
в Глобальный договор, насчитывала 54 компании-участника. В 2008 г. среди работников белорусских предприятий, участвующих в Глобальном договоре, было проведено социологическое исследование. В ходе исследования было установлено, что наиболее важными объектами, на которые направлена корпоративная социальная ответственность, являются: потребители товаров или услуг, организации, предприятия – 46,4 % респондентов, персонал компании – 31,4 % респондентов, социально незащищенные слои населения – 10,0 % [7, с. 92].

Таким образом, элементы институционального механизма «генерирования» социального капитала на метауровне задают социальный вектор развития экономики, а уполномоченные государственные органы и общественные организации осуществляют контроль за соблюдением законодательства о труде, технике безопасности, своевременности выплаты заработной платы и т.д.

Литература

1. Генеральное соглашение между Правительством Республики Беларусь, республиканскими объединениями нанимателей и профсоюзов на 2014–2015 годы [Электронный ресурс]. / Федерация профсоюзов Респ. Беларусь. – Минск, 2013. – Режим доступа: http://www.fpb.by/ru/menu_left/social_part/gen_agreement. – Дата доступа : 05.02.2014.
2. Государственно-частное партнерство. Практическое руководство [Электронный ресурс] / Минэкономики Респ. Беларусь. – Минск, 2013. – Режим доступа: http://www.economy.gov.by/dadvfiles/001956_494172_Guidebook_.pdf. – Дата доступа: 06.02.2014.
3. Смагаринский, Ю. Формы корпоративной социальной ответственности / Ю. Смагаринский // Менеджмент сегодня. – 2005. – № 6. – С. 21–24.
4. Лебедева, Н.Н. Ограничения и предпочтения социального инвестирования в регионе / Н.Н. Лебедева, С.Н. Хоняев // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2007. – № 11. – С. 133–138.
5. Фролов, Д.П. Институциональная системность социальной ответственности бизнеса (природа, институции, механизм) / Д.П. Фролов, А.А. Шулимова // Журнал институциональных исследований. – 2013. – №1. – С. 122–144.
6. Введение. Глобальный договор [Электронный ресурс]. / Программа развития ООН. – Минск, 2010. – Режим доступа: <http://un.by/ru/undp/gcompact/initiative/introduction.html>. – Дата доступа: 06.02.2014.
7. Симхович, В.А. Ценности социальной ответственности бизнеса в деловом сообществе Беларуси / В.А. Симхович // Социология. – 2008. – № 4. – С. 88–99.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДИК В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМИ ГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН

Я.В. Шешко

Минский институт управления, г. Минск, Беларусь
binborinyan@gmail.com

В планах инновационного развития методик преподавания и целях достижения коренных изменений в социальных условиях жизни людей принципиально по-новому ставятся вопросы о совершенствовании личности как основному условию общественного прогресса. Постиндустриальное общество, научная революция и технический переворот, глобализация экономики требуют глубочайших перемен в системе образования, перехода на новые образовательные стандарты, итогом которых станет формирование инновационного поколения, способного быстрее и полнее осваивать систему знаний, расширять, обновлять и эффективно использовать ее в практической деятельности.

Базовым положением инновационной составляющей модернизации образовательного процесса выдвигается смена парадигмы, содержание и методики в современном образовании. Лекционно-семинарская модель сохраняет свою актуальность в первый период обучения. В дальнейшем ее необходимо изменить методами активного обучения, такими, как метод проектов, экономико-математическое и имитационное моделирование профессиональной деятельности.

Суть новой парадигмы образования состоит в переходе от трансляции набора готовых знаний к управлению познавательной деятельностью обучающихся в процессе решения учебных проблем методами активного обучения.

Сегодня необходим высокий уровень квалификации работника, обеспечивающий его конкурентоспособность на рынке труда. Это стало основанием создания новых форм организации учебного

процесса, применения принципиально новых средств обучения. Инновации, хотя и носят порой разрозненный характер, тем не менее, приобретают большую целенаправленность, тяготение к формированию новых технологий обучения [1].

Что мы понимаем под технологией обучения?

Это способ реализации содержания обучения, предусмотренного учебными программами, представляющий собой систему форм, методов и средств обучения, обеспечивающую наиболее эффективное достижение поставленных целей.

