



**БАРАНОВИЧСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ**



**ТАРАЗСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**



**ФОНД «ШИРАКСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
им. М. НАЛБАНДЯНА»**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ НАУК ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ
(Российская Федерация)
ШАДРИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
(Российская Федерация)
ТАРАЗСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
(Республика Казахстан)
БАРАНОВИЧСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(Республика Беларусь)
ШИРАКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. М. НАЛБАНДЯНА
(Республика Армения)**

СОВРЕМЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: МЕТОДОЛОГИЯ, ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

ЧАСТЬ II

Материалы Международной научно-практической конференции

26 октября 2018 г.

Шадринск
2018

УДК 37
ББК 74
С568

Печатается по решению редакционно-издательского совета Шадринского государственного педагогического университета от 19.12.2018 года, протокол №11.

Рецензенты:

Казаева Е.А., д.п.н., профессор ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет», г. Екатеринбург;

Суворова С.Л. д.п.н., профессор ФГБОУ ВО «Шадринский государственный педагогический университет», г. Шадринск.

Ответственный редактор:

Пономарева Л.И., д.п.н., профессор ФГБОУ ВО «Шадринский государственный педагогический университет», г. Шадринск

Материалы публикуются в авторской редакции. При цитировании материалов ссылка на данный сборник трудов и авторов обязательна.

Современное образование: методология, теория и практика. В 3 ч. Ч. II :

С568 материалы Междунар. науч.-практ. конф., 26 окт. 2018 г. / Шадр. гос. пед ун-т ; отв. ред. Л.И. Пономарева. – Шадринск: ШГПУ, 2018. – 356 с.
ISBN 978-5-87818-554-7

В сборнике представлены материалы Международной научно-практической конференции «Современное образование: методология, теория и практика». Публикации, содержащиеся в сборнике, отражают широкий круг современных проблем дошкольного, общего, дополнительного, инклюзивного и специального образования; инновационные подходы и технологии; проблемы и перспективы модернизации современного образования.

Авторами материалов сборника являются преподаватели вузов и колледжей, научные работники, педагоги-практики системы образования и молодые ученые из стран Дальнего Зарубежья (США, Германия, Польша), Ближнего Зарубежья (Республика Беларусь, Республика Казахстан, Республика Армения), а также городов России (Москва, С.-Петербург, Екатеринбург, Челябинск, Тюмень, Шадринск и др.)

Во II части сборника содержатся материалы следующих разделов:

1. Инновации в системе образования: проблемы и тенденции.
2. Современное языковое образование: теория и практика.
3. Актуальные психологические проблемы становления личности.

Сборник адресован студентам, аспирантам, преподавателям педагогических вузов и колледжей, практическим работникам системы образования.

УДК 37
ББК 74

ISBN 978-5-87818-554-7

© ШГПУ, 2018

УЧРЕЖДЕНИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	68
Ипатова Н.В., Милованова Л.А. ИННОВАЦИОННЫЕ ПРИЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРНОГО ЧТЕНИЯ.....	72
Каратаева Н.А. ПРИМЕНЕНИЕ КВЕСТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ПРИОБЩЕНИИ ДОШКОЛЬНИКОВ К ИСТОРИИ И КУЛЬТУРЕ РОДНОГО КРАЯ	76
Каратаева Н.А., Крежевских О.В. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОЕКТИРОВАНИЮ РЕГИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	83
Касьянова Л.Г. ПРИОБЩЕНИЕ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА К СОЦИОКУЛЬТУРНЫМ ИСТОКАМ ШАДРИНСКОГО КРАЯ СРЕДСТВАМИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТВОРЧЕСТВА.....	90
Кондратюк С.В. ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ИГРОВОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩЕГО ПЕДАГОГА ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	97
Котенко С.В., Пономарева Л.И. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЧЕВЫХ ОБОРОТОВ В РАБОТЕ МЕДИАТИВНОЙ СЛУЖБЫ ДОО КАК ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА РЕГУЛИРОВАНИЯ КОНФЛИКТНЫМИ СТОЛКНОВЕНИЯМИ.....	100
Красноперова И.В. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И СЕМЬИ В ВОСПИТАНИИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА	105
Крючкова Т.А. ИННОВАЦИОННЫЕ ПРИЕМЫ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ЯЗЫКОВОЙ КОМПЕТЕНЦИИ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ	109
Лашкова Л.Л. РАЗВИТИЕ ДЕТЕЙ РАННЕГО ВОЗРАСТА: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ И ПОИСК ЭФФЕКТИВНЫХ РЕШЕНИЙ.....	114
Литвак Р.А. СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ СРЕДСТВАМИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	119
Маденян Л.А. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ПО ОРФОГРАФИИ РУССКОГО ЯЗЫКА В СТАРШЕМ ЗВЕНЕ АРМЯНСКОЙ ШКОЛЫ.....	125
Масленников С.А. О СИСТЕМЕ ПОПУТНОГО ОБУЧЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ ШКОЛЬНИКОВ.....	133
Михайлова А.И., Крежевских О.В. ВОЗМОЖНОСТИ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КРАЕВЕДЧЕСКОМ ОБРАЗОВАНИИ ДОШКОЛЬНИКОВ	137
Новая Э.М. РАЗВИТИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНО-ВОЛЕВОЙ СФЕРЫ ДОШКОЛЬНИКОВ С ПОМОЩЬЮ СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ	

