



НАН ЧОУ ВО «АКАДЕМИЯ
МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-
ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
– ИМСИТ» (г. Краснодар)



Утверждено
Ректор НАН ЧОУ ВО «Академия
маркетинга и социально-
информационных технологий –
ИМСИТ» (г. Краснодар)
проф.  Р.Л. Агабекиян
01 Октября 2017 г.



Одобрено
Ученым Советом
НАН ЧОУ ВО «Академия
маркетинга и социально-
информационных технологий –
ИМСИТ» (г. Краснодар)
от « 28 » августа 2017 г. № 1

**Концепция
воспитательной работы
Академии маркетинга и социально-информационных
технологий - ИМСИТ**

Необходимость воспитательной работы в вузе

Современная ситуация в мире характеризуется обострением глобальных проблем развития общества. Высокообразованный специалист должен уметь решать сложнейшие для сегодняшнего дня задачи, и до последнего времени система образования в вузах прежде всего ориентировалась на решение этой проблемы. Становится очевидным, что решение это тесным образом связано со стоящими перед обществом острейшими гуманистическим проблемами.

Специалист, получивший образование, сталкивается с множеством проблем воспитательного плана и, не имея знаний, навыков и умений в этой области, может оказаться в трудном положении и при решении чисто экономических задач. Воспитание, таким образом, становится насущной необходимостью высшего образования. Особенности нынешнего этапа становления цивилизации России только подтверждают этот тезис.

Ситуация в России сегодня характеризуется глубочайшим мировоззренческим кризисом. Перед российским обществом, дважды испытавшим в XX веке «распад связи времени», встали проблемы смысла жизни, переоценки и создания новых ценностных систем и т. п. Наше общество нуждается в восстановлении связи времен, в приобщении к общечеловеческим культурным ценностям, в формировании мировоззренческой ориентации, направленной на создание гуманистической системы ценностей.

Воспитание в образовании реализует единство многих аспектов учебной деятельности (онтологического, аксиологического, методологического и др.).

Онтологический аспект связан с познанием окружающего мира.

Аксиологический аспект. История свидетельствует, что для выхода общества из кризисного состояния лучшим средством была реформа образования. Так было после великой Французской революции, так было после второй мировой войны в США, Германии, Японии. Реформирование образования – упреждающее формирование будущего, освобождающее от оков архаики и консерватизма и тем самым помогающее без катаклизмов преодолеть разрыв между старым и новым.

Становится все более очевидным, что современная модель образования уже не отвечает требованиям, предъявляемым обществом к образованию. Во всем мире идет поиск новых методов образования, более демократичных, диверсифицированных и результативных с позиций интересов общества. В конечном счете, речь идет об образовании как **лично-значимой ценности**.

Методологический аспект воспитания в вузе фиксирует, какими должны быть методы содействия образовательному процессу для формирования личности гуманистического типа.

Необходимость создания новой методики и технологии гуманитарного образования не сводится к пересмотру спектра и содержания учебных дисциплин, что определяется, в свою очередь, множеством параметров и причин. На первый план выдвигается формирование определенной микросреды вуза, т. е. **воспитательной среды**.

Ключевые понятия концепции

Воспитание

Воспитание – метод совершенствования образования, оно предполагает раскрытие смысла существования человека в мире и в той среде, в которой ему предстоит применять полученные в вузе знания. Для специалиста, получившего высшее образование, речь идет о формировании характера и способов взаимодействия человека с миром техники, природы, социальной сферой, политической, экономической и т. п.

Воспитательный процесс

Главная цель воспитательного процесса в Академии маркетинга и социально-информационных технологий – подготовка высокопрофессиональных специалистов. Только специалисты высокого уровня могут способствовать как восстановлению стабильности в социально-экономическом развитии страны, так и выявлению наиболее перспективных направлений и путей его развития. В связи с этим, на вузы России ложится ответственность в подготовке таких специалистов. Наряду с фундаментализацией образования в области естественнонаучных и специальных дисциплин, гуманитаризация образования – один из основных методов обновления всей педагогической работы в вузе.

В соответствии с предлагаемой концепцией воспитательной работы образование может считаться гуманитарно сформировавшимся, если оно направлено на подготовку как высокопрофессиональных специалистов, так и нравственно, духовно состоятельных инженеров, экономистов, менеджеров, маркетологов, регионоведов, налоговиков, филологов, конструкторов, ориентированных в своей профессиональной деятельности на общечеловеческие, гуманистические ценности.

Воспитывающая среда вуза

Воспитывающая среда вуза – совокупность образовательных, культурно-нравственных условий, подкрепленных комплексом мер организационного, методического, психологического характера, обеспечивающих обретение единой гуманитарной культуры и направленных на формирование и развитие личности, которая осознает смысл своей деятельности, свое предназначение, обладает активной жизненной позицией.

Программа воспитательной работы Академии

При проведении воспитательной работы в вузе следует выделить четыре наиболее существенных для воспитания сферы:

1. среда воспитания;
2. языковая среда;
3. внеучебная среда;
4. среда взаимовлияния Академии маркетинга и социально-информационных технологий и социума.

Деятельность всех составляющих воспитательной работы является по своей сути программой воспитательной работы Академии.

