и структура мировой экономики.

Основная часть. Международный маркетинг – совокупность сложившихся в мировой практике методов комплексного изучения рынков, выявления новых потребностей и меняющихся предпочтений покупателей, методов создания эффективных каналов реализации товаров и услуг, проведения рекламных компаний с системой соответствующих служб и методов управления на предприятиях [2].

Основные факторы, влияющие на развитие международного маркетинга в условиях становления многополярного мира, представлены на рисунке1. В условиях становления многополярного мира основными факторами, влияющими на международный маркетинг, становятся политика и недобросовестная конкуренция со стороны не только отдельных государств, но государственных объединений [3]. Давление на руководителей отдельных стран при заключении контрактов. Ведение односторонних санкций против бизнесменов и государств. Заградительные пошлины. Аресты, под надуманными предлогами, представителей крупного бизнеса. Недавнее задержание в Канаде финансового директора китайского телекоммуникационного гиганта Huawei Мэн Ваньчжоу яркое тому подтверждение. Общепризнанные нормы, правила, и принципы международного маркетинга в условиях становления многополярного мира начинают, утрачивать свое значение. На смену ему приходит «силовой государственный маркетинг». И это необходимо учитывать маркетологам.