4. Козлова, А. В. Работа ДОУ с семьей: диагностика, планирование, конспекты лекций, консультации, мониторинг [Текст] / А. В. Козлова, Р. П. Дешеулина. – М. : ТЦ Сфера, 2005. – 112 с.

ИННОВАЦИИ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ СОВРЕМЕННОГО ВОСПИТАТЕЛЯ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В УЧРЕЖДЕНИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Захарченя Н. Ф., старший преподаватель,
кафедры дошкольного образования и технологий,
Дубешко Н. Г., к.п.н.,
заведующий кафедрой дошкольного образования и технологий,
учреждение образования «Барановичский
государственный университет»,
г. Барановичи, Республика Беларусь

***Аннотация:** Автор статьи отмечает, что с целью активизации инициативы студентов, стимулирования предпринимательской активности в Барановичском государственном университете организована работа дошкольного образовательного центра «Университет для детей», который существует в рамках студенческого бизнес-инкубатора.*

***Ключевые слова:** инновации, инновационная деятельность, бизнес-инкубатор, маркетинговое исследование.*

Обеспечение качества образования в учреждениях высшего образования требует поиска новых активных форм работы со студентами – будущими специалистами в области дошкольного образования. Традиционные формы (лекции, практические и лабораторные занятия) организуются с использованием интерактивных методов – диалог-кафе, имитационных и деловых игр, метода проектов и др. Однако этого уже недостаточно для развития у них новых компетенций, востребованных в современной образовательной среде – маркетинговых, предпринимательских и управленческих компетенций.

С целью активизации инициативы студентов, стимулирования предпринимательской активности, расширения направлений коммерциализации научных и инновационных разработок студенческого сообщества в рамках работы студенческого бизнес-инкубатора, который является структурным

подразделением учреждения образования «Барановичский государственный университет» [4], организована работа дошкольного образовательного центра «Университет для детей». С позиций структурно-логического подхода была разработана схема вовлечения в коммерческую, производственную и инновационную деятельность учащейся молодёжи.

В результате данная форма работы профессорско-преподавательского состава кафедры дошкольного образования и технологий со студентами будет способствовать приобретению ими практического опыта в организации и осуществлении предпринимательской деятельности в области дошкольного образования. Кроме того, при использовании такой формы работы как бизнес-инкубатор осуществляется поддержка студентов в создании, становлении, росте и развитии макро и микро организаций; содействие самозанятости студентов и организации ими собственного дела; сотрудничество с субъектами предпринимательской деятельности по реализации бизнес-предложений; организация и проведение совместных мероприятий по обмену опытом предпринимательской, инновационной деятельности.

Опытно-экспериментальная деятельность предполагает поэтапное решение ряда задач:

1 этап: организация и проведение маркетингового исследования востребованности образовательной услуги «Университет для детей».

2 этап: разработка бизнес-плана данной образовательной услуги.

3 этап: анализ имеющихся и создание необходимых условий организации работы дошкольного образовательного центра «Университет для детей».

4 этап: мониторинг качества образования дошкольного образовательного центра [2].

На первом этапе чтобы определиться с самим термином «маркетинговые исследования», следует представить сферу применения их результатов.

Подобные исследования необходимы заинтересованному субъекту (заказчику) для принятия обоснованных решений по всем направлениям своей деятельности. Маркетинговые исследования предпринимаются в целях создания «комфортности» рыночного существования этого субъекта, т.е. в целях достижения желаемого состояния с меньшим риском, в условиях меньшей неопределённости среды.

Каждый независимый участник рыночных отношений самостоятельно выбирает для себя цели существования, принимает решения и несёт ответственность за их исполнение. Принять же обоснованное решение можно только при наличии качественной информации, обладающей достоверностью, актуальностью, полнотой. Данная информация должна доставляться, обрабатываться, анализироваться и обобщаться на регулярной основе.