1. Среда воспитания

Среда воспитания в Академии маркетинга и социально-информационных технологий представлена, прежде всего, определенным набором гуманитарных дисциплин и имеет свою специфику. Специфика гуманитарной среды в том, что в качестве особой ценности предстает межличностное общение, личностное взаимообогащение и развитие. Специфика гуманитарного обучения в вузе, прежде всего, связана с задачей раскрытия смысла существования человека в мире техники, общества и природы. Главная цель современной воспитательной парадигмы состоит

- в осмыслении человеком своего места в мире;
- в овладении способами взаимодействия с ним.

Воспитание представлено как набором обязательных дисциплин (отечественная история, социальная психология и педагогика, культурология, философия, экономика, политология, социология, правоведение, физическое воспитание, иностранный язык, русский язык и культура речи), так и обязательным введением широкого спектра элективных курсов. Последние наиболее полно могут удовлетворять потребностям современного образования, поскольку не ограничены жесткой программой, как правило, быстро устаревающей, или объемом часов, а зависят от самостоятельного выбора и возможностей самого вуза.

Отечественная история

Историческое мышление универсально, имманентно человеку в его историческом поле. Другой основы идентификации человека в мире нет. Все современные концепции наук опираются на историческую ретроспективу, и любой эксклюзивный проект исходит из обзора предыдущего, т. е. из истории. На историческом материале формируются лучшие качества личности.

Каждая эпоха под влиянием различных социальных и политических сил переписывает историю. Поэтому постоянная задача преподавания истории – формирование у студенчества объективных и правдивых представлений о прошлом и настоящем.

Главное назначение преподавания истории в вузе состоит в формировании научного восприятия, представления об историческом процессе, понимания места и роли своего Отечества в разные периоды жизни человеческого общества, его геополитического и глобального значения.

Конкретно-исторические знания истории Отечества призваны вызвать интерес студентов к проблемам своей страны и желание преодолеть возникающие трудности, способствовать творческому освоению истории, важнейших социально-политических событий и поиску вариантов решения проблем. Без освоения основ исторического знания невозможно определить свое собственное место в мире, понять преемственность поколений в деле служения Родине.

Смена эпох и социально-политических и экономических целей требует особого внимания к выработке научных основ курса, пересмотра части представлений общества о своей истории, отказа от многих стереотипов прошлого, а также фальсификаций и невежественных концепций последних лет, которые сопровождают смену ориентиров общества и отражают растерянность идеологов. Это ставит задачу особого внимания к достоверности, объективности и научности содержания изучаемого курса.

Учитывая специфику преподавания истории в Академии маркетинга и социально-информационных технологий, необходимо проводить занятия, посвященные истории вуза, его ученым и т. п.

Психология

Наиболее востребованы сегодня многосторонние специалисты, компетентные в разных сферах, способные к дальнейшему обучению и

самообучению. Условие успешной деятельности – мобильность, отсутствие консерватизма, восприимчивость к инновациям, новым знаниям, умение планировать, выбирать цели и эффективные пути их достижения. В каждом виде деятельности присутствуют психологические отношения между людьми, эмоции, проблемы общения и взаимопонимания, лидерство или подчинение, конфликты, создание коллектива и многое другое.

Цель преподавания психологии в Академии маркетинга и социально-информационных технологий – формирование у студентов социально-психологической компетентности в различных социальных ситуациях взаимодействия людей и групп, осознание влияния социально-психологических факторов на успешность собственной профессиональной деятельности.

Задачи преподавания психологии в Академии маркетинга и социально-информационных отношений заключаются в выработке у студентов конкретных и научно упорядоченных представлений о психологии человека и его поведении, способности лучше адаптироваться к различным профессиональным и социальным изменениям, психологически грамотно взаимодействовать с людьми, анализировать и разрешать противоречия и конфликты.

Преподавание курса психологии направлено на приобретение студентами:

- представлений об общении и взаимодействии людей и групп, о социально-психологических особенностях возникновения, функционирования и развития группы;
- умения строить отношения с людьми, налаживать деловое и межличностное взаимодействие;
- умения организовывать свою деятельность, формулировать цели и подбирать адекватные средства;
- понимания значимости адекватности представлений о своих способностях и возможностях;
- осознания важности коммуникативных навыков, гибкости поведения, умения использовать различные стратегии;
- умения эффективно разрешать конфликтные ситуации;

- знания основных правил проведения совещаний, переговоров, деловых бесед, дискуссий и т. п.

Для того чтобы сформировать желаемые свойства и навыки, нужно не просто дать студенту определенные знания, но и научить ими пользоваться. Для этого необходимо сделать курсы максимально прагматичными, чтобы студентам было ясно, зачем они им нужны; во-вторых, предусмотреть различные формы практических занятий; моделирование ситуаций, ролевые и деловые игры, тренинги, проведение конкретных социологических исследований, практическое участие в избирательном процессе, работа с классической художественной литературой и др.

Очень важно помочь студенту развить навыки самообучения: нужно, чтобы он не просто имел знания, но знал источники и способы их самостоятельного получения. В этом процессе гуманитарные науки, развивающие логику, мышление, память, воображение также играют весьма существенную роль.

Культурология

Человек – единственный носитель культурного сознания. Вне единства с культурной памятью и духовной традицией нет и не может быть полноценной человеческой личности.

