Учреждение образования
«Белорусский государственный педагогический университет
имени Максима Танка»

Факультет физического воспитания

Кафедра спортивно-педагогических дисциплин
(Регистр. № 4.11.33-02/ЭТ 2025)

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой

А.Р. Борисевич

23 апреля 2025 г.

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета

К.Ю. Романов

30 апреля 2025 г.

ИНТЕРАКТИВНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
для углубленного высшего образования (магистратура)

ПСИХОЛОГИЯ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В СПОРТЕ И ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

для специальности:

7-06-1012-01 Физическая культура и спорт
Профилизация: Психология спорта

Составители:
А.Р. Борисевич, заведующий кафедрой спортивно-педагогических дисциплин, кандидат педагогических наук, доцент;
О.В. Вертейко, заместитель декана по учебной работе факультета физического воспитания;
О.В.Хижевский, профессор кафедры спортивно-педагогических дисциплин, кандидат педагогических наук, профессор

Рассмотрен и утвержден на заседании Совета БГПУ «29» мая 2025 г., протокол № 9

Учреждение образования
«Белорусский государственный педагогический университет
имени Максима Танка»

Факультет физического воспитания

Кафедра спортивно-педагогических дисциплин
(Регистр. № _____)

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой

_____ А.Р. Борисевич

23 апреля 2025 г.

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета

_____К.Ю. Романов

30 апреля 2025 г.

ИНТЕРАКТИВНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
для углубленного высшего образования (магистратура)

ПСИХОЛОГИЯ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В СПОРТЕ И ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

для специальности:

7-06-1012-01 Физическая культура и спорт
Профилизация: Психология спорта

Составители:
А.Р. Борисевич, заведующий кафедрой спортивно-педагогических дисциплин, кандидат педагогических наук, доцент;
О.В. Вертейко, заместитель декана по учебной работе факультета физического воспитания;
О.В.Хижевский, профессор кафедры спортивно-педагогических дисциплин, кандидат педагогических наук, профессор

Рассмотрен и утвержден на заседании Совета БГПУ «29» мая 2025 г., протокол № 9

Оглавление

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА 6
1.1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЭЛЕКТРОННОГО УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА 6
1.2 ДИДАКТИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 9
2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ 12
Раздел 1. Психология менеджмента в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности 12
Тема 1.1. Менеджмент как управленческая деятельность руководителя и предпринимателя 12
Тема 1.2. Психологические качества руководителя, способствующие достижению результатов в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности 13
Тема 1.3. Физкультурно-спортивные организации как источник управленческой деятельности 13
Тема 1.4. Менеджмент в спорте и физкультурно-оздоровительной работе как особый вид психологической деятельности 14
Тема 1.5. Психологические особенности процесса принятия решений в менеджменте спорта и физкультурно-оздоровительной деятельности 15
Тема 1.6. Открытие нового предприятия в области физической культуры, спорта и туризма 16
Раздел 2. Психология маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности 16
Тема 2.1. Концепция маркетинга в физкультурно-спортивной деятельности на основе учета психологических характеристик 16
Тема 2.2. Покупательское поведение потребителей на рынке физкультурно-спортивных услуг 17
Тема 2.3. Физкультурно-спортивные услуги в системе маркетинга 18
Тема 2.4. Качество физкультурно-спортивных услуг в маркетинговой деятельности 18
Тема 2.5. Конкуренция и конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг как маркетинговая стратегия 18
Тема 2.6. Сегментирование рынка физкультурно-спортивных услуг 19
Тема 2.7. Ценообразование в системе маркетинга физкультурно-спортивных услуг 19
Тема 2.8. Маркетинговые коммуникации как форма психологического взаимодействия с участниками физкультурно-спортивной деятельности 19
3 ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ 21
3.1 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ 21
Раздел 1. Психология менеджмента в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности 21
Тема 1.1. Менеджмент как управленческая деятельность руководителя и предпринимателя 21