Выбор технологии преподавания осуществляется преподавателем на основе его личных педагогических убеждений и составляет его индивидуальный стиль педагогической работы. Однако технологии могут выступать и как самостоятельные дидактические системы. Некоторые из них получили общепринятое название, например, программированное обучение, проблемное обучение, контекстное обучение [2].

Методологические основы новых технологий профессионального обучения. Материализацией педагогической технологии являются учебник, учебное пособие, методика обучения, деятельность преподавателя и студента, педагога-новатора. Технология преподавания должна отражать современный уровень научно-педагогических знаний о формировании личности молодого специалиста, основываться на принципах профессионального обучения и использовать уже апробированные методы обучения и воспитания [3].

В образовательном процессе используются следующие инновационные методики преподавания:

Принцип целенаправленности. Когда цели и задачи обучения и воспитания преобразованы в социальный заказ.

Принцип гуманизации направлен на оптимальное взаимодействие личности и социума, их эффективное развитие. Через гуманизацию обеспечивается раскрытие индивидуальности учащихся. Применительно к педагогической практике выдвигается ряд проблем, в том числе, развитие учащихся воли, стремление к самосовершенствованию, воспитание самоуважения к окружающим. Из этого принципа вытекает ряд требований к содержанию профессионального образования: унификации терминологии специальных предметов, включение в содержание программ и учебников опыта рационализаторов и изобретателей, разработка модулей для индивидуального обучения.

Принцип научности означает опору на науку, как источник знаний. Преподаватель должен смоделировать содержание учебного процесса на весь период обучения, наметить цели, отобрать сведения, факты, удостоверенные наукой, комплексно применять дидактические средства обучения, спрогнозировать результаты обучения и продумать способы их достижения.

При изложении нового материала преподаватель должен активизировать самостоятельную работу обучающихся, поручать делать анализ статей в научных журналах, готовить доклады, переводить с иностранного языка статьи и т.д.

Принцип многоуровневости профессионального обучения является новым дидактическим принципом. Многоуровневость позволяет получить различный уровень образования от начального до высшего.

Принцип технологичности связан с технологическими процессами, идущими в производстве. От него зависит уровень квалификации выпускника. Принцип технологичности требует систематизации знаний.

Принцип компьютеризации является фундаментальным принципом профессионального обучения. Компьютерное обучение занимает ведущее место в общей теории и практике педагогического и производственного процесса.

Принцип наглядности обучения. Используя его, преподаватель должен четко определять дидактические цели наглядности, порядок и методику технического показа материала, последовательность демонстрации, соблюдать культуру показа, делать вывод из наглядного материала.

Принцип доступности учитывает образовательный уровень студентов и их познавательные возможности, профессиональную подготовку, возрастные особенности, потребности и интересы.

Принцип интегративного подхода предполагает одновременное использование различных форм и методов обучения в преподавании родственных предметов при решении профессиональных и жизненных проблем.

Принцип воспитывающего и развивающего обучения требует определения ведущих целей обучения, формирования у студентов научного мировоззрения, воспитания чувств патриотизма, гражданственности, гуманности и т.д., формирования навыков культурного поведения, дисциплинированности, инициативности, развития познавательных способностей.

Таким образом, были перечислены ведущие принципы обучения, которые являются стержневой основой для современных педагогических технологий.

Литература

1. Левина, М.М. Технологии профессионального педагогического образования / М.М. Левина. – М., 2006. – 123 с.
2. Семушина, Л.Г. Содержание и технология обучения в средних специальных учебных заведениях. / Л.Г. Семушина, Л.Г. Ярошенко – М., 2001. – 123 с.
3. Беспалько, В.П. Слагаемые педагогической технологии / В.П. Беспалько // Педагогика. – 2010. – 203 с.
4. Карпова, Т.И. Исследование инновационных процессов в образовательной деятельности педагогического колледжа / Т.И. Карпова – М., 2000. – 96 с.

ЗАПАЗЫЧАНАЯ ЛЕКСІКА Ў СУЧАСНАЙ БЕЛАРУСКАЙ ЛІТАРАТУРНАЙ МОВЕ: СФЕРА ФУНКЦЫЯНАВАННЯ І СТУПЕНЬ АДАПТАЦЫІ

Л.І. Шпакоўская

Мінскі інстытут кіравання, г. Мінск, Беларусь

ludmila221270@mail.ru

Спакон вякоў самай распаўсюджанай формай інфармацыі з'яўляецца вербальная (слоўная) форма ў выглядзе вуснага ці пісьмовага маўлення. Маўленне лічыцца правільным, калі ў ім адсутнічаюць парушэнні агульнапрынятых, агульнаабавязковых літаратурных нормаў і само яно як звязная мова адпавядае усім законам сучаснай беларускай літаратурнай мовы.

