

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П. О. Сухого»

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ТЕХНИЧЕСКОМ ВУЗЕ

**МАТЕРИАЛЫ
VI Международной научно-методической
конференции**

Гомель, 24–25 октября 2019 года

Гомель 2019

УДК 378(042.3)
ББК 74.58
П78

*Подготовка и проведение конференции осуществлены на базе
Гомельского государственного технического университета
имени П. О. Сухого*

Редакционная коллегия:

д-р физ.-мат. наук, проф. *О. Н. Шабловский*

д-р техн. наук, проф. *М. И. Михайлов*

д-р техн. наук, проф. *В. В. Пинчук*

канд. техн. наук, доц. *Н. В. Иноземцева*

канд. физ.-мат. наук, доц. *Д. Г. Кроль*

канд. техн. наук, доц. *Д. Л. Стасенко*

Под общей редакцией канд. техн. наук, доц. *А. В. Сычева*

Проблемы современного образования в техническом вузе : материалы
П78 VI Междунар. науч.-метод. конф., Гомель, 24–25 окт. 2019 г. / М-во образова-
ния Респ. Беларусь, Гомел. гос. техн. ун-т им. П. О. Сухого ; под общ. ред.
А. В. Сычева. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2019. – 266 с.

ISBN 978-985-535-434-6.

Включенные в сборник материалы отражают основные направления совершенствования и развития научно-методической работы в высших учебных заведениях Республики Беларусь и стран ближнего зарубежья, представляют обобщенный опыт в области развития стандартизации системы образования Республики Беларусь, использования информационных технологий и компьютерной техники в обучении студентов, организации учебного процесса в рамках филиалов кафедр на производстве, организации преподавания учебных курсов с использованием модульно-рейтинговой системы обучения, применения тестирования для контроля знаний студентов.

Для преподавателей высших учебных заведений, магистрантов и аспирантов.

УДК 378(042.3)
ББК 74.58

ISBN 978-985-535-434-6

© Учреждение образования «Гомельский
государственный технический университет
имени П. О. Сухого», 2019

Секция IV

СОВРЕМЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ И РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ

<i>Агунова Л. В., Мардар М. Р.</i> Роль международной практики в формировании профессиональных компетенций студентов Одесской национальной академии пищевых технологий.....	147
<i>Андриянчикова М. Н.</i> Практико-ориентированная среда подготовки специалистов.....	149
<i>Бойко А. А., Михайлов М. И.</i> Инновационная деятельность в современном техническом вузе	151
<i>Воецкая Е. Е., Бордун Т. В.</i> Использование современных лабораторных установок при изучении технических дисциплин	154
<i>Волкова Ю. А.</i> Взаимодействие организаций реального сектора экономики и учреждений высшего образования Республики Беларусь: проблемы и перспективы	155
<i>Гаппаров Б. Н., Игамбердиев Д. Х.</i> Формирование изобретательских умений студентов как важный фактор профессиональной подготовки	157
<i>Голубенкова Е. А., Брайко М. Г., Череватая Т. М.</i> Партнерство вуза и бизнеса как эффективный путь повышения качества образования	159
<i>Кордзая Н. Р., Гнатовская Д. А.</i> Рекламная и профориентационная деятельность высших учебных заведений и методы определения ее эффективности.....	161
<i>Евтушок О. В., Бахчиванжи В. В., Кулакова М. Ю.</i> Актуальность и совершенствование преподавания дисциплины «Инфраструктура рынка» в условиях формирования экономики рыночного типа	163
<i>Калянов Г. Н.</i> Подготовка ИТ-консультантов в российских вузах в разрезе проблематики консалтинга	165
<i>Котлик С. В., Соколова О. П., Ломовцев П. Б.</i> Применение 3D-печати в учебном процессе Одесской национальной академии пищевых технологий	166
<i>Кручек О. А., Памбук С. А., Аксюта О. В.</i> Целесообразность использования систем менеджмента качества в высших учебных заведениях.....	168
<i>Крышнёв Ю. В.</i> Вовлечение в проект міжнародного проекту THEOREMS-DNIPRO як навчальним процесом магістрації у галузі автоматизації	170
<i>Ландова Н. К.</i> Компетентный подход в реализации профессиональной оценки качества выпускников учреждений высшего образования с учетом требований работодателя	173
<i>Ломовцев П. Б., Корниенко Ю. К.</i> Научно-методический комплекс графических дисциплин специальности «Компьютерные науки»	175
<i>Михайлов М. И., Карпов А. А., Кириленко В. П., Шабакеева З. Я.</i> Особенности содержания и проведения производственных практик специальности «Технологическое оборудование машиностроительного производства»	177
<i>Саодуллаев А. С.</i> Определение коэффициента общительности, уровня коммуникативных и организаторских склонностей.....	179
<i>Сарыев К., Матьякубов А.</i> Подготовка кадров на базе Научно-производственного центра «Возобновляемые источники энергии» Государственного энергетического института Туркменистана.....	181
<i>Ситкевич Т. А.</i> Применение солнечных панелей для различных объектов.....	182
<i>Ситкевич Т. А.</i> Модернизация и мониторинг энергоснабжения артезианских скважин.....	184
<i>Тодарев В. В., Ленивко Е. Н.</i> Практика студентов университета за рубежом.....	186
<i>Асенчик О. Д., Сидоренко Н. И.</i> Реализация компетентностного подхода в образовательных программах ГГТУ им. П. О. Сухого.....	189

