

При формировании персонального бренда человека в интернете на начальных этапах необходимо учитывать восприимчивость аудитории к современным образам, а не только выделять индивидуальные особенности человека. При наличии естественности в имидже у людей возникает более лояльное отношение к бренду. Простота действий, мысли и слова по поводу актуальной информации, открытость в общении, искренность к аудитории, внимание к информации, которое проявляет человек в сети, являются нормой цифрового поведения публичных персон и личностей, желающих ими стать. Надуманность, наигранность в образе, высокомерие, неискренность, закрытость от аудитории, непрофессиональный подход обычно распознаются аудиторией, вызывают недоверие и, как следствие, затрудняют популяризацию такого бренда.

Создание личного бренда все более актуально в условиях нарастающей конкуренции, так как он становится еще одним способом привлечения и удержания потребителя, а также формирования и закрепления статуса эксперта в профессиональном сообществе.

Список литературы

1. Васильева, М. Бренд: Сила личности / М. Васильева, А. Надеин. – СПб., Питер, 2003.
2. Гвишиани, Д. М. Краткий словарь по социологии / Д. М. Гвишиани; под ред. Н. И. Лапина. – Политиздат, 1988. – 479 с.
3. Иванов, А. А. Брендинг: учеб. пособие / А. А. Иванов. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУВПО «КнАГТУ», 2013. – 74 с.

Шамрук И. П.,

педагог дополнительного образования,
заведующий отделением информационно-коммуникативных
технологий ДДиМ «Золак», г. Минск

ФОРМИРОВАНИЕ ОСНОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ

Важность предпринимательства признается на государственном уровне. Это требует обновленной образовательной подготовки учащихся, профессиональной готовности педагогов к осуществлению деятельности в данном направлении. Для этой цели многие учреждения общего среднего и дополнительного образования детей и молодежи вводят факультативные курсы по экономическим дисциплинам, а на базе учреждений высшего образования проводится курсовая подготовка слушателей. Такое обучение позволяет сформировать понимание необходимых компетенций для успешного

ведения бизнеса, заложить базовые навыки для формирования нового типа мышления.

Необходимость формирования предпринимательского мышления у детей вызвана требованием воспитания членов общества, способных действовать в современных рыночных условиях, правильно оценивать экономические процессы и эффективно участвовать в них. Само предпринимательское мышление является результатом развитой, систематически натренированной предприимчивости, как свойства личности ребенка. Дети уже по своей сути достаточно предприимчивы, так как они более активны, более адаптивны к постоянно изменяющейся среде экономического и социального мира.

Задача современного образования заключена в создании условий для самоопределения личности, подготовке к самореализации в профессиональном плане, своевременной профориентации, указании возможного пути развития в будущем.

В ДДиМ «Золак» г. Минска в соответствии с текущей тенденцией приобщения к экономическим знаниям и развитию предприимчивости работают объединения по интересам «Финансовый успех» и «Бизнес-навигатор». Они являются базовыми курсами экспериментальной деятельности нашего учреждения.

Занятия объединения по интересам «Бизнес-навигатор» проводятся на базе учреждений общего среднего образования Заводского района г. Минска. Один раз в неделю в школе или гимназии проходит занятие, состоящее из двух частей – теоретической и практической. Для всех ребят кроме очной формы проведения занятий существует и дистанционная форма в виде интернет-ресурса, сайта объединения по интересам, на котором представлены основные материалы тем.

На занятиях изучаются основы предпринимательской деятельности, которые позволяют увидеть в бизнесе возможности для себя и как правильно их использовать в своем профессиональном самоопределении. Программа включает восемь тем: основы предпринимательства, виды предпринимательской деятельности, основные составляющие рынка, организация собственного дела, определение стратегии развития, бизнес-планирование, основы маркетинга, презентация бизнеса.

Для замера эффективности работы объединения по интересам «Бизнес-навигатор» был сделан срез с помощью анкеты оценки предпринимательского потенциала. На небольшой выборке учащихся была изучена степень развития восьми компетенций: предпринимательской (факторы предпринимательской самоэффективности, монетизирования, автономности, мотивации к достижению), экономической (факторы умения обращаться с деньгами, оценки окружающей среды, поиска ресурсов), психологической (факторы изобретательности, организационных способностей, лидерского потенциала, готовности к риску, стрессоустойчивости, локус-контроля), социальной (факторы социальной активности, коммуникабельности, соци-

альной успешности, контактного потенциала, адаптивности) и профориентационной.

По результатам анкетирования выяснилось, что основные компетенции у учащихся развиты в достаточной мере, но факторы их составляющие не реализованы еще на уровне убеждений. При этом идет развитие профориентационной составляющей.

По результатам освоения программы объединения по интересам «Бизнес-навигатор» предполагается пригласить успешных и мотивированных учащихся школ и гимназий Заводского района г. Минска для участия в практической части экспериментальной деятельности.

Вскоре на базе учреждения дополнительного образования ДДиМ «Золлак» г. Минска планируется открытие ученической бизнес-компании «Идея-плюс», которая позволит в практической деятельности безопасно освоить основные навыки, необходимые для профориентации при организации предпринимательской деятельности.

Список литературы

1. Кодекс Республики Беларусь об образовании: с изм. и доп., внесенными Законом Республики Беларусь от 4 янв. 2014 г. – Минск: Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2014. – 400 с.

2. Комлач, Д. Т. Основы предпринимательской деятельности для молодежи: пособие / Д. Т. Комлач, Н. К. Наумович, М. Н. Найдович. – Борисов: Борисов. укрупн. тип. имени 1 Мая, 2011. – 200 с.

3. Школьные бизнес-компании – потенциал бизнес-образования школьников: практические материалы. – Витебск: ГУДОВ «ВО ИРО», 2016. – 78 с.

Naumchik V. N.,

Doctor of Pedagogy, Professor
State educational institution

“Republican Institute of Professional Education”, Minsk

PEDAGOGY AND ENTREPRENEURSHIP IN A GLOBALIZATION

Education, upbringing, personal development in the era of globalization act as an object of competitiveness. Invention is an indicator of creativity and at the same time a means of its development. Any person “infected” with invention lives in the world of creation, and this whole world is a creative workshop for him. This is why it is so important to view and use invention as a pedagogical tool and pedagogical method.

Propedeutics of inventive activity fosters entrepreneurship and initiative. Until now, these concepts seemed to be mutually exclusive: first, the educational process, education, and then, possibly, entrepreneurship. Now more and more