В то же время культура – основная форма и условие не только индивидуального, но и общественного бытия. Иными словами, культура – инструмент взаимодействия индивида и социума, механизм их взаимопонимания.

Цели и задачи курса культурологии в Академии маркетинга и социально-информационных технологий.

1. К числу наиболее актуальных культурных и нравственных проблем сегодняшней России относятся национальная самоидентификация человека, а также всемерное развитие его личного и гражданского достоинств. Все это предполагает неременное интегрирование индивида в отечественную духовную традицию и в систему общечеловеческих нравственных ценностей. Один из основных путей к достижению этой цели – приобщение студентов к лучшим достижениям российской и мировой культуры.

2. При всей значимости и неизменности фундаментальных общечеловеческих норм – преимущественно этических – очевидно несоответствие ценностей и предпочтений в различных культурах. С этой

точки зрения культура как объект изучения – язык понятий и образов, обеспечивающий возможность диалога между отдельными людьми, между индивидом и социумом, между народами, между поколениями. Задача курса «Культурология» - помочь каждому студенту стать активным, заинтересованным и компетентным участником этого диалога.

Предмет курса культурологии составляет культура как исторически развивающаяся система представлений, знаний и навыков, стереотипов мышления и поведения людей, шкала их ценностей и предпочтений, определяющих своеобразие материальной и духовной жизни общества. С учетом специфики студенческой аудитории такое понимание курса представляется методически оптимальным.

Содержание и структуру курса культурологии определяют два фундаментальных принципа: историзм и системный подход, предполагающий комплексное ознакомление студентов с различными аспектами культуры различных эпох и народов (художественная, бытовая и материальная культура, религиозные представления и норма и т. п.).

Освоение курса культурологии должно содействовать:

- формированию системы нравственных ценностей;
- повышению общей культуры, расширению эрудиции и кругозора;
- развитию образного и ассоциативного мышления;
- адаптации молодежи в различной социальной среде и умению вести себя адекватно окружающей обстановке;
- формированию представления об истоках и основных тенденциях в интеллектуальной, духовной, нравственной и художественной жизни современного общества.

Место курса культурологии в системе гуманитарного образования.

В процессе освоения программы курса студенты знакомятся с типами культур, соответствующих различным цивилизациям, историческим эпохам, странам и народам и рассматриваемых в синхроническом, диахроническом и теоретическом аспектах. В связи с особенностями, присущими студенческой аудитории в вузе (характер и уровень исходной подготовки, интеллектуальные запросы, круг интересов и т. п.), большое значение придается не только художественной, но и материальной и бытовой культуре, истории науки и техники, а также представлениям о месте человека

в мире. Особое внимание уделяется уникальности и мировому значению отечественной культуры.

Требования к уровню освоения курса.

В области культурологи студент Академии маркетинга и социально-информационных технологий должен:

- знать величайшие памятники мирового и отечественного искусства, иметь представление о выдающихся деятелях культуры;

- разбираться в значении таких категорий, как культура и цивилизация (с учетом разнообразия их толкований); национальные и религиозные культуры; открытые и закрытые культурные системы; социальные и локальные субкультуры и их взаимодействие; элитарная и массовая культура и их соотношение; контркультура и антикультура и т. д.;

- знать особенности культуры России, своеобразие ее исторического пути и перспектив развития, понимать ее место и роль в мировом культурном процессе;

- иметь представление об истории мировой культуры, о свойственных разным народам и историческим эпохам нравственных и эстетических ценностях, образе мысли и нормах поведения;

- понимать роль мифологических и религиозных представлений, образов и сюжетов, пронизывающих все сферы культуры вплоть до бытовых норм, составляющих фундамент мирового искусства и выполняющих функцию универсального языка общения между различными эпохами и народами;

- иметь представление об основных тенденциях в развитии современной культуры, о характерном для XX века взаимодействии искусства, фундаментальной науки и информационных технологий; о наиболее значительных направлениях и течениях в культуре и искусстве, определяющих духовную атмосферу современности.

Философия

Особенности философского знания связаны с тем, что в самых различных вариантах оно выступает как синтетическая норма сознания, находящаяся в центре общечеловеческой культуры.

Философское образование – объективно по содержанию и представляет собой систему обобщенного знания о мире в целом, т. е. – о природе, обществе, мышлении и о месте человека в этом мире. В то же время мир – объект изучения различных естественных и общественных наук, исследующих закономерности той или иной сферы бытия, что требует решения проблемы взаимодействия философии и специальных наук, которое находит отражение в процессе философского образования студентов.

В связи с этим, источник ценности философского образования – как сама философия, которая, будучи квинтэссенцией эпохи, является непреходящей ценностью мировой культуры, так и достижения естественных и технических наук (в области происхождения Вселенной, сущности и тенденций развития мира техники, происхождения и сущности сознания человека, единства мира и т. д.).

Цель курса философии в Академии маркетинга и социально-информационных технологий – развитие у студентов интереса к фундаментальным знаниям, стимулирование потребности к философским оценкам исторических событий и фактов действительности, усвоение идеи единства мирового историко-культурного процесса при одновременном признании многообразия его форм.

Задачи курса философии в Академии маркетинга и социально-информационных технологий – введение студентов в философскую проблематику, создание у студентов целостного системного представления о мире и месте человека в нем, а также формирование и развитие философского мировоззрения и мироощущения.

