

3. У некоторых млекопитающих (человек, свинья, крупный рогатый скот) гистоархитектоника селезенки обуславливала как депонирующую, так и защитную функцию в равной степени, что не позволяло ее отнести к той или иной группе – «смешанный вариант».

4. Вместе с тем, виды животных, у которых селезенка морфологически слабо развита и функционально мало активна (кролик, морская свинка), часто используются в лабораторной практике.

Такой орган дает высокий порог чувствительности, который наиболее важен для решения проблем, связанных с определением влияния на организм различных веществ. Таким образом, нельзя не принимать во внимание видовые особенности селезенки при выборе и оценке экспериментальных мероприятий, их воздействий на конкретные звенья иммунной системы, которые участвуют в ходе исследований.

Педагогические науки

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ НАВЫКОВ У СТУДЕНТОВ КОММЕРЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ ПУТЕМ СОЗДАНИЯ ВИРТУАЛЬНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Волошко Н.И., Дюмина П.С., Снитко А.П.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, Белгород, e-mail: tkf-dekan@buker.ru

В рамках российской государственной программы повышения качества образования необходимо больше внимания уделять формированию профессиональных навыков путем широкого использования интерактивных форм и методов обучения. Для подготовки студентов товароведно-коммерческих направлений актуальным является разработка и использование возможностей виртуальных торговых предприятий.

Использование данной формы обучения позволит приблизить студентов к реальным условиям профессиональной деятельности, правильно определять стратегию торгового предприятия. В число ключевых вопросов деятельности предприятия, охватываемых виртуальным торговым предприятием, должны быть включены: профессиональное планирование, оборудование, штат предприятия, изучение спроса потребителей данного региона, формирование оптимального ассортимента с учетом проведенных исследований, осуществление контроля качества и оценки конкурентоспособности товаров. Это позволит сформировать у будущих специалистов навыки руководителей различных звеньев, умения своевременного реагирования на изменения конъюнктуры рынка товаров и спроса, что, в конечном итоге, будет способствовать более полному удовлетворению современных запросов потребителей.

Предлагаемые обучающие системы могут быть использованы как в процессе проведения аудиторных занятий, так и при прохождении учебной практики.

Данная интерактивная программа позволит не только выявить личностные и еловые качества студентов при решении конкретных задач в условиях коммерческого предприятия, но и совершенствовать их в выбранном направлении.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТАРИЯ SOCIAL MEDIA В ПРОВЕДЕНИИ ЕДИНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Егорова Ю.С.

*ФГБУ «Федеральный центр тестирования»,
Москва, e-mail: julia_78@list.ru*

В данной статье рассматривается практика применения инструментов социальных медиа в проведении единого государственного экзамена. Дано общее понятие социальных медиа и его основные направления. Также приведены примеры использования работ по различным направлениям и их главные цели.

Общее понятие Social Media и его значение в современном обществе

Еще двадцать лет назад выражения «постучаться в аську», «поставить сердечко в контакте» или «сидеть в одноклассниках» вызвали бы у любого здравомыслящего человека полное недоумение. Однако в наше время подобные выражения не только не воспринимаются как что-то не имеющее смысла, но и понятны почти всем. Причиной тому является глубокое проникновение в современную жизнь Интернета. Под Интернетом подразумевается массив интернет-сайтов, в совокупности дающих пользователю безграничные возможности для общения, обмена информацией, работы и развлечения.

Вданной публикации основной интерес представляет сфера, используемая интернет-аудиторией для коммуникации. В эту сферу входит множество ресурсов: блоги, социальные сети, форумы – все то, что позволяет пользователям размещать в открытом (или частично закрытом) доступе те или иные данные. Перечисленные ресурсы относятся к группе Social Media – социальные медиа, которые представляют собой набор онлайн-технологий для общения пользователей в различных формах – пользователи могут делиться своими мнениями, опытом и знаниями, взаимодействовать друг с другом, налаживать контакты, делиться новостями, информацией, видео, фото, музыкой и ссылками.

В этом ключе можно рассматривать социальные медиа как набор инструментов для полноценной работы с информационным массивом

и использования его специфики в собственных интересах.

