

М. Н. Садовская, канд. техн. наук, доцент
kit@bseu.by

Л. К. Голенда, канд. экон. наук, доцент
l.golenda@mail.ru

Н. Н. Говядинова
dinova_n@mail.ru
БГЭУ (Минск)

ВИРТУАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА ДЛЯ ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ КАНДИДАТСКОГО МИНИМУМА

Информационно-коммуникационные технологии в настоящее время используются повсеместно, а образовательная деятельность априори должна идти в этом направлении на самых передовых позициях. По нашему мнению, дистанционная форма наиболее обоснована для получения образования на второй ступени высшего образования, когда обучающийся уже в силу своего возраста, опыта и имеющихся знаний способен организовать свою самостоятельную работу наиболее результативно. Это подтверждается опытом дистанционного обучения при получении второго высшего образования в БГЭУ на факультете «Высшая школа управления и бизнеса» (ВШУБ).

С 2019 г. в соответствии с новыми учебными планами в магистратуре дисциплины кандидатского минимума вынесены в блок «Дополнительные виды обучения» и изучаются по выбору магистранта. Как следствие, освоение этих дисциплин рассматривается обучающимися как дополнительная нагрузка, и если бы они изучались в классическом варианте (на аудиторных занятиях), то большинство магистрантов отказывалось бы выбирать эти дисциплины. Вместе с тем множеству потенциальных аспирантов и соискателей *требуется* освоение дисциплин кандидатского минимума, но занятия для них не предусмотрены, а полностью неуправляемое самостоятельное изучение дисциплины не дает нужного эффекта. Из этого вытекает целесообразность организации самостоятельного изучения этих дисциплин под методическим управлением преподавателя. Так, в 2020–2021 учебном году кафедрой информационных технологий совместно с учебно-методическим отделом дистанционного обучения БГЭУ организована возможность обучения онлайн при подготовке к сдаче кандидатского минимума по дисциплине «Основы информационных технологий». Для этого была разработана виртуальная образовательная среда на платформе Moodle. Ее учебно-методическое обеспечение включает: учебную программу; памятку изучения дисциплины; вопросы к дифференцированному зачету; требования к реферату; лекционные материалы; контрольные вопросы по темам лекционного курса; тесты для контроля освоения лекционного курса; методические указания по выполнению лабораторных работ; индивидуальные задания для контроля освоения лабораторного курса.

Автономное онлайн-обучение с помощью данной образовательной среды дает целый ряд преимуществ как для обучаемого, так и для преподавателя. В частности, расширяется круг заинтересованных иногородних соискателей, им не нужно тратить деньги на транспортные расходы, проживание в другом городе, приобретение учебных материалов, так как они доступны через Интернет; вместо аудиторных занятий имеется оперативная связь с преподавателем, в том числе его индивидуальное консультирование; обучающийся получает возможность гибко совмещать обучения с профессиональной деятельностью. Кроме того, освобождается аудиторный фонд учреждения образования; повышается привлекательность учебного заведения для желающих сдать зачеты и экзамены кандидатского минимума.

Таким образом, организованный с помощью описанной виртуальной среды дистанционный формат обучения позволяет: привлечь большее число будущих специалистов

высшей научной квалификации; обеспечить равные возможности всем желающим обучаться из числа магистрантов дневной и заочной форм обучения и соискателей; сделать обучение максимально эффективным за счет задействования активных форм обучения.

Первый опыт использования данной среды полностью подтвердил ее адекватность с точки зрения возложенного функционала.

<http://edoc.bseu.by/>

*Г. А. Салаев, канд. юрид. наук
МГКА (Минск)*

НЕКОТОРЫЕ ОТЛИЧИЯ ИНТЕРНЕТ-ЭКОНОМИКИ ОТ ТРАДИЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Экономика оказывает существенное влияние на жизнь человека, определяя не только его материальное благополучие, но и другие сферы общественных отношений.

Традиционная экономика — это та экономика, в которой властвуют обычаи. Она является самой древней. В конце XX — начале XXI в. в Республике Беларусь, как и во всем мире, экономика перешла в новую среду обитания — Интернет.

Интернет-экономика — это новый вид предпринимательской деятельности, в которой старые правила ведения бизнеса разнообразились новой теорией. Таким образом, возникают вопросы:

1. Что общего у традиционной экономики с интернет-экономикой?

И традиционная экономика, и интернет-экономика нацелены на получение прибыли; обе модели строятся на одинаковых денежных потоках и финансовых оборотах.

2. Чем интернет-экономика отличается от традиционной экономики?

В интернет-среде проще скрывать свои финансовые обороты, недоплачивать или вообще не платить налоги. Анализ дел и практика показывают, что некоторые бизнес-игроки в Интернете вполне успешно ведут предпринимательскую деятельность, даже не зарегистрировавшись в качестве юридического лица. Интернет-экономике присущи динамичность и готовность меняться в зависимости от времени и ожиданий клиентов. Крупные фирмы немного неповоротливы и достаточно консервативны в плане создания новых идей и продуктов. Им проще пользоваться традиционными продуктами и успешно эксплуатировать свои бренды. В то же время как интернет-фирмы — это буквально генератор инноваций, к тому же они более мобильны, что позволяет им успешно конкурировать с крупными фирмами (корпорациями). Интернет-экономика более эффективна, поскольку она ближе к своему потребителю, так как потребитель ближе к интернету. Благодаря интернет-экономике появились «виртуальные деньги». Если в традиционной экономике средствами финансовых расчетов служит иностранная и национальная валюта в наличном и безналичном виде, то в интернет-экономике равноправным финансовым инструментом для расчетов стала условная электронная денежная единица. Конечно, для получения в собственность «виртуальных денег», нужно иметь реальные денежные средства.

Кроме того, рынок интернет-экономики резко отличается от рынка традиционной экономики: действует более жесткая конкуренция между производителями, продавцами и покупателями товара. Имеется отличие и в области коммерции: в способах привлечения покупателей, подачи информации о товаре, совершения покупок; в средствах психологического воздействия; степени затрат и организации торговли; простоте посещения магазинов; качестве обслуживания; во времени выхода на рынок; спектре товаров; полноте информации (так, покупатели найдут большое количество сравнительных данных о компаниях, продуктах и конкурентах, не покидая дома или офиса, и потому смогут сконцентрировать внимание на таких объективных критериях, как цена, качество, срок