

всеми воспитанниками любительского коллектива, создают благоприятную атмосферу во время занятий и репетиций, помогают воспитанникам раскрыть их творческий потенциал, развить такие важные качества как инициативность, самостоятельность, трудолюбие, дисциплинированность. Эти качества несомненно пригодятся воспитанникам коллектива не только в хореографической деятельности, но и будут полезны в профессиональной деятельности в любой сфере.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Амаатарская мастацкая творчасць: пытанні тэорыі і практыкі: зборнік артыкулаў. – Мінск, БДУКМ, 2009. – 152 с.
2. Секрет танца / Сост. Т. К. Васильева. – СПб. : ТОО «Диамант», ООО «Золотой век», 1977. – 480 с.

Козлянко М. Н., Мазько А. С., БГУКИ,
студенты 108 группы очной формы обучения

Научный руководитель – Гончарик Н. Г.,
старший преподаватель

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ В УНИВЕРСИТЕТСКОЙ СРЕДЕ

Целью любого учреждения высшего образования является задача подготовить современного специалиста, который мобилен, способен действовать в изменяющихся условиях деятельности, грамотно использующий современные средства коммуникации. Соответственно, одной из главных задач современной деятельности учреждения высшего образования является разработка качественных учебных программ, способствующих формированию профессионала, востребованного обществом. Деятельность педагогов в данных обстоятельствах становится

направленной на создание условий для выявления и развития способностей каждого студента, формирования личности, имеющей прочные базовые знания и способность адаптироваться к условиям современной жизни.

Кафедра «Информационные технологии в культуре» Белорусского государственного университета культуры и искусств, осуществляя подготовку студентов по выпускающей специальности «Информационные системы в культуре», также ведет дисциплины, направленные на формирование информационной и мультимедийной культуры студентов всего университета. В условиях информатизации общества в целом, культуры и образования в частности, формирование информационной и мультимедиа культуры становится особенно значимо, так как информация сегодня – особенно важный ресурс для профессиональной деятельности.

В образовательном процессе и в последующей профессиональной деятельности помимо информационного ресурса важна коммуникация участников этих процессов, в том числе с использованием современной техники.

Понятие информационно-коммуникационных технологий получило широкую распространённость. Если информацию определять как сведения, передаваемые людьми различными способами, а коммуникацию как эффективное синхронное и диахронное взаимодействие, цель которого состоит в передачи информации от одного субъекта к другому, и оба эти процесса осуществляются при помощи компьютерной и коммуникационной техники и соответствующих технологий, то становится понятным, почему в образовательной и профессиональной деятельности важно информационно-коммуникационное обеспечение. Само понятие информационно-коммуникационные технологии чаще понимается как «совокупность методов, устройств и процессов, используемых для сбора, обработки и распространения информации и использования их в научно-познавательной сфере» [2, с. 113]. В основе обеспечения информационных процессов и коммуникации, столь необходимых для обеспечения качественной учебной и

профессиональной деятельности, лежит технология как совокупность методов и инструментов для достижения желаемого результата. В этом случае, действительно, обеспечение учреждения образования компьютерной и коммуникативной техникой относится к его компьютеризации. Но технического обеспечения недостаточно для качественного результата деятельности.

Для определения понятия информационно-коммуникационного обеспечения деятельности университета подчеркнём, что информация является предметом труда и одновременно средством и продуктом труда в управленческой деятельности. Также при рассмотрении структуры информации выделяются отдельные ее элементы, которые могут быть и простыми, и сложными, называемыми информационными единицами [2].

Информатизация учреждения образования, включающая его компьютеризацию, один из основных путей эффективной деятельности учреждения образования. При этом имеется в виду не только техническое оснащение, но и создание дидактических средств, разработка новых технологий обучения, использование удаленных ресурсов коллективного использования. Информационно-коммуникационное обеспечение университета позволяет объединять материальные, вычислительные, дидактические ресурсы для решения сложных задач, привлекать ведущих специалистов и создавать распределенные научные лаборатории, организовывать оперативный доступ к ресурсам коллективного пользования и совместное проведение вычислительных и лабораторных экспериментов, осуществлять совместные научные проекты и образовательные программы.

Стоит отметить, что информационно-коммуникационные технологии расширяют возможности образовательной среды, как разнообразными программными средствами, так и методами развития креативности сообщества университета. К числу таких программных средств относят моделирующие программы, поисковые, интеллектуальные обучающие, экспертные системы, программы для проведения деловых игр. Для развития

творческого мышления предлагаются задания эвристического, творческого характера. Данные технологии позволяют по-новому реализовывать методы, активизирующие творческую активность [1].

В информационно-коммуникационном обеспечении Белорусского государственного университета культуры и искусств помимо компьютерных лабораторий можно выделить электронную библиотеку с достаточным количеством научных статей, учебной литературы с инструментами поиска по авторам или по названию. Активно используются интернет сервисы для дидактического обеспечения образовательного процесса.

Информационные технологии сегодня стали инструментом усовершенствования традиционного образовательного процесса. Создание организационно-педагогических условий с использованием информационных технологий – перспективное направление в современном образовании, которое приводит к повышению эффективности и результативности обучения, формированию общекультурных и профессиональных компетенций [1]. Кафедрой информационных технологий в культуре создан информационно-коммуникационный ресурс, включающий Google-блог, Google-класс. Обучаемые могут включиться в дискуссии, которые проводятся не только в аудитории на занятиях, конференциях, но и виртуально. Используя данный ресурс, организуется выполнения совместных творческих проектов, преподаватели и студенты мобильны, всегда находятся в условиях оперативного взаимодействия, как в учебном процессе, научно-исследовательской деятельности, так и в творческих проектах в условиях свободного времени, которых большое количество в творческом университете страны.

Информационно-коммуникационное обеспечение в университетской среде актуализирует коммуникативную составляющую, позволяет получить оперативный доступ к информации, включится в образовательные и творческие программы университета, повысить наглядность, эмоциональную насыщенность образовательной и творческой деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Гончарик, Н. Г. Информационные технологии в реализации компетентностного подхода при подготовке менеджеров социокультурной сферы / Н. Г. Гончарик // Теория и методика профессионального образования: сб. науч. ст. / [редкол.: А. Х. Шкляр (пред. ред. кол.) [и др.]. – Минск, 2016. – Вып. 3. – С. 90–94.

2. Кручинина, Г. А. Методическая работа преподавателя в условиях использования новых информационных технологий обучения / Г. А. Кручинина // Проблемы теории и практики в подготовке современного специалиста. Межвуз. сб. науч. трудов. – Н. Новгород : Изд-во НГЛУ, 2003. – С. 126.

Кондратович А. С., БГУКИ, студент 301а группы
очной формы обучения
Научный руководитель – Рябушкина И. А.,
старший преподаватель

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В
УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ**

Использование элементов и инструментов маркетинга в системе управления персоналом представляет собой перенос основных положений производственного маркетинга на такой специфический товар, как рабочая сила. Роль маркетинга при решении проблем управления персоналом основывается на выборе экономически эффективных и социально оправданных методов управления персоналом. Понятие «маркетинг персонала» имеет много трактовок. Как утверждают А. Кибанов и И. Дуракова, «Маркетинг персонала – это определенный, специфический подход к персоналу организации, основанный на рассмотрении