11. Устройство для переработки отходов животноводческих ферм в сухое порошкообразное удобрение.

12. Насос для чабанов, приводимый в действие солнечной энергией.

13. Солнечные опреснители соленой воды для орошения пустынь.

Таким образом, изобретательство – могучий двигатель технического, экономического и социального прогресса. Изобретатели всегда готовы решать актуальные задачи и помнить, что «Пессимист видит в задаче трудность, а оптимист в трудности – задачу».

Л и т е р а т у р а

1. Тагаев, Х. Формирование у студентов изобретательских умений в политехническом образовании / Х. Тагаев, Х. Х. Игамбердиев // Проблемы архитектуры и стр-ва. – 2019. – № 2. – С. 76–81.
2. Речицкий, В. И. Профессия изобретатель / В. И. Речицкий. – М. : Просвещение, 1988.

ПАРТНЕРСТВО ВУЗА И БИЗНЕСА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ПУТЬ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ

Е. А. Голубенкова, М. Г. Брайко, Т. М. Череватая

Одесская национальная академия пищевых технологий, Украина

Высшие учебные заведения имеют общую цель с представителями бизнеса: мы хотим готовить квалифицированных специалистов, бизнес – получать специалистов, которые имеют не только теоретическую подготовку, но и современные практические навыки. Сегодня образовательные учреждения подходят к решению этой задачи с использованием различных методов, которые могут существенно отличаться для различных специальностей. Так, если для технических специальностей эффективным будет создание совместных лабораторий с современным оборудованием, то для специальностей экономического и управленческого направления необходимы другие инструменты.

Целью данной работы является исследование и классификация методов успешного взаимодействия высших учебных заведений и бизнеса для повышения качества подготовки по специальностям экономического и управленческого направления.

Исследование основано на общенаучных методах, результатах практического опыта взаимодействия учебных заведений и бизнеса в Одесской национальной академии пищевых технологий, методах сравнительного анализа форм взаимодействия.

Сегодня в сфере профессиональной подготовки рабочих технических специальностей в Украине активно внедряется система дуального образования как наиболее эффективного метода повышения качества подготовки работников. Подготовлены и приняты соответствующие положения, приказы. Однако среди высших учебных заведений, ведущих подготовку бакалавров и магистров дуальное образование еще не получило широкого развития. Причин несколько. С одной стороны, представители бизнеса не защищены законодательно от того, что студенты, прошедшие подготовку на их предприятиях, не останутся там работать (в большинстве случаев они уезжают из страны). С другой стороны, сотрудники вузов видят угрозу в дуальном образовании в сокращении учебной нагрузки и неактуальности своих знаний.

Современные маркетинговые методики меняются очень быстро. Маркетологи, работающие на предприятиях и фирмах, как правило, не имеют времени и мотивации для преподавания своих примеров. Среди преподавателей высших учебных заведений пока процент тех, кто совмещает преподавательскую деятельность с работой в реальном секторе экономики довольно низкий.

Следует отметить, что для развития образовательные учреждения должны не только стремиться к росту показателей своей деятельности, повышению позиции в отраслевых рейтингах, но и быть полезными для местного (локального) сообщества, в первую очередь для местного бизнеса. Поэтому необходимо находить эффективные методы долгосрочного сотрудничества с местным бизнесом как мелким, так и средним.

Одним из важных условий эффективности сотрудничества является его долгосрочность, которая строится на высоком уровне доверия между представителями вуза и бизнеса. С одной стороны, участники должны понимать, что представитель предприятия, фирмы сотрудникам вуза раскрывают свои цели, доверяют проблемы, которые не должны передаваться конкурентам. С другой стороны, участники обмениваются явными и неявными знаниями, результатами интеллектуальной деятельности.

Студенты специальностей «Маркетинг», «Предпринимательство, торговля и биржевая деятельность» активно ищут подработку в большинстве своем в сфере обслуживания (в Одессе как в туристическом центре вакансий достаточно), что не способствует их дальнейшему профессиональному росту.