Тема 1.2. Психологические качества руководителя, способствующие достижению результатов в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности 22
Тема 1.3. Физкультурно-спортивные организации как источник управленческой деятельности 23
Тема 1.4. Менеджмент в спорте и физкультурно-оздоровительной работе как особый вид психологической деятельности 23
Тема 1.5. Психологические особенности процесса принятия решений в менеджменте спорта и физкультурно-оздоровительной деятельности 24
Тема 1.6. Открытие нового предприятия в области физической культуры, спорта и туризма 25
Раздел 2. Психология маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности 25
Тема 2.1. Концепция маркетинга в физкультурно-спортивной деятельности на основе учета психологических характеристик 26
Тема 2.2. Покупательское поведение потребителей на рынке физкультурно-спортивных услуг 26
Тема 2.3. Физкультурно-спортивные услуги в системе маркетинга 27
Тема 2.4. Качество физкультурно-спортивных услуг в маркетинговой деятельности 27
Тема 2.5. Конкуренция и конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг как маркетинговая стратегия 28
Тема 2.6. Сегментирование рынка физкультурно-спортивных услуг 28
Тема 2.7. Ценообразование в системе маркетинга физкультурно-спортивных услуг 28
Тема 2.8. Маркетинговые коммуникации как форма психологического взаимодействия с участниками физкультурно-спортивной деятельности 28
4 РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ 30
4.1 КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ И ТЕСТИРОВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ 30
4.2. Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Психология менеджмента и маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности» 37
4.3. Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студента магистратуры по учебной дисциплине 41
4.4. Требования к выполнению самостоятельной работы магистрантов 43
4.5. Характеристика инновационных подходов к преподаванию учебной дисциплины 47
4.6. Рекомендации по контролю качества усвоения знаний 48
5 ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ 49
5.1 УЧЕБНО-ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 49
5.2. Информационно-методическая часть 50
5.3 REGULATORY AND LEGAL DOCUMENTATION // НОРМАТИВНАЯ ПРАВОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ 53
5.3.1 LEGISLATIVE AND REGULATORY DOCUMENTS IN THE FIELD OF EDUCATION AND YOUTH POLICY // ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ И НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ В ОБЛАСТИ ОБРАЗОВАНИЯ, МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ, ... 53

THE LAW OF THE REPUBLIC OF BELARUS "ON THE FUNDAMENTALS OF STATE YOUTH POLICY"
Закон Республики Беларусь «Об основах государственной молодежной политики» .53

The Education Code of the Republic of Belarus // Кодекс Республики Беларусь об образовании 71

Resolution of the Council of Ministers of the Republic of Belarus "On the Concept of Development of the Education System of the Republic of Belarus until 2030" // Постановление Совета министров Республики Беларусь «О Концепции развития системы образования Республики Беларусь до 2030 года».....71

5.4 **Словарь основных терминов и понятий по педагогике и психологии** // Dictionary of basic terms and concepts in pedagogy and psychology 73

6. Литература для самообразования // Literature for self-education.....176

7. Словарь спортивной психологии // Dictionary of Sports Psychology 200

8. Авторская методическая разработка «Известные ученые в области педагогики и психологии: направления деятельности, основные труды» (А.Р.Борисевич): в помощь начинающему исследователю, молодому ученому, педагогу.....227

9. Словарь по менеджменту и маркетингу в профессиональной деятельности 306

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЭЛЕКТРОННОГО УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

В интерактивном электронном учебно-методическом комплексе (ИЭУМК) по учебной дисциплине для углубленного высшего образования (магистратура) «Психология менеджмента и маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности» по специальности *7-06-1012-01 Физическая культура и спорт Профилизаия: Психология спорта* объединены важнейшие структурные элементы научно-методического обеспечения данного предмета.

Учебная программа по учебной дисциплине «Психология менеджмента и маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности» разработана в соответствии с образовательным стандартом Республики Беларусь углубленного высшего образования и учебным планом.

Данная программа сочетает компетентностный подход в обучении с использованием современных инновационных психолого-педагогических технологий. Особое внимание уделяется формированию у студентов практических навыков и умений, отвечающих задачам профессиональной подготовки и дальнейшей педагогической деятельности, развитие предпринимательского и управленческого потенциала будущего специалиста на основе знаний психологического характера.