В настоящее время социальные сети прочно вошли в жизнь россиян. В Российской Федерации представлено несколько социальных сетей с обширнейшей аудиторией. Например, одна только социальная сеть vkontakte.ru насчитывает более 100 млн зарегистрированных пользователей со всей РФ и стран СНГ. Если же добавить к этому количеству не менее значительную аудиторию других интернет-ресурсов, станет очевидно, что игнорировать информацию, размещаемую таким количеством пользователей в открытом доступе, нельзя.

Но поиск информации – это не единственное назначение социальных медиа. Из всей огромной аудитории «интерактивного» сегмента сети Интернет можно при помощи различных инструментов вычленив подходящую по определенным параметрам (пол, возраст, регион и т.д.) и проводить с ней эффективную коммуникацию.

Эти возможности в настоящее время активно используются различными бизнес-структурами, главным образом ориентированными на клиентов (B2C – Business to clients). При помощи инструментов социальных медиа специалисты в данной области повышают узнаваемость брендов и увеличивают лояльность пользователей к ним, узнают объективное и непредвзятое мнение пользователей о своих товарах и услугах и т.д.

Очевидно, что умея эффективно взаимодействовать с большими объемами аудитории и контента (то есть содержимого интернет-ресурсов – текстов, фотографий, сообщений, видео и т.д.), создаваемого пользователями (т.н. UGC – User Generated Content), можно добиться больших результатов в самых разных сферах – от повышения эффективности подразделений бизнеса до решения государственных задач. Проведение ЕГЭ – не исключение. Особенно учитывая тот факт, что пользователи активно обсуждают данную тему и не стесняются высказывать о ней свои суждения различной направленности.

Следует также отметить, что важность социальных медиа для любой структуры, так или иначе работающей с пользователями, стабильно растет день ото дня – в Интернете постоянно появляются новые ресурсы и сервисы, предоставляющие пользователям дополнительные возможности. Своевременное включение этих сервисов в работу позволит повысить эффективность различных видов взаимодействия с пользователями и необходимым контентом.

Основной инструментарий социальных медиа

Стоит сразу отметить, что социальные медиа – это целое направление со своей спецификой и тонкостями. Поэтому в данной статье не будут рассматриваться подробности использо-

вания различных инструментов, но будут описаны их общие принципы и свойства.

Для удобства разделим весь инструментарий на два глобальных направления – мониторинг и коммуникация с аудиторией. Разумеется, при более детальном рассмотрении в каждом из этих направлений можно выделить еще множество видов работы, однако, общие принципы сохраняются.

Как можно легко догадаться, цель мониторинга – поиск необходимой информации в Интернете, включая также информацию, размещаемую пользователями в блогах, социальных сетях, на форумах и т.д. в открытом или частично закрытом доступе. При этом вид информации не имеет существенного значения – искать можно как графическую, так и текстовую или любую другую информацию. Важно лишь подобрать наиболее подходящие для данного вида поиска инструменты. Отличительной чертой мониторинга является то, что он практически не заметен для пользователей сети Интернет. Иными словами, тот факт, что организация проводит мониторинг Интернета, с малой долей вероятности будет замечен другими пользователями.

Другое глобальное направление – коммуникация с аудиторией. Суть работы в этом направлении заключается в том или ином взаимодействии с аудиторией, чаще всего – определенным представительством организации в Интернете. Коммуникация может быть как открытой, так и скрытой, прямой или косвенной – важно, что подобная работа всегда видна другим пользователям и может быть ими замечена. Поскольку видов и тонкостей работы в данном направлении множество, нет смысла останавливаться на многих из них. Ниже будут рассмотрены наиболее эффективные инструменты.

Практическое использование инструментария социальных медиа при проведении ЕГЭ

Мониторинг может быть использован прежде всего для двух целей – сбора мнения пользователей о ЕГЭ и поиска незаконно опубликованных контрольно-измерительных материалов (КИМ) экзамена. Публикация является незаконной, так как противоречит Федеральному закону Российской Федерации от 2 февраля 2011 г. № 2-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «Об образовании» и статьи 11 и 24 Федерального закона «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» в части совершенствования единого государственного экзамена», в котором указано, что КИМ ЕГЭ являются информацией ограниченного доступа. Следует отметить, что мониторинг сети Интернет уже проводится ответственными организациями, однако, он не затрагивает пространства блогосферы, социальных сетей и большей части форумов, а основная часть ценной информации публикуется именно там.