Освоение курса философии должно содействовать:

- выработке навыков непредвзятой, многомерной оценки философских и естественнонаучных течений, направлений и школ;
- формированию способностей выявления экологического, космопланетарного аспекта изучаемых как философских, так и общепрофессиональных дисциплин;
- развитию умения логично формулировать, излагать и аргументировано отстаивать собственное видение рассматриваемых проблем;
- овладению приемами дискуссии, полемики, диалога.

Место курса философии в системе образования в Академии маркетинга и социально-информационных технологий определяется тем, что в процессе освоения философских знаний студенты знакомятся с различными типами познания в истории человечества, обусловленными спецификой цивилизации и культуры отдельных регионов, стран и исторических эпох, закономерностями и перспективами развития научно-технического прогресса, с основными проблемами бытия и познания, рассматриваемыми как в рефлексном, так и в ценностном планах.

Особое внимание уделяется реализации принципов конкурентности и взаимодополняемости различных, зачастую противоположных, концепций по отдельным философским проблемам.

Требования к уровню освоения курса.

Студент академии маркетинга и социально-информационных технологий должен:

- иметь представление о своеобразии философии, ее месте в культуре, научных, философских и религиозных картинах мироздания, сущности, назначении и смысле жизни человека;

- понимать смысл взаимоотношения духовного и телесного, биологического и социального начал в человеке, отношения человека к природе и современных противоречий существования человека в ней;

- знать условия формирования личности, ее свободы, ответственности за сохранение жизни, природы, культуры; понимать роль насилия и ненасилия в истории и человеческом поведении, нравственных обязанностей человека по отношению к другим и к самому себе;

- иметь представление о многообразии форм человеческого знания, соотношении истины и заблуждения, знания и веры, рационального и иррационального в человеческой жизнедеятельности, особенностях функционирования знания в современном обществе, духовных ценностях и их значении в творчестве и повседневной жизни;

- понимать роль науки в развитии цивилизации, во взаимодействии науки и техники, иметь представление о связанных с ними современных социальных и этических проблемах, понимать ценность научной рациональности и ее исторических типов, знать структуру, нормы и методы научного познания, их эволюцию.

Экономика

Современный специалист (бакалавр) должен обладать умениями и навыками в области экономики и управления.

Экономическую подготовку можно рассматривать как необходимый элемент внутренней культуры специалиста с высшим образованием, так и как элемент его профессиональной этики.

Специалист (бакалавр) должен знать основные экономические законы, действующие в обществе, природу глобальных экономических явлений, социальных процессов, происходящих в мире и т. д. Все эти знания формируют у него основу экономического мировоззрения, экономический образ мышления, необходимый в хозяйственной и управленческой деятельности.

Цель преподавания курса экономики в Академии маркетинга и социально-информационных технологий – развитие у студентов интереса к фундаментальным экономическим знаниям на основе изучения наиболее существенных связей и взаимозависимостей экономических процессов и явлений, понимания роли и особенностей различных отраслей народного хозяйства; их места в системе национальной экономики и формирования у них практических навыков и умений, необходимых для эффективной хозяйственной и управленческой деятельности.

Задачи курса экономики – введение студентов в экономическую проблематику, осознание ими закономерностей экономического развития, понимание роли рыночных отношений в различных моделях организации экономики и методов государственного воздействия на экономические процессы, изучение поведения производителей и потребителей на рынке товаров, работ и услуг.

Освоение курса экономики должно содействовать:

- развитию экономического образа мышления, экономической культуры будущего специалиста (бакалавра);
- выработке навыков проведения комплексного анализа экономических процессов, событий, явлений;
- формированию умений вести дискуссию, формулировать и отстаивать свою точку зрения;

- овладению методами оценки эффективности технико-экономических решений с точки зрения общества и хозяйствующего субъекта.

Место курса экономики в системе воспитания определяется тем, что в процессе изучения экономики студенты знакомятся с историей развития экономической теории, основными школами, методами и функциями экономики как науки, проблемами выбора, моделями организации экономики, видами рынков, основными законами, моделями поведения субъектов в различных рыночных структурах, теорией занятости, процента и денег, проблемами переходного периода и т. д.

Требования к уровню освоения курса.

Студенты Академии маркетинга и социально-информационных технологий должны:

- иметь представление о закономерностях развития рыночной экономики;
- знать основные функциональные связи, существующие в экономике;
- знать важнейшие инструменты влияния государства на экономические процессы;
- понимать и уметь интерпретировать экономические решения, принимаемые руководством страны;
- понимать особенности переходного периода и знать основные проблемы, решаемые на этом этапе;
- знать особенности функционирования рынка;
- уметь оценивать эффективность экономических решений;
- уметь сопоставлять теоретические знания в области экономики с реальными процессами, происходящими в стране.

Политология

Специалист любого уровня в той или иной степени сталкивается с политическими проблемами в ходе своей работы. Существует проблема личной гражданской ответственности, сознательного и компетентного участия людей в основных политических процессах: формирование структур власти, деятельности политических партий и движений, выборе форм политического поведения.