Учебной программой предусмотрено последовательное изучение содержания дисциплины по разделам, содержащим учебный материал в системе знаний в сфере психологии менеджмента и маркетинга, экономики инноваций как на макроуровне (теория менеджмента, теория маркетинга, концепция управленческой деятельности, общая характеристика инноваций), так и на микроуровне (ключевые факторы осуществления маркетинговых исследований, создание и развитие современной, физкультурно-оздоровительной организации или инновационной компании,

выбор стратегии психологического взаимодействия в сфере спорта и физкультурно-оздоровительной деятельности).

Цель преподавания учебной дисциплины: формирование у студентов знаний, практических умений и навыков для эффективного применения полученных знаний по проблеме психологии менеджмента и маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

– освоить основы теории менеджмента и маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности;

– приобрести навыки выбора психологической стратегии в различных видах деятельности в сфере спорта и физкультурно-оздоровительной деятельности;

– овладеть методикой создания и развития физкультурно-оздоровительной организации и инновационной компании.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста соответствующего профиля, связи с другими учебными дисциплинами

Преподавание и успешное изучение учебной дисциплины «Психология менеджмента и маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности» осуществляется на базе приобретенных студентами знаний и умений по разделам следующих учебных дисциплин: психологическая диагностика и комплексный психологический контроль в спорте; нормативное правовое обеспечение деятельности спортивного психолога.

Отбор содержания курса производился с использованием следующих критериев: актуальности, фундаментальности, компетентности.

Дисциплина Психология менеджмента и маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности» позволяет реализовать такие формы организации занятий как лекция, практическое занятие, деловая игра, тренинг.

Изучение учебной дисциплины «Психология менеджмента и маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности» должно обеспечить формирование у магистрантов специализированной компетенции.

Требования к компетенциям

Студент должен:

СК 7 Применять теоретические знания менеджмента и маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины «Психология менеджмента и маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности» магистрант должен *знать:*

- вопросы истории, становления и развития современных психологических направлений инноваций и предпринимательства,
- теория менеджмента, теория маркетинга, концепция управленческой деятельности, общая характеристика инноваций;
- функции в деятельности спортивного менеджера;

уметь:

- выделять ключевые виды психологической деятельности в менеджменте и маркетинге спорта и физкультурно-оздоровительной организации,
- осуществлять выбор психологической стратегии управления в спорте и физкультурно-оздоровительной организации.

владеть:

- способностями руководителя эффективно управлять физкультурно-спортивной организацией,
- алгоритмом создания и развития физкультурно-спортивной организации,
- психологическими особенностями принятия управленческих решений в спорте и физкультурно-спортивной организации.

1.2 ДИДАКТИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(выписка из образовательного стандарта)

Образовательный стандарт Республики Беларусь об углубленном высшем образовании устанавливает цели и задачи профессиональной деятельности специалиста, требования к уровню подготовки выпускника магистратуры, содержанию образовательной программы и ее реализации, обеспечению образовательного процесса и итоговой государственной аттестации выпускника.

Основными терминами и понятиями (дидактические единицы учебной дисциплины) образовательного стандарта Республики Беларусь выступают:

Дидактическая единица – автономная часть содержания учебной дисциплины, выраженная в названиях тем, разделов или модулей.

Курс лекций – учебно-теоретическое издание (совокупность отдельных лекций), полностью освещающее содержание учебной дисциплины.

Результаты обучения – знания, умения и навыки (опыт), которые магистрант, слушатель (далее – магистрант) может продемонстрировать по завершении изучения конкретной учебной дисциплины либо модуля;

Самостоятельная работа обучающихся (студентов) – разнообразные виды индивидуальной и коллективной учебной деятельности обучающихся (студентов) на аудиторных и внеаудиторных занятиях по выполнению различных заданий при непосредственном или опосредованном руководстве преподавателя.