Для повышения качества подготовки студентов по данным специальностям считаем целесообразным применять коллаборацию со специалистами-практиками.

Коллаборация (от англ. *collaboration* – сотрудничество, взаимодействие, коллективная работа) – процесс совместной деятельности, например, в интеллектуальной сфере, двух и более лиц или организаций для достижения общих целей, при котором происходит обмен знаниями, обучение и достижение согласия.

В Одесской национальной академии пищевых технологий на кафедре маркетинга, предпринимательства и торговли в процессе подготовки студентов специальностей «Маркетинг», «Предпринимательство, торговля и биржевая деятельность» активно используются следующие методы:

- спецкурсы от специалистов в сфере маркетинга и предпринимательства;
- мозговые штурмы по задачам бизнеса;
- создание совместных интерактивных учебных пособий;
- трудоустройство студентов на стажировку;
- разработка маркетинговых и предпринимательских проектов по задачам бизнеса;
- участие в решении кейсов от ведущих Украинских компаний на web-платформе CASERS.org, деятельность которой поддерживается Министерством образования и науки Украины;
- методическая поддержка студентов и выпускников на первых рабочих местах.

Классифицировать данные методы целесообразно по таким признакам: количество участников; затраты времени и материальных ресурсов; территориальная привязка к учебному заведению или предприятию.

Сейчас идет активная работа над созданием совместного интерактивного учебного пособия по маркетингу, в котором будет собрана коллекция кейсов по решению различных маркетинговых проблем одной из маркетинговых фирм г. Одессы. Инновационность данного учебного пособия – его формат. Основной материал предоставлен в видеоформате. Каждое видео сопровождается пояснительным материалом с описанием сферы применения, рекомендованной темой в определенной дисциплине, характеристикой использованных методов и рекомендованными литературными источниками. Преимущества данного учебного пособия-практикума: актуальность; кейсы касаются местных предприятий; использование видео как наиболее привычного формата получения информации среди студентов.

Сотрудники кафедры также осуществляют методическую поддержку студентов на первых рабочих местах по специальности. Это происходит при обязательном согласии работодателя (понятие коммерческой тайны сохраняется). Студенты знают, что при возникновении определенных проблем они могут обратиться к преподавателям и получить консультацию о том, какими методами оптимально решать ту или иную производственную задачу. В результате преподаватели имеют актуальную информацию о ситуации в реальной экономике, а студенты более уверенно стартуют в профессиональную деятельность.

Таким образом, комплекс предложенных методов позволяет осуществлять подготовку студентов специальностей экономического и управленческого направления на высоком уровне.

РЕКЛАМНАЯ И ПРОФОРИЕНТАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ И МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Н. Р. Кордзая, Д. А. Гнатовская

Одесская национальная академия пищевых технологий, Украина

Высшее образование является важной частью общественной жизни и основным инструментом для развития потенциала страны, стабильной работы социального механизма, реализации знаний, умений и навыков молодежи. Современная конкуренция высших учебных заведений требует разработки рекламной стратегии с целью привлечения потенциальных абитуриентов еще на этапе выбора будущей профессии.

Сегодня в Украине действуют 652 высших учебных заведения I–IV уровня аккредитации. Такие факторы, как обязательное внешнее независимое оценивание, новые правила поступления, сокращение количества бюджетных мест и ряд других обстоятельств (обучение за рубежом, нежелание получения высшего образования) привели к уменьшению количества абитуриентов.

К примеру, по данным статистического ведомства Украины, количество студентов, которые получали высшее образование в этих заведениях, составляло 1522 тыс. человек, что на 17 тыс. меньше, чем на начало 2017/2018 учебного года (1539 тыс.). В 2018 г. высшими учебными заведениями страны было выпущено 413 тыс. специалистов, что на 8 тыс. человек (2,0 %) меньше, чем в 2017 г. Именно поэтому важно привлечь молодежь, заинтересовать ее, показать перспективы получения высшего образования именно в данном вузе.

Рекламная деятельность высшего учебного заведения должна отвечать современным требованиям населения. Для эффективного маркетинга необходимо сочетать традиционный подход и современные технологии, диверсифицировать рекламу с целью привлечения молодежи и пожилых членов семей, преподавателей. Только в этом случае она будет максимально продуктивной и масштабной. Путь эффективного продвижения образовательных услуг можно рассмотреть на примере Одесской национальной академии пищевых технологий (ОНАПТ).

Основные направления рекламной деятельности академии:

1. Реклама в средствах массовой информации: сотрудничество с телеканалами городского, областного и всеукраинского значения (трансляция информационных видеоматериалов, участие в различных телепрограммах, размещение рекламных роликов); трансляция аудиорекламы на городских и украинских радиостанциях; размещение рекламы в газетах, журналах, тематических изданиях, сборниках.