Цель преподавания курса политологии в Академии маркетинга и социально-информационных технологий – осознание студентами важности политической ответственности, необходимости выработки собственной компетентной политической позиции, личного участия в политических процессах.

Задачи курса политологии в Академии маркетинга и социально-информационных технологий состоят в освоении политологической проблематики, принципов и норм функционирования политической сферы общества, выработки на этой основе способности рационально и критически оценивать политические реалии, делать сознательный, обоснованный политический выбор.

Преподавание курса политологии стимулирует студентов:

- осознать влияние политической ситуации и политических процессов на жизнь и деятельность людей, в частности, понять характер взаимосвязи политики и экономики;

- разобраться в природе и функциях власти, структуре политической системы основных политических технологиях;

- ориентироваться в основных идеологических течениях и представляющих их политических партиях, понимать разницу между декларируемыми политическими ценностями и реальной политикой каждой партии;

- понять важность формирования собственной политической позиции, основанной на знаниях, опыте и не противоречащей своим интересам;

- не просто знать, а отличать и, если нужно, уметь противостоять «грязным» выборным технологиям, приемам манипулирования общественным мнением, действиям на основе психологии толпы и т. п.

Социология

Цель преподавания курса – формирование у студента адекватной ориентации в многомерном социальном пространстве, идентификации себя как полноправного члена общества, расстановка приоритетов в ценностях и целях жизнедеятельности.

Задачами курса социологии в Академии маркетинга и социально-информационных технологий следует считать приобретение студентами социологических знаний об условиях возникновения, развития и

функционирования общества и социальных институтов, о проблемах взаимосвязи общества и личности, о природе социального неравенства, социальной стратификации и социальной мобильности.

Преподавание социологии направлено на то, чтобы дать возможность студентам:

- осознать свою принадлежность к определенным социальным группам, соответствующие групповые интересы и способы их реализации;

- оценить свою причастность к определенной культуре (в широком смысле слова) и вытекающие из нее нормы, правила поведения, образ жизни и т. д.;

- определить свое место в социальной структуре общества и направления возможных и желательных социальных перемещений в ходе своей деятельности;

- уметь анализировать социальные последствия своей деятельности, стремиться минимизировать негативные и усилить позитивные.

Правоведение

Правоведение как общественная наука – совокупность знаний о государстве и праве, их роли в жизни общества и закономерностях развития.

Основные направления, содержание и объем правового обучения и воспитания студентов Академии маркетинга и социально-информационных технологий представляются процессом формирования в России демократического правового государства, становлением новых рыночных отношений, кардинальными изменениями политической системы, повышенным вниманием к правам и свободам граждан, всемерным развитием демократических институтов, радикальным изменением идеологических основ общества.

Кроме того, рыночная экономика в рамках правовой системы предполагает широкое развитие товарно-денежных отношений на основе свободы договора, неприкосновенности собственности, недопустимости вмешательства в частные дела, беспрепятственное осуществление и защиту гражданских прав, а также обеспечение социально-экономических гарантий работникам организаций. А правовое обеспечение экономических реформ – решающее условие успешного преобразования общественно-политической системы страны.

Главные задачи курса «Правоведение»: овладение студентами основами знаний о государстве и праве, формирование общей правовой культуры и социальной активности молодого специалиста, получение студентом оптимального объема правовых знаний, необходимых для будущей профессиональной деятельности, вооружение выпускников вуза основными способами и методами защиты своих прав, свобод и законных интересов.

При изучении курса «Правоведение» должны особо выделяться вопросы, имеющие принципиальное значение для формирования правосознания молодого специалиста.

Первое. Необходимость глубокого изучения механизма и процедур избирательной системы РФ, что позволит более осознанно участвовать специалисту-гражданину в выборах и влиять на повышение качества формируемых представительных и исполнительных органов власти на всех уровнях.

Второе. Необходимость усвоения содержания конституционного принципа о приоритете прав и свобод личности перед государством, который реализуется путем четкого определения и закрепления правового статуса граждан России, обеспечения его системой государственных гарантий, а также комплексом административных и судебных способов защиты гражданами своих прав, свобод и законных интересов.

Третье. Необходимость уяснения конституционного принципа, которым закреплена приверженность России Международным правовым стандартам, что, во-первых, означает приоритет норм международного права над национальным законодательством, а, во-вторых, возможность обращения гражданам за правовой защитой в Международный суд по правам человека.

Четвертое. Необходимость овладения комплексом знаний о специфике правового регулирования общественных отношений в отраслях народного хозяйства.

Основные требования к знаниям и умениям студентов по результатам изучения курса «Правоведение», которые должны:

- знать Конституцию РФ, содержание и особенности Российской правовой системы, основные отрасли права, систему государственных органов, порядок их образования и основные функции;

- понимать роль и значение правового государства и судебно-правовой реформы в развитии и укреплении демократических начал в жизни российского общества;

- знать конституционные основы правового статуса человека в обществе, основные права, свобода и обязанности граждан РФ, уметь применять административные и судебный способы их защиты;

- знать основы законодательного регулирования будущей профессиональной деятельности, уметь применять федеральное и региональное законодательство и ведомственные нормативные правовые акты в пределах своих должностных обязанностей.

Физическое воспитание

В академии маркетинга и социально-информационных технологий «Физическая культура» представлена как учебная дисциплина и важнейший компонент целостного развития личности.