Специализированные компетенции – компетенции, формируемые в соответствии с требованиями к выпускнику магистратуры и отражающие его способность решать специализированные инновационные задачи профессиональной деятельности с учетом профилизации образовательной программы магистратуры по специальности в учреждении высшего образования;

Специальность – комплекс или последовательность видов образовательной деятельности, спланированной и организованной для достижения целей обучения

в течение непрерывного (продолжительного) периода времени и включения выпускника учреждения образования в определенные виды экономической деятельности на основе полученной квалификации (ОКРБ 011-2022);

Углубленные профессиональные компетенции (далее – УПК) – компетенции, формируемые в соответствии с требованиями к выпускнику магистратуры и отражающие его способность решать инновационные задачи профессиональной деятельности в соответствии с полученной специальностью;

Универсальные компетенции (далее – УК) – компетенции, формируемые в соответствии с требованиями к выпускнику магистратуры и отражающие его способность применять углубленные научно-теоретические, методологические знания и исследовательские умения, а также социально-личностные качества, соответствующие запросам государства и общества.

Учебная программа дисциплины – учебно-методический документ учреждения высшего образования, определяющий цели и содержание теоретической и практической подготовки специалиста по учебной дисциплине, входящей в учебный план специальности, раскрывающие основные методические подходы преподавания дисциплины.

Учебник – учебное издание, содержащее систематическое изложение учебной дисциплины или ее части, раздела, соответствующее учебной программе и официально утвержденное в качестве данного вида издания.

Учебно-методический комплекс дисциплины – открытая система целесообразно отобранных дидактических средств эффективного управления и самоуправления, стимулирования и поддержки, контроля и самоконтроля различных видов учебной деятельности обучающихся.

Учебное пособие – учебное издание, которое дополняет или частично (либо полностью) заменяет учебник. Основные разновидности учебных пособий: учебные пособия по части курса (частично освещающие курс); лекции (курс лекций, конспект лекций); учебные пособия для лабораторно-практических занятий.

Учебно-методическое пособие – учебное издание, которое содержит

материалы по методике преподавания учебной дисциплины (ее раздела, части) или по методике воспитания. Учебно-методическое пособие создается с целью сопровождения образовательного процесса, может частично или полностью охватывать содержание дисциплины.

Электронный (мультимедийный) УМК – самостоятельное гипертекстовое интерактивное электронное учебное пособие комплексного назначения, которое обеспечивает непрерывность и полноту дидактического цикла процесса обучения и содержит организационные и систематизированные теоретические, практические, контролирующие материалы с использованием мультимедиа технологий.

2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1 СТРУКТУРА И КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Психология менеджмента в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности

Тема 1.1. Менеджмент как управленческая деятельность руководителя и предпринимателя

Сущность понятий «руководитель», «предприниматель», руководитель как личность в истории и развитии экономики в сфере физической культуры, спорта и туризма, виды предпринимателя: предприниматель как лицо, принимающее риски: Ричард Кантильон (Richard Cantillon, 1680-1734 гг.); предприниматель как ключевой фактор экономического развития: Жан-Батист Сэй (Jean-Baptiste Say, 1767-1832 гг.); предприниматель как руководитель, инноватор и двигатель перемен: Йозеф Шумпетер (Joseph Shumpeter, 1883-1950 гг.); предприниматель на основе личностных качеств и особенностей характера (целеустремленность, воля к победе и др.), предприниматель на основе внешнего окружения (образование, социальные связи, управленческий опыт и др.); руководитель как лидер и управленец; руководитель в сфере искусства, в сфере физической культуры, спорта и туризма; **социальные предприниматели (social entrepreneurs)** принимают участие в решении социальных проблем и добиваются влияния в обществе, расширяя права и возможности людей, групп и сообществ; **виртуальный предприниматель в сфере физической культуры, спорта и туризма (Digitalentrepreneur in the arts)** использование потенциала новых технологий и онлайн-инструментария для поиска и реализации возможностей на международном уровне, создания нового бизнеса, распространения информации, реализации товаров и услуг через интернет и/или для сотрудничества с клиентами и партнерами.

Тема 1.2. Психологические качества руководителя, способствующие достижению результатов в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности

Руководитель как *лидер* - наиболее авторитетная личность в данном социальном сообществе, играющая центральную роль в организации совместной деятельности и регулировании взаимоотношений в группе.

