



Министерство образования Республики Беларусь  
Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка

**II Международный педагогический форум  
«ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В ЦЕЛЯХ  
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА»,**  
посвященный 105-летию учреждения образования  
«Белорусский государственный педагогический университет  
имени Максима Танка»

## **ИСКУССТВО И ЛИЧНОСТЬ**

Материалы VI Международной научно-практической конференции  
12–13 ноября 2019 года

## **МАСТАЦТВА І АСОБА**

Матэрыялы VI Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі  
12–13 лістапада 2019 года

## **ART AND PERSON**

The materials of VI International scientific-practical conference  
12–13 November 2019 year

Минск  
БГПУ  
2019

УДК 7.01  
ББК 85  
И86

Печатается по решению редакционно-издательского совета БГПУ

**Р е д к о л л е г и я :**

И. И. Рыжикова (отв. ред.), Ю. Ю. Захарина, А. Б. Нижникова,  
О. А. Коврик, Т. П. Королева, Н. В. Бычкова, С. В. Мациевская,  
И. Ф. Чернявская, А. И. Ковалев, Н. Г. Мазурина, Л. А. Шкор,  
М. Ю. Приимова, М. А. Шатарова

**Искусство и личность = Мастацтва і асоба = Art and Person : материалы**  
И86 VI Междунар. науч.-практ. конф., г. Минск, 12–13 ноября 2019 г. / Бел. гос. пед.  
ун-т им. Максима Танка; редкол. И. И. Рыжикова (отв. ред.) [и др.]. – Минск :  
БГПУ, 2019. – 400 с.  
ISBN 978-985-541-714-0.

В сборнике, составленном из статей участников конференции, представляющих Международную Ассоциацию профессоров славянских стран, Межрегиональную просветительскую общественную организацию «Объединение православных ученых», Софийский университет имени св. Климента Охридского, Мордовский государственный педагогический институт имени М. Е. Евсевьева, Таганрогский институт имени А. П. Чехова (филиал) Ростовского государственного экономического университета, Высшую школу народных искусств (академию), Каршинский государственный университет, Хэнаньскую академию искусств, Аньянский педагогический университет, Лоянский педагогический университет и другие учреждения образования и культуры, рассматриваются актуальные проблемы художественно-эстетического образования в условиях реализации целей устойчивого развития, важные аспекты теории и методологии исследования проблем художественного и художественно-педагогического образования, проблемы изучения и преподавания искусства в школе и учреждениях дополнительного образования.

Адресуется ученым в области гуманитарных наук, педагогам, работникам культуры, аспирантам, магистрантам и студентам высших учебных заведений, всем, кого интересуют вопросы художественно-эстетического образования.

УДК 7.01  
ББК 85

ISBN 978-985-541-714-0

© Оформление. БГПУ, 2019

*Аннотация.* В статье рассматриваются вопросы влияния компьютерных технологий как на человеческую деятельность, так и на образовательный маркетинг в целом.

79

*Annotation.* The article discusses the impact of computer technology on both human activity and educational marketing in general

*Ключевые слова:* Компьютерные технологии, образовательный маркетинг, информатизация

*Key words:* Computer technologies, educational marketing, informatization

Для Республики Беларусь наступает качественно новый период развития – инновационный, он требует формирования новой парадигмы становления экономики – социэкономике, – в которой человеку необходимо стать не только главным приоритетом, но и главным аспектом развития государства.

На сегодняшний день компьютерные технологии играют значительную роль практически во всех областях человеческой деятельности. Компьютер сегодня уже не является инструментом узких специалистов (программистов), а превратился в помощника широкого круга пользователей-непрофессионалов. Использование компьютера в сфере образования позволяет педагогу решать задачи подготовки и демонстрации учебного материала для проведения занятия (урока), разнообразить формы и методы учебной деятельности средствами компьютерной графики [2, с. 55].

Качественное образование может быть достигнуто путем внедрения современных интерактивных компьютерных технологий, содержательного и структурного обновления, а также в условиях открытости и доступности источников информации. Глобальная информационная сеть с ее масштабным контентом и уникальным инструментарием его обработки является эффективным средством обеспечения таких условий.

Необходимо осознать, что сегодня успехи в компьютеризации образовательного процесса в учреждении образования есть один из показателей высокого уровня развития его научного и учебно-методического потенциалов. Достижения в технологической оснащенности любого учебного заведения на базе широкого использования средств ИКТ свидетельствуют и об его экономической конкурентоспособности, поскольку являются показателем успешной интеграции в консорциуме учреждений образования, включенных в процессы разработки учебных ресурсов нового поколения и предоставления населению на этой основе различных образовательных услуг [1].

Перед учреждением образования стоят задачи, связанные с поиском эффективных путей взаимодействия с рынком, что во многом зависит от философии организации, ее макро- и микросреды, а также от характеристик выстроенной системы управления: гибкости, адаптивности и внедрения в практику управленческой деятельности инновационных подходов в области менеджмента и маркетинга, в частности образовательного маркетинга как вида маркетинга взаимоотношений.

Образовательный маркетинг – это создание, внедрение и оценка образовательных программ для формирования отношений обмена между учебным заведением и ее клиентами (учащимися) и выполнения главных образовательных и стратегических задач

Эффективный образовательный маркетинг требует активного вовлечения потребителей в процесс выбора будущей специальности, сроков, места и формы обучения, источников финансирования, а также выбор дальнейшего развития (следующая ступень образования или место работы) [3].

При изучении особенностей использования компьютеров для решения задач маркетинга можно рассматривать два аспекта проблемы. Во-первых, это повсеместное внедрение компьютеров и соответствующих программных продуктов во все этапы маркетинговой деятельности, что позволяет в ряде случаев улучшить результаты этой деятельности, модернизировать технологии маркетинга, разработать оригинальный дизайн рекламной продукции, повысить качество работы. И, во-вторых, это активное использование сетевых технологий, прежде всего сети Internet, которое позволяет значительно развить и дополнить положения классического маркетинга.

Внедрение компьютерных технологий в образовательный маркетинг позволит предоставить потребителю (обучающемуся) качественный продукт не только в виде рекламы самого учебного заведения, но и реализации новых современных образовательных программ, путем оснащения учебных аудиторий современной техникой и разработки соответствующих образовательных продуктов: электронные учебно-методические комплексы, разноуровневые интерактивные задания и т. д.

Таким образом, компьютерные технологии обладают существенными возможностями при разработке и осуществлении рекламной политики современного учреждения образования. Они служат инструментом, который дает возможность систематизировать, обобщить, представить рекламную информацию, произвести исследования новых образовательных услуг и востребованности их на рынке, провести эффективные маркетинговые мероприятия, изучить технологии организации взаимодействия с потребителями услуг образования и многое другое.

*Литература*

1. Колесников А. К. Информационные компьютерные технологии в образовании / А. К. Колесников, Е. В. Осленникова // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия: Информационные компьютерные технологии в образовании [Электронный ресурс]. – 2005. – № 1. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-kompyuternye-tehnologii-v-obrazovanii>. – Дата доступа : 14.10.2019.
2. Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р. Б. Ноздрева, Г. Д. Крылова, М. И. Соколова, В. Ю. Гречков. – М. : Юристъ, 2000. – 568 с.
3. Научный словарь-справочник по техническим и гуманитарным дисциплинам [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [https://spravochnick.ru/marketing/obrazovatelnyy\\_marketing/](https://spravochnick.ru/marketing/obrazovatelnyy_marketing/). – Дата доступа : 05.10.2019.