Проведя анализ информации о ЕГЭ, размещенной пользователями в Интернете, можно сделать выводы о недостаточном соблюдении процедуры его проведения на местах и не допускать подобных ошибок в будущем. Данный инструмент позволяет собирать пользовательские отзывы вне зависимости от регионов проживания пользователей, сводя при этом затраты к минимуму.

Поиск КИМ возможно осуществлять по всем направлениям. Можно искать как прямую изображения КИМ, так и архивы, ссылки на них и просто текстовые упоминания. При помощи этого инструмента можно значительно увеличить количество обнаруженных фактов незаконной публикации контрольно-измерительных материалов и применить к авторам этих публикаций соответствующие санкции.

Так, в 2011 году с применением инструментария социальных медиа группой специалистов был проведен анализ переписки во время проведения ЕГЭ по математике участников ЕГЭ в социальной сети vkontakte.ru. Было выявлено более 140 участников переписки из 43 регионов. По итогам данного исследования была подготовлена детальная информация о том, кому был выдан данный КИМ, в каком пункте проведения экзамена и в какой аудитории проводился ЕГЭ, кто был руководителем, уполномоченным государственной экзаменационной комиссии и организаторами в данном пункте, а так же какой результат получил данный участник ЕГЭ. На основании этих сведений государственные экзаменационные комиссии субъектов Российской Федерации отменили полученные результаты указанным участникам ЕГЭ.

В настоящее время в Интернете присутствует множество ресурсов, посвященных незаконной сдаче ЕГЭ. В социальных сетях они представлены группами страницами, в блогосфере – сообществами. Существует также большое количество специализированных форумов, посвященных этой тематике.

Основная активность в данном направлении наблюдается в социальной сети vkontakte.ru. Поэтому в целях контроля за публикацией КИМ ЕГЭ можно создать группу или страницу, посвященную незаконной сдаче ЕГЭ, не разглашая при этом причастности к ресурсу ответственной организации. Подобная группа даст возможность не только оперативно отслеживать факты публикации КИМ, но и, как вариант, выкладывать заведомо ложные материалы для внесения путаницы среди желающих сдать ЕГЭ нечестным образом. Похожие инструменты также существуют и для других ресурсов – блогов, форумов и т.д.

Помимо неофициального представительства в Интернете можно также использовать такой инструмент, как официальное присутствие в социальных сетях или на форумах. Суть это-

го инструмента заключается в создании специализированной площадки (например, на базе социальной сети vkontakte.ru), целью которой будет законная помощь учащимся в сдаче ЕГЭ. На созданном ресурсе можно публиковать советы по подготовке, официальные варианты для подготовки к ЕГЭ, новости – в общем, любую информацию, которая поможет выпускникам честно сдать ЕГЭ на хорошую оценку. Этот инструмент не только позволит повысить показатели ЕГЭ, но и положительно повлияет на имидж экзамена в целом и организаций, ответственных за его проведение.

Ожидаемые результаты

Максимальной эффективности работы с социальными медиа можно добиться лишь при помощи использования всех вышеуказанных инструментов. При их правильной компоновке повысится уровень защищенности, надежности и прозрачности процедуры проведения ЕГЭ на всех уровнях, а также уровень подготовки сдающих ЕГЭ. Также увеличится процент обнаружения фактов тех или иных нарушений процедур.

В целом использование социальных медиа в проведении ЕГЭ позволит вывести контроль за процедурой ЕГЭ на новый качественный уровень и значительно расширить влияние ответственных организаций.

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ МАТЕМАТИКИ

Еланцева Т.И.

*ФГБОУ ВПО «Шадринский государственный педагогический институт», Шадринск,
e-mail: elanqa@mail.ru*

В настоящее время эффективное функционирование любой организации во многом зависит от компетентности менеджера. Под профессиональной компетентностью понимаем интегральную характеристику, определяющую способность специалиста решать профессиональные проблемы и задачи, возникающие в реальных ситуациях управленческой деятельности, с использованием знаний, профессионального и жизненного опыта.

Профессиональная деятельность менеджера носит интегративный характер, поэтому формирование профессиональных компетенций должно начинаться с первого курса и пронизывать все учебные предметы, в том числе и математику – важную составляющую профессиональной подготовки менеджеров.

Для выбора оптимальных путей построения обучения математике менеджеров необходимо учитывать особенности их профессиональной деятельности, которая представляет собой совокупность компонентов: информации, людей