Интеллектуальные способности руководителя: развитое логическое мышление, проницательность, оригинальность мышления, любопытство, способность усваивать новые знания и навыки, интуиция, образованность.

Черты характера личности руководителя: инициативность, гибкость, склонность к творчеству, смелость, уверенность в себе, уравновешенность, самостоятельность, амбициозность, адекватность самооценки, обязательность, ответственность, энергичность, надежность, властность, работоспособность, независимость.

Приобретенные умения руководителя: умение заручаться поддержкой, умение сотрудничать, умение завоевывать популярность и престиж, умение выражать мысли, такт и дипломатичность, умение брать на себя риск и ответственность, умение организовывать других людей, умение убеждать, умение понимать юмор, умение разбираться в людях.

Личностные качества, препятствующие успеху в бизнесе и достижению результатов в спорте: качества, которые противопоказаны руководителю и предпринимателю, являются эмоциональная неуравновешенность, ленивость, пассивность, внушаемость, поддатливость, слабость воли.

Способности руководителя эффективно управлять физкультурно-спортивной организацией.

Тема 1.3. Физкультурно-спортивные организации как источник управленческой деятельности

Общая характеристика физкультурно-спортивной организации. Виды организаций и их структура.

Основные организации физической культуры и спорта по классификатору: разнообразные физкультурно-спортивные сооружения: стадионы, дворцы спорта, спортивные залы, бассейны, спортивные клубы. К физкультурным организациям относят также физкультурно-оздоровительные комплексы, различные типы спортивных школ, учебно-тренировочные центры и базы и др.

Классификация физкультурно-спортивных организаций по признакам: форма собственности; организационно-правовая форма; целевое назначение; уровень иерархического управления; по структуре управления на уровне разделения труда.

Управление внутренней средой организации. Внешняя среда организации и ее характеристики.

Тема 1.4. Менеджмент в спорте и физкультурно-оздоровительной работе как особый вид психологической деятельности

Функции в деятельности спортивного менеджера: работа в органах управления олимпийским движением на различных уровнях; управление спортивными мероприятиями: чемпионат города, области, республики, Чемпионаты мира и Европы, Олимпийские игры; управление собственными спортивными бизнес-проектами, коммерческими турнирами, спортивными фестивалями, массовыми соревнованиями; организация команды, подбор персонала и атлетов, разработка билетных программ и различных стратегий для организации, работа с болельщиками и со стейкхолдерами во внешней среде.

Социально-психологические функции руководства: снижение у подчиненных неудовлетворенности трудом и различными элементами

производственной ситуации (условиями труда, заработной платой и др.); регулирование межличностных отношений подчиненных и разрешение конфликтов между ними; снижение психологической напряженности в отношениях с подчиненными и между подчиненными; отстаивание законных интересов своих подчиненных; стремление к сохранению постоянного состава подчиненных, управление текучестью рабочих кадров; обеспечивание профессионального совершенствования и роста психологического комфорта подчиненных; воспитательная и идеологическая работа с подчиненными как часть психологической сопровождающей деятельности руководителя. Стили руководства в физкультурно-спортивной организации.

Развитие коммуникативных способностей менеджера в области спорта и физкультурно-оздоровительной деятельности.

Тема 1.5. Психологические особенности процесса принятия решений в менеджменте спорта и физкультурно-оздоровительной деятельности

Постановка проблемы, формулирование цели, поиск альтернативы и принятие решения.

Психологические особенности принятия управленческих решений: сознательная целенаправленная деятельность, осуществляемая руководителем (менеджером); поведение руководителя, основанное на фактах и ценностных ориентациях; взаимодействия членов организации; выбор альтернативных вариантов в рамках социального, психологического и экономического состояния организационной среды. Принятие решения как вид мыслительной деятельности и проявление воли личности руководителя.

Требования, предъявляемые к управленческим решениям. Этапы разработки рационального управленческого решения.

Инновационная деятельность руководителя в сфере физической культуры, спорта и туризма должна осуществляться в нескольких

направлениях: совершенствование материально-технической базы отрасли; инновации теории методологии спортивной тренировки; повышение профессионализма и мастерства кадров, работающих в области физической культуры, спорта и туризма.