У апошні час лексічны склад беларускай мовы актыўна папаўняецца словамі, запазычанымі з асноўных еўрапейскіх моў. Тлумачыцца гэта з'ява, як правіла, экстралінгвістычнымі фактарамі – радыкальнымі зменамі, якія адбываюцца ў грамадстве. На працягу гісторыі развіцця любой мовы месцу запазычанняў, правамернасці іх ужывання заўсёды надавалася значная ўвага. Неапраўданае выкарыстанне запазычанняў не толькі ўскладняе ўспрыманне паняцця, але і наносіць шкоду прэстыжу прымаючай мовы. Усё гэта, аднак, не азначае, што неабходна зусім адмовіцца ад дадзенай катэгорыі лексікі. Можна назваць шэраг выпадкаў, калі ужыванне іншамоўных слоў не толькі магчыма, але і пажадана: 1) прыярытэт у слоўным афармленні якога-небудзь паняцця належыць замежнай мове 2) запазычанне больш дакладна выражае сутнасць у семантычным плане; 3) запазычанне больш рацыянальнае і эканомнае ў плане выражэння. Запазычаная лексіка па-свайму складу неаднародная, яна падзяляецца на: 1) запазычаныя з блізкароднасных славянскіх моў і 2) з неславянскіх моў. Славянскія запазычаныя прыйшлі ў нашу мову з польскай, рускай, украінскай моў. Што тычыцца неславянскіх запазычанняў, то яны прыйшлі з лацінскай, нямецкай, грэчаскай, англійскай, французскай моў. Асноўная колькасць запазычанняў прыйшла ў нашу мову з англійскай мовы і гэты працэс актыўна працягваецца. Зараз разгледзім групы запазычанняў з англійскай мовы.

Эканамічныя пераўтварэнні ў нашай краіне, улік сусветнага вопыту рыначнай гаспадаркі выклікалі паяўленне ў нашай мове такіх іншамоўных тэрмінаў эканомікі і тэорыі кіравання як: Авердрафт (ад англ. overdraft) – форма кароткатэрміновага крэдытавання, якая рактыкуецца банкамі, Аверсолд (ад англ. oversold) – сітуацыя рэзкага зніжэння цэн на які-небудзь тавар у выніку паступлення яго ў вялікай колькасці на рынак. Аўтсайдэр (ад англ. outsider) – прадпрыемства або кампанія, якая не ўваходзіць у манопалістычнае аб'яднанне. Банкноты (ад англ. banknotes) – папяровыя грошы, якія ужываюцца замест металічных і павінны забяспечвацца золатам і іншымі каштоўнымі металамі. Бартэр (ад англ. barter) – натуральны абмен аднаго тавару або паслугі на другі тавар або паслугу; абменны гандаль. Брокер (ад англ. broker) – асоба або фірма, якая спецыялізуецца на пасрэдніцкіх біржавых аперацыях за плату ў форме пэўнага працэнта ад сумы здзелкі. Дылер (ад англ. dealer – гандляр) – 1. юрыдычная або фізічная асоба, якая з'яўляецца членам фондавай біржы і выконвае аперацыі з каштоўнымі паперамі. 2. супрацоўнік банка, які займаецца аперацыямі з валютай. 3. асоба або фірма, якая перапрадае тавары. Маркетынг (ад англ. marketing) – арганізацыя вытворчасці і збыту прадукцыі на аснове вынікаў інтэнсіўнага вывучэння і прагназавання попыту, цэн, шырокага выкарыстання рэкламы. Менеджмент (ад англ. management) – сукупнасць метадаў, сродкаў і формаў кіравання вытворчасцю, якія прымяняюцца з мэтай павышэння эфектыўнасці вытворчасці і павелічэння прыбытку. Мерчэндайзінг (ад англ. merchandising) – комплекс мерапрыемстваў, накіраваных на тое, каб стварыць спрыяльную сітуацыю