Содержание учебной программы для студентов предполагает взаимосвязь физического развития студента и совершенствования функциональных возможностей организма молодого человека, а также формирования средствами физической культуры и спорта психофизической готовности к профессиональной деятельности.

Свои образовательные и развивающие функции «Физическая культура» должна осуществлять в целенаправленном педагогическом процессе физического воспитания, который предусматривает выполнении следующих требований:

- понимание социальной роли физической культуры в развитии личности;

- знание научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;

- формирование установки на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом;

- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие качеств и свойств личности;

- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности студента к будущей профессии.

Иностранный язык

Умение общаться в современном международном профессиональном пространстве – неотъемлемый компонент профессиональной подготовки специалиста любого профиля. Необходимость формирования новой концепции гуманитарной подготовки студента вызвана изменением социально-экономических условий в нашей стране. С вхождением России в международное экономическое пространство, ее переходом к рыночной экономике, а также бурным развитием телекоммуникаций изменилась и профессиональная деятельность специалиста. Вследствие этого появился новый социальный заказ.

Данная концепция разработана на основе результатов исследований коллектива кафедр иностранных языков неязыковых вузов Москвы и Нижнего Новгорода (руководитель к. п. н. Лесохина Т. Б., ректор ИМО «Билингва» г.Москва) в области международной профессиональной коммуникации.

Согласно этим исследованиям, международное общение – специфический коммуникативный вид современной профессиональной деятельности, направленной на решение производственных задач, основным средством которой выступает английский и другие иностранные языки. Международное общение (МО) осуществляется на всех этапах создания конкурентоспособности продукции – от разработки идеи до эксплуатации и ремонта, а участники МО – выпускники вузов всех специальностей. МО протекает в следующих сферах деятельности современного специалиста: научно-производственной, научно-технической и экологической политики, культурной, деловой, управленческой, правовой.

Цель курса иностранного языка в рамках нового подхода – подготовка специалиста в области науки, техники и экономики к полноценному профессиональному общению в иноязычной среде на уровне международных стандартов.

Задачи курса иностранного языка в Академии маркетинга и социально-информационных технологий – приобретение учащимися коммуникативной компетенции необходимой для продолжения образования и осуществления профессиональной деятельности в международном пространстве.

Освоение курса иностранного языка в вузе должно содействовать в соответствии с этапами обучения формированию следующих умений:

1 этап:

- достаточно свободного изъяснения на темы, свойственные культурной, политической сферам;

- ознакомительного аудирования в среднем темпе исполнения носителем языка, чтения со значительно большей скоростью по сравнению с традиционно достижимой в высшем техническом учебном заведении;

- письменной речи (повседневного-бытового письма, основ делового письма, написания плана, изложения, конспекта);

- адекватного письменного перевода с иностранного языка на родной (текстов не содержащих лексических трудностей перевода);

- комплексные умения; ведение разговоров по телефону, свертывание, развертывание и составление из частей иноязычного текста, устнозрительная двусторонняя передача основного содержания научно-популярного и общенаучного текста гуманитарного и технического характера.

2 этап:

- адекватного письменного перевода;

- адекватной передачи смысла прослушанного сообщения с соблюдением языковых норм;

- сложные комплексные умения: рецензирование, комментирование;

- интегративные умения: оперативного патентно-библиографического поиска и в том числе по Интернет, преобразование вербальной информации в невербальную и обратно.

Место курса иностранного языка в Академии маркетинга и социально-информационных технологий определяется тем, что в процессе освоения знаний и приобретения умений иноязычного профессионального общения студенты приобретают коммуникативную компетенцию, позволяющую им продолжать образование, изучать и творчески осмысливать зарубежный опыт в профилирующей и смежных областях науки и техники, а также осуществлять профессиональную деятельность в международном пространстве.

Особое место в данном подходе занимает интегративная языковая подготовка, а именно: интеграция дисциплин Русский язык и Иностранный язык. Поскольку многие языковые знания и умения – общие для обеих дисциплин, создание единого курса обучения языку профессионального общения в вузе представляется оптимальным.

Для определения квалификационных характеристик выпускника в первую очередь необходимо иметь представление о том, какие знания и умения считают определяющими в профессиональном портрете специалиста. По опросам компаний и многочисленным выступлениям их руководителей в прессе основополагающими квалификационными характеристиками являются:

- владение навыками работы на персональном компьютере;
- владение английским языком;
- профессиональные знания и умения.

Однако профессиональные знания и умения складываются непосредственно из знаний и умений по специальности и гуманитарных знаний и умений, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. При формировании концепции гуманитарной подготовки в вузе стоит задача вычлнить необходимые и достаточные знания и умения гуманитарного характера, владение которыми позволит выпускнику работать в современном профессиональном пространстве.

Выявленные в результате исследования нетрадиционные для высшей школы базовые иноязычные знания и умения соотнесены с этапами обучения в вузе. Наиболее результативным представляется многоуровневый учебный курс иностранного языка.

В результате этих исследований были определены:

- характеристика современного международного профессионального иноязычного общения специалистов;
- знания и умения, составляющие коммуникативный портрет современного российского специалиста;
- междисциплинарные связи между родственными дисциплинами – Иностранный язык и Русский язык.