Тема 1.6. Открытие нового предприятия в области физической культуры, спорта и туризма

Технология создания физкультурно-спортивной организации. Создание и разработка бизнес-плана.

Рынок фитнес-услуг: открытие тренажерного зала. Туристический рынок: открытие частного унитарного предприятия. Конкурентность на рынке услуг в области физической культуры, спорта и туризма.

Планирование и расчет суммарной выручки за год. Расчет рабочего времени. Общая численность работников инновационного предприятия.

Расчет рентабельности инновационного проекта.

Индивидуальное предпринимательство. Алгоритм открытия индивидуального предпринимательства.

Контроль за деятельностью физкультурно-спортивной организации.

Раздел 2. Психология маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности

Тема 2.1. Концепция маркетинга в физкультурно-спортивной деятельности на основе учета психологических характеристик

Объекты маркетинга в сфере физической культуры и спорта. Персоналии и спортивные команды как объекты, учет их психологических

характеристик и коммуникативных составляющих предпринимательской деятельности.

Субъекты маркетинговых отношений в физической культуре и спорте как сфере услуг и их основные функции. Функция убеждения и стимулирования как психологическая функция маркетинга.

Психологические принципы маркетинга и управления маркетинговой деятельностью в отрасли физической культуры и спорта: принцип суверенитета потребителя физкультурно-оздоровительных услуг, принцип сочетания адаптивности с воздействием на потребителя; принцип социальной ориентации

Тема 2.2. Покупательское поведение потребителей на рынке физкультурно-спортивных услуг

Потребность и спрос как исходные компоненты маркетинговой деятельности. Потребность как психологический компонент в структуре личности потребителя на основе ощущения психологического или физиологического недостатка. Типология и классификация потребностей в маркетинге. Типология и основные характеристики покупателей физкультурно-спортивных услуг.

Факторы, влияющие на покупательское поведение потребителей физкультурно-спортивных услуг.

Процесс психологического выбора и принятия решения о покупке физкультурно-спортивных услуг.

Модели покупательского поведения на рынке физкультурно-спортивных услуг.

Влияние уровня удовлетворенности клиентов физкультурно-спортивных организаций на их покупательское поведение.

Тема 2.3. Физкультурно-спортивные услуги в системе маркетинга

Понятие и отличительные маркетинговые характеристики физкультурно-спортивных услуг.

Физкультурно-спортивные услуги как товар. Компоненты физкультурно-спортивной услуги. Коммерческие характеристика физкультурно-спортивных услуг. Классификация физкультурно-спортивных услуг в маркетинге.

Модель физкультурно-спортивной услуги, разработанная на основе требований потребителей.

Жизненный цикл физкультурно-спортивной услуги, его классические стадии. Маркетинговая стратегия и тактика на разных стадиях жизненного цикла физкультурно-спортивной услуги.

Рыночное позиционирование физкультурно-спортивных услуг.

Тема 2.4. Качество физкультурно-спортивных услуг в маркетинговой деятельности

Основные показатели качества услуг физкультурно-спортивных организаций. Маркетинговая деятельность по обеспечению качества.

Методика оценки качества физкультурно-спортивных услуг.

Качество и сертификация услуг.

Тема 2.5. Конкуренция и конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг как маркетинговая стратегия

Понятие и виды конкуренции на рынке физкультурно-спортивных услуг. Факторы конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг и организаций. Конкурентные стратегии физкультурно-спортивных организаций.

Тема 2.6. Сегментирование рынка физкультурно-спортивных услуг

Сущность и основные процедуры сегментации рынка. Сегментация рынка физкультурно-спортивных услуг по типам потребителей. Сегментация рынка по параметрам физкультурно-спортивных услуг.

Тема 2.7. Ценообразование в системе маркетинга физкультурно-спортивных услуг

Понятие о цене, функции, маркетинговое значение. Ценовые проблемные ракурсы рынка услуг отрасли физической культуры и спорта, основные подходы и стереотипы. Ценовая политика в маркетинге физкультурно-оздоровительных услуг. Факторы, влияющие на ценообразование, в том числе, с учетом психологии потребителя.