Таким образом, маркетинговое исследование можно определить как процесс систематической подготовки и проведения различных обследований,

анализа полученной информации и представления результатов и выводов в виде, соответствующем конкретной маркетинговой задаче, стоящей перед организацией. Это могут быть: исследование сбыта, исследование мотивов потребителей, исследование партнёров и конкурентов, исследование эффективности проведённой рекламной компании и др.

Потребность в проведении исследования обусловлена необходимостью разработки бизнес-плана образовательной услуги «Университет для детей».

Чтобы провести полноценное маркетинговое исследование, перед студентами была сформулирована маркетинговая задача: определить, в чём суть проблемы, чётко поставить цель и задачи, выбрать метод исследования, составить программу исследования, определиться с инструментами сбора информации, определить количество и структуру источников информации.

Процедура проведения маркетингового исследования представляет собой алгоритм действий по обеспечению маркетинговых решений необходимой и достоверной информацией и может рассматриваться как совокупность последовательных действий, начиная с постановки задач маркетингового исследования, через составление и осуществление программы (плана, проекта) исследования, заканчивая обработкой и анализом его результатов.

При проведении маркетинговых исследований для сбора информации студенты могут использовать две основные группы методов: методы кабинетных исследований и методы внекабинетных исследований, а также комбинированные методы [1].

Методы кабинетных исследований предполагают сбор вторичной информации, получаемой не от первоисточника (ребёнка дошкольного возраста, его родителей или других лиц) и не подготовленной для решения задач, связанных непосредственно с целями данного маркетингового исследования [3].

Методы внекабинетных исследований предполагают сбор первичной информации, получаемой непосредственно от ребёнка дошкольного возраста, его родителей или других лиц. Первичная информация собирается согласно целям данного маркетингового исследования, её содержание своевременно и конфиденциально, что создаёт определённые конкурентные преимущества для студенческой организации в отличие от других организаций, оказывающих аналогичные образовательные услуги (государственные и частные учреждения дошкольного образования, дошкольные центры, секции, кружки по интересам и учреждения дополнительного образования для детей дошкольного возраста) [3]. Но сбор первичной информации связан со значительными затратами, уязвим с точки зрения субъективизма и возможных ошибок непрофессионализма студентов. На первом этапе опытно-экспериментальной работы в бизнес-инкубаторе студенты использовали такие методы полевых исследований как опрос, наблюдение, беседа, что позволило определить

высокую востребованность образовательной услуги «Университет для детей» и низкий уровень конкуренции.

Таким образом, опираясь на данную маркетинговую информацию, предоставленную студентами после организации и проведения маркетинговых исследований под руководством преподавателей кафедры дошкольного образования и технологий учреждения образования «Барановичский государственный университет», стало возможно разработать бизнес-план данной образовательной услуги, что будет вторым этапом опытно-экспериментальной работы коллектива студентов и преподавателей в 2018-2019 учебном году.

Необходимо отметить, что такая инновационная форма работы со студентами при подготовке их к деятельности в должности воспитателя дошкольного образования как «бизнес-инкубатор» способствовала проявлению у них инициативности, предприимчивости и активности в решении профессиональных задач.

Список использованных источников:

1. Галицкий, Е. Б. Методы маркетинговых исследований [Текст] / Е. Б. Галицкий. – М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2006. –118 с.
2. Дубешко, Н.Г. Мониторинговые механизмы управления качеством дошкольного образования : препринт / Н. Г. Дубешко. – Барановичи : Баранов. гос. ун-т, 2017. – 62 с.
3. Захарченя, Н. Ф. Готовность педагогов к проведению экспериментальной деятельности: маркетинговый аспект [Текст] / Н .Ф. Захарченя // Дошкольное образование: опыт, проблемы, перспективы : сборник материалов IX междунар. науч.-практ. семинара, 23 марта 2018 г., Барановичи, Респ. Беларусь / М-во образования Респ. Беларусь, Учреждение образования Барановичский государственный университет ; гл. ред. Н. Г. Дубешко, отв. ред. Н. Ф. Захарченя [и др.] / Н. Ф. Захарченя. – Барановичи : Феникс, 2018. – С. 219-221.
4. Положение о студенческом бизнес-инкубаторе в учреждении образования «Барановичский государственный университет» [Электронный ресурс] // Бизнес-инкубатор БАРГУ : офиц. сайт. – Режим доступа: <http://incubator.barsu.by/>. – 01.10.2018.