Русский язык и культура речи

Современная концепция обучения дисциплине «Русский язык и культура речи» *базируется на следующих основных положениях:*

- координация содержания государственного образовательного стандарта со специфическими условиями и задачами инженерного образования;

- анализ результатов научных исследований в области использования русского языка в производственной и учебно-научных сферах профессионального общения нефилологов;

- обобщение теоретико-практического опыта авторов в чтении разноаспектных учебных курсов по русскому языку в Академии маркетинга и социально-информационных технологий.

Отличительной особенностью может считаться доминирование прагматического подхода к обучению языку как средству профессионального межкультурного общения, что предусматривает три уровня освоения содержания дисциплины: 1 – базовый – ориентирован на студентов с неполным высшим образованием (1 – 2 к.к.) и формирует у них основы культуры речи; 2 – аспектный – ориентирован на подготовку бакалавров (3 – 4 к.к.) и формирует у них культуру профессионального делового и научного общения; 3 – специальный – ориентирован на подготовку специалистов (5 к.) и формирует у них культуру письменного оформления и устной публичной защиты квалифицированной научной работы.

Цель обучения – формирование и развитие коммуникативной компетенции специалиста – участника профессионального общения на русском языке в учебно-научной и профессиональной сферах общения.

Задачи обучения – повышение уровня общей культуры речи, а также овладение нормами построения и языкового оформления как научных текстов различных жанров, так и деловых документов, включая навыки оформления и редактирования делового и научного документа.

Изучение раздела «Основы языковой и речевой культуры» обеспечивает усвоение студентами понятий о языке и речи, нормативной базе языка и видах речевой деятельности, сферах и ситуациях общения, русском речевом этикете и особенностях невербальной коммуникации, специфике функциональных стилей речи, жанрах учебно-профессионального общения и структурно-языковом своеобразии учебно-научных текстов; формирует у

учащихся навыки и умения в работе со справочной литературой, в пользовании приемами компрессии информации при построении вторичных учебно-научных текстов и составлении частных деловых документов в учебно-профессиональной среде.

Материал раздела «Язык делового и научного общения. Культура публичной речи» дает учащимся знания особенностей письменной и устной форм делового и научного стилей речи, норм и правил вербальной и невербальной профессиональной коммуникации в деловой и научной сферах, предметно-логической структуры и языковых особенностей делового и учебного научно-технического текстов; формирует у студентов навыки и умения в построении, языковом оформлении и редактировании письменных деловых и научных текстов, подготовки и проведении публичного выступления, деловой и учебно-научной беседы, дискуссии.

Изучение раздела «Речевое оформление квалификационной научной работы» дает будущим специалистам знания о специфике и видах научно-исследовательских работ, формально-содержательных и языковых особенностях диссертационных исследований и этикете их публичной защиты; формирует у студентов навыки и умения в грамотном формулировании темы, проблематики, целей и задач научного исследования, логико-смысловом структурировании материала, изложении научно-теоретических и экспериментальных данных, оформлении результатов исследования и его справочно-библиографического аппарата, определении стратегии и тактики речевого поведения в ситуациях публичной защиты квалификационной работы, ведения профессиональной научной дискуссии.

Подобное построение курса обеспечивает возможность вычленения одного или нескольких ее разделов в самостоятельный курс в соответствии с образовательным этапом и с учетом направления подготовки специалистов.

Многоуровневая модель лингвистического обучения в Академии маркетинга и социально-информационных технологий отвечает общедидактическим принципам преемственности и поступательности, профессиональной ориентации и коммуникативно-деятельностной направленности языкового учебного процесса, а также требованиям к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки нефилологов, конкретизированному для специалистов.

2. Языковая среда

Языковая среда – важнейшее средство социализации личности.

Языковая среда должна рассматриваться не только как общекультурный фон, но и как инструмент познания окружающего мира и социума. Система ценностей, интересов личности, ее социальные черты определенно обусловлены той языковой и культурной средой, в которой произошла его социализация, то есть усвоение индивидом социального опыта, приобретение им социально значимых качеств сознания и поведения. Отождествляя себя с определенной культурой, люди не всегда осознают, что ее главные определяющие ценности формируются при непосредственной включенности личности в живую языковую среду.

Языковая среда вуза предполагает прежде всего *педагогическое общение*. Педагогическое общение – общение, организуемое с целью обучения, развития и воспитания учащихся. Оно означает воздействие преподавателя на учащихся и одновременно взаимодействие преподавателя и учащегося.

Профессиональное педагогическое общение – целостная система взаимодействия преподавателя и студентов, содержанием которого является:

- обмен информацией;
- оказание воспитательного воздействия (в том числе нравственного);
- организация взаимоотношений с помощью коммуникативных средств.

Особое место педагогического общения в структуре образования определяется тем, что коммуникация интегрирует образовательный процесс.

Языковая среда выполняет когнитивную функцию и является важнейшим источником исходной информации. В то же время в языковой среде реализуется организационная, мотивационно стимулирующая, информационная деятельность преподавателей, а также деятельность по применению всех существующих средств и методов обучения.