Методы и процедуры формирования базовой цены на физкультурно-спортивные услуги.

Методы адаптации цен на физкультурно-спортивные услуги к условиям рынка

Тема 2.8. Маркетинговые коммуникации как форма психологического взаимодействия с участниками физкультурно-спортивной деятельности

Коммуникации: понятие, генезис, основные функции. Средства и особенности маркетинговых коммуникаций на основе психологического взаимодействия с потребителем.

Коммуникативные модели в маркетинге. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Пропаганда в системе маркетинга и поведенческие реакции потребителей. Персональные продажи в системе

маркетинговых коммуникаций как вид психологической поддержки и стимулирования потребителя.

3 ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

3.1 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Психология менеджмента в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности

Тема 1.1. Менеджмент как управленческая деятельность руководителя и предпринимателя

Сущность понятий «руководитель», «предприниматель», руководитель как личность в истории и развитии экономики в сфере физической культуры, спорта и туризма, виды предпринимателя: предприниматель как лицо, принимающее риски: Ричард Кантильон (Richard Cantillon, 1680-1734 гг.); предприниматель как ключевой фактор экономического развития: Жан-Батист Сэй (Jean-Baptiste Say, 1767-1832 гг.); предприниматель как руководитель, инноватор и двигатель перемен: Йозеф Шумпетер (Joseph Shumpeter, 1883-1950 гг.); предприниматель на основе личностных качеств и особенностей характера (целеустремленность, воля к победе и др.), предприниматель на основе внешнего окружения (образование, социальные связи, управленческий опыт и др.); руководитель как лидер и управленец; руководитель в сфере искусства, в сфере физической культуры, спорта и туризма; **социальные предприниматели (social entrepreneurs)** принимают участие в решении социальных проблем и добиваются влияния в обществе, расширяя права и возможности людей, групп и сообществ; **виртуальный предприниматель в сфере физической культуры, спорта и туризма (Digitalentrepreneur in the arts)** использование потенциала новых технологий и онлайн-инструментария для поиска и реализации возможностей на международном уровне, создания

нового бизнеса, распространения информации, реализации товаров и услуг через интернет и/или для сотрудничества с клиентами и партнерами.

Тема 1.2. Психологические качества руководителя, способствующие достижению результатов в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности

Руководитель как *лидер* - наиболее авторитетная личность в данном социальном сообществе, играющая центральную роль в организации совместной деятельности и регулировании взаимоотношений в группе.

Интеллектуальные способности руководителя: развитое логическое мышление, проницательность, оригинальность мышления, любопытство, способность усваивать новые знания и навыки, интуиция, образованность.

Черты характера личности руководителя: инициативность, гибкость, склонность к творчеству, смелость, уверенность в себе, уравновешенность, самостоятельность, амбициозность, адекватность самооценки, обязательность, ответственность, энергичность, надежность, властность, работоспособность, независимость.

Приобретенные умения руководителя: умение заручаться поддержкой, умение сотрудничать, умение завоевывать популярность и престиж, умение выражать мысли, такт и дипломатичность, умение брать на себя риск и ответственность, умение организовывать других людей, умение убеждать, умение понимать юмор, умение разбираться в людях.

Личностные качества, препятствующие успеху в бизнесе и достижению результатов в спорте: качества, которые противопоказаны руководителю и предпринимателю, являются эмоциональная неуравновешенность, ленивость, пассивность, внушаемость, поддатливость, слабость воли.

Способности руководителя эффективно управлять физкультурно-спортивной организацией.

Тема 1.3. Физкультурно-спортивные организации как источник управленческой деятельности

Общая характеристика физкультурно-спортивной организации. Виды организаций и их структура.

Основные организации физической культуры и спорта по классификатору: разнообразные физкультурно-спортивные сооружения: стадионы, дворцы спорта, спортивные залы, бассейны, спортивные клубы. К физкультурным организациям относят также физкультурно-оздоровительные комплексы, различные типы спортивных школ, учебно-тренировочные центры и базы и др.

Классификация физкультурно-спортивных организаций по признакам: форма собственности; организационно-правовая форма; целевое назначение; уровень иерархического управления; по структуре управления на уровне разделения труда.

