

Планируемая маркетинговая стратегия «Инновационного образования» – стратегия кооперации: благодаря ей в маркетинг будут вовлечены все стороны отношений, которые учитываются в контексте данной бизнес-модели. Выбранная рекламная модель – VIPS.

Основные компоненты планируемой концепции отражены в таблице: по мере реализации этапов запуска и масштабирования модель будет корректироваться и дополняться.

Задача
1. Взаимодействие собирательного образа школьника со средой развития его талантов
2. Взаимодействие собирательного образа школьника со средой профориентации
3. Взаимодействие собирательного образа школьника с потенциальными вузами
4. Взаимодействие собирательного образа школьника с бизнес-средой
5. Взаимодействие работодателей со студентами через модель вузы-преподаватели
6. Получение реальных «производственных» навыков в период учебы

Благодаря данной модели гражданин с самого детства будет опережающим процессом интегрироваться в рынок труда за счет создания системы, в которой бизнес потенциально участвует на всех этапах образовательного и профессионального становления.

Список использованных источников

1. Федеральный проект «Современная школа». [Электронный ресурс]. URL: <https://edu.gov.ru/national-project/projects/school/>. – Дата обращения: 01.03.2024.
2. Федеральный проект «Молодые профессионалы (Повышение конкурентоспособности профессионального образования)». [Электронный ресурс]. – URL: <https://edu.gov.ru/national-project/projects/professionals/>. – Дата обращения: 01.03.2024.
3. Федеральный проект «Социальные лифты для каждого». [Электронный ресурс]. URL: https://edu.gov.ru/national-project/projects/soc_lift/. – Дата обращения: 01.03.2024.

УДК 677.023.77

ПРОБЛЕМЫ МОРАЛЬНОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЕЖИ РОССИИ

Быков М. Ю., к.и.н., доц., Матвеева Н. Ю., к.с.н., доц.

*Российский университет транспорта,
г. Москва, Российская Федерация*

Не секрет, что в современном обществе моральные аспекты воспитательного процесса как внутри семьи, так и в образовательных социальных институтах (школа, колледж, университет) зачастую отходят на второй, а то и на третий план. В стандартной семье, как правило, уделяют основное внимание «развитию» ребенка: посещению им секций и специализированных занятий, поездкам в интересные места, репетиторам и иностранным языкам, подготовке к сдаче ОГЭ/ЕГЭ. Все эти мероприятия сводятся к улучшению образования и кругозора детей, что, в дальнейшем, должно послужить обобщенной цели профессионального/карьерного успеха в жизни.

Очевидно, что моральное воспитание – это нечто совсем иное. Задачи морального, нравственного воспитания реализуются при помощи: а) личного примера морального поведения; б) чтения книг или просмотра кинофильмов с примерами высокоморального поведения, разрешения героями нравственных коллизий; в) практики моральных поступков самого воспитуемого («уступи место бабушке», «не разговаривай грубо со старшими, учителями», и т. д.); г) наконец, формирования морального самосознания высокого уровня, состоящего в способности принимать самостоятельные этические решения, наличии моральных принципов, совести, представлений о личной чести и достоинстве, нарушении которых создает для самого человека ситуацию психологического дискомфорта.

Проблема состоит в том, что в современном обществе система нравственного воспитания не только разрушена во всех основных институтах социализации – семье, школе, колледже, университете – но исчезло само представление о цели такого воспитания, его основных критериях и идеальных характеристиках. «Стремление к добру и делание добра представляются некими абстрактными принципами, традиционно навязанными

нормами, которые неизвестно кем обусловлены и на что даны» [4, с. 141].

Интересно, что по данным исследователей, сами студенты одного из университетов России отмечают, с одной стороны, удовлетворенность нравственной свободой (72,3 % опрошенных), с другой стороны – недостаток нравственного воспитания (60 %) [3, с. 265]. Отдельный вопрос состоит в том, что нравственная свобода не тождественна нравственному произволу и отсутствию правил. В этой связи возникает вопрос о соотношении прав личности и ее ответственности, фактически выпадающий из внимания агентов социализации молодежи. Так, исследователи считают, что слабое развитие этики социальной ответственности, и, как следствие, рост безответственности молодого поколения России выступает серьезным вызовом для будущего развития страны [2, с. 253]. В условиях утраты этических критериев и, в целом, смыслов нравственного поведения, единственным способом укрепить нравственный фундамент социальной жизни является обращение к традиционным, проверенным веками, ценностям, к вечным ценностям истины, добра, любви и красоты. Эти ценности являются и основой для гармоничной семейной жизни [1, с. 13].

С другой стороны, молодежи невозможно навязать устаревшие, с ее точки зрения, взгляды и ценности. Этическая социализация молодежи, ее моральные принципы отражают имеющиеся тенденции социальных трансформаций вообще, и трансформаций нравственности, в частности. Поэтому сохранение традиционных этических ценностей должно сопровождаться работой по их осмыслению и применению в новых социальных условиях. Это возможно благодаря тому вечному содержанию, которое имеется в этих ценностях.

Список использованных источников

1. Андрияшко, М. В. О нормах права, морали и нравственности как регуляторах брачно-семейных отношений в Республике Беларусь // Пятые цивилистические чтения памяти профессора М. Г. Прониной. Сб. ст. чтений. Под ред. М. Н. Шимкович, Т. М. Халецкой. – Минск, 2023. – С. 12–15.
2. Зарубина, Н. Н. Этика ответственности современной российской молодежи // Вестник МГИМО. – 2012. – № 6. – С. 250–258.
3. Иванчина, О. В., Казарян, А. Г., Неклюдова, А. С. Анализ социологического опроса студентов по проблемам воспитания // Наука и образование транспорту. – 2019. – № 2. – С. 264–266.
4. Положенкова, Е. Ю., Васильев, М. А. Проблема добра и зла в наше время // Аллея науки. – 2019. – № 1(28). – С. 140–143.

2.2 Электронный бизнес

УДК 378:004

АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЁТА ПОСЕЩАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ПОЗИЦИЙ В МЕЖДУНАРОДНЫХ РЕЙТИНГАХ УВО

Кунсманайте Э. А., студ., Гупорова Е. В., ст. преп.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Существует множество систем оценки учреждений высшего образования, в том числе мирового уровня, среди которых можно выделить: Academic Ranking of World Universities (ARWU) или Шанхайский рейтинг (сосредоточен на академической и научной деятельности); Times Higher Education; QS World University Rankings (особое внимание трудоустройству выпускников); U.S. News Best Global Universities Rankings; UniRank (вебометрический рейтинг, определяемый популярностью и посещаемостью сайтов. Включает список из 13 600 университетов и колледжей 200 стран мира. В рейтинг вошло 47 учреждений