В педагогическом общении реализуется:

- контакт участников образовательного процесса;
- организация учебных действий студентов, в рамках которой различаются побуждения к учебной деятельности, контроль, коррекция и оценка учебных действий студентов;

- создание образцов иноязычной речи в условиях обучения речевой деятельности (иностранный язык);
- постоянное подкрепление собственным примером – образцом речевого поведения;
- стимулирование и развитие лингвистического мышления студентов.

3. Внеучебная среда

Внеучебная среда – организованная внеучебная деятельность вуза. Она охватывает интересы участников образовательного процесса, выходящие за пределы непосредственно учебной деятельности.

Цель формирования внеучебной среды – решение конкретных задач по воспитанию гуманитарно образованной личности.

Первая задача внеучебной воспитательной работы в Академии маркетинга и социально-информационных технологий – всемерное укрепление и сохранение лучших традиций, существующих в коллективе вуза, российского студенчества в целом, направленных на воспитание представлений о престижности вуза и выбранной профессии, развитие творческих начал личности.

Вторая задача – непрерывное развитие творческих наклонностей студентов, осмысление свойств и интересов личности, определение ее базовой культуры, сформированности ценностных ориентиров, устойчивых нравственных принципов и норм, представлений о выбранной профессии, активности жизненной позиции студента. Отношение к внеучебной деятельности студента как к фактору, обладающему огромными воспитательными возможностями, с неизбежностью требует предоставления возможностей для реализации творческого потенциала студентов.

Третья задача – частная по отношению ко второй. Но она обладает спецификой, обусловленной особыми свойствами объекта воспитательного процесса, которым являются студенты-первокурсники. Целенаправленная работа вуза по адаптации студентов 1 курса к условиям их жизнедеятельности с использованием своеобразных форм деятельности внеучебной сферы – важная задача при реализации внеучебной воспитательной работы в вузе.

Четвертая задача непосредственно вытекает из поставленных выше задач самореализации личности. Управление процессом развития личности студентов прежде всего предполагает сознание условий, помощь в реализации его творческих и организаторских способностей. Решение этой задачи связано с функционированием организационных структур общежитий (студсоветов), спортклубов, кружков, студий и т. п.

Пятая задача – создание благоприятного микроклимата внутривузовского коллектива, снижение психологической напряженности, уменьшение числа конфликтных ситуаций, создание комфортных социально-психологических условий для коммуникативно-личностного развития будущих специалистов. Данную задачу позволяет решить психолого-социологическая служба вуза. Деятельность службы может осуществляться по нескольким направлениям: работа с первокурсниками, включающая в себя помощь в адаптации студентов к учебной деятельности; работа по формированию здорового социально-психологического коллектива вуза; проведение прикладных социологических исследований.

Вышеперечисленные задачи могут быть реализованы во внеучебном образовательно-воспитательном комплексе вуза.

4. Среда взаимовлияния Академии маркетинга и социально-информационных технологий и социума

Вуз не может существовать как замкнутая система, и тем более, воспитательная среда вуза обязательно должна проявлять себя вне стен вуза. Среди родственных вузов конкретный вуз должен быть самоидентифицирован.

Самоидентификация вуза предполагает представление о лице вуза, проявляющееся в атрибутике, особом стиле, символике, бережном отношении к традициям родного вуза, кодексе поведения студентов, сотрудников и преподавателей вуза и т. п.

Целесообразно более четко информировать общественность о процессах, происходящих внутри вуза, о востребованности специалистов, получивших образование в данном вузе.

Процесс воспитания, особенно взрослых людей, результат взаимодействия многих факторов, из которых приобретение определенных знаний далеко не главное. Важнейшую роль приобретает наличие положительных образцов, моделей поведения и деятельности, а также мотивации, желания этим моделям следовать.

Очень важно не только доказать студентам полезность, но и показать выгоду следования положительным образцам – это основа их дальнейшей социализации, включения в систему корпоративных ценностей.

Такая сложная задача может быть решена только совместными усилиями всего педагогического коллектива, администрации, всех сотрудников вуза. Речь идет о создании комфортного социально-психологического климата, основанного на взаимном уважении, партнерских отношениях, постоянном учете интересов и потребностей всех участников педагогического процесса.

Только в этом случае микросреда вуза приобретает индивидуальные, особенные черты, обращает на себя положительное внимание общества, в котором существует.

Принципы и цели воспитания

Таким образом, в рамках предлагаемой концепции можно выделить следующие принципы воспитания:

- воспитательный процесс может успешно осуществляться только путем взаимосвязанной, системной деятельности всех структур вуза;
- воспитательный процесс требует разнообразия моделей гуманитарной подготовки, обязательно учитывающих профиль вуза.

Создающийся метод и система воспитания призваны способствовать достижению следующих целей:

- овладение будущими специалистами гуманитарной культуры, преодоление узости и одногибкости технократического мышления;
- формирование специалиста, гармонично сочетающего в себе современный высочайший уровень профессиональных знаний и навыков с

гуманистическими жизненными ориентирами, базирующимися на принципах гражданственности и нравственности;

- развитие у будущего специалиста качеств творческой личности, в равной мере владеющей как формами и методами понятийно-рационального познания мира, так и интуитивно-образными формами его постижения.

РАЗРАБОТАНО:

Первый проректор, профессор



О.В. Климовец

СОГЛАСОВАНО:

Проректор по маркетингу



И.Д. Баум

Председатель Студенческого совета



А.А. Кучирова