Управление внутренней средой организации. Внешняя среда организации и ее характеристики.

Тема 1.4. Менеджмент в спорте и физкультурно-оздоровительной работе как особый вид психологической деятельности

Функции в деятельности спортивного менеджера: работа в органах управления олимпийским движением на различных уровнях; управление спортивными мероприятиями: чемпионат города, области, республики, Чемпионаты мира и Европы, Олимпийские игры; управление собственными спортивными бизнес-проектами, коммерческими турнирами, спортивными фестивалями, массовыми соревнованиями; организация команды, подбор персонала и атлетов, разработка билетных программ и различных стратегий

для организации, работа с болельщиками и со стейкхолдерами во внешней среде.

Социально-психологические функции руководства: снижение у подчиненных неудовлетворенности трудом и различными элементами производственной ситуации (условиями труда, заработной платой и др.); регулирование межличностных отношений подчиненных и разрешение конфликтов между ними; снижение психологической напряженности в отношениях с подчиненными и между подчиненными; отстаивание законных интересов своих подчиненных; стремление к сохранению постоянного состава подчиненных, управление текучестью рабочих кадров; обеспечивание профессионального совершенствования и роста психологического комфорта подчиненных; воспитательная и идеологическая работа с подчиненными как часть психологической сопровождающей деятельности руководителя. Стили руководства в физкультурно-спортивной организации.

Развитие коммуникативных способностей менеджера в области спорта и физкультурно-оздоровительной деятельности.

Тема 1.5. Психологические особенности процесса принятия решений в менеджменте спорта и физкультурно-оздоровительной деятельности

Постановка проблемы, формулирование цели, поиск альтернативы и принятие решения.

Психологические особенности принятия управленческих решений: сознательная целенаправленная деятельность, осуществляемая руководителем (менеджером); поведение руководителя, основанное на фактах и ценностных ориентациях; взаимодействия членов организации; выбор альтернативных вариантов в рамках социального, психологического и экономического состояния организационной среды. Принятие решения как вид мыслительной деятельности и проявление воли личности руководителя.

Требования, предъявляемые к управленческим решениям. Этапы разработки рационального управленческого решения.

Инновационная деятельность руководителя в сфере физической культуры, спорта и туризма должна осуществляться в нескольких направлениях: совершенствование материально-технической базы отрасли; инновации теории методологии спортивной тренировки; повышение профессионализма и мастерства кадров, работающих в области физической культуры, спорта и туризма.

Тема 1.6. Открытие нового предприятия в области физической культуры, спорта и туризма

Технология создания физкультурно-спортивной организации. Создание и разработка бизнес-плана.

Рынок фитнес-услуг: открытие тренажерного зала. Туристический рынок: открытие частного унитарного предприятия. Конкурентность на рынке услуг в области физической культуры, спорта и туризма.

Планирование и расчет суммарной выручки за год. Расчет рабочего времени. Общая численность работников инновационного предприятия.

Расчет рентабельности инновационного проекта.

Индивидуальное предпринимательство. Алгоритм открытия индивидуального предпринимательства.

Контроль за деятельностью физкультурно-спортивной организации.

Раздел 2. Психология маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности

Тема 2.1. Концепция маркетинга в физкультурно-спортивной деятельности на основе учета психологических характеристик

Объекты маркетинга в сфере физической культуры и спорта. Персоналии и спортивные команды как объекты, учет их психологических характеристик и коммуникативных составляющих предпринимательской деятельности.

Субъекты маркетинговых отношений в физической культуре и спорте как сфере услуг и их основные функции. Функция убеждения и стимулирования как психологическая функция маркетинга.

Психологические принципы маркетинга и управления маркетинговой деятельностью в отрасли физической культуры и спорта: принцип суверенитета потребителя физкультурно-оздоровительных услуг, принцип сочетания адаптивности с воздействием на потребителя; принцип социальной ориентации

Тема 2.2. Покупательское поведение потребителей на рынке физкультурно-спортивных услуг

Потребность и спрос как исходные компоненты маркетинговой деятельности. Потребность как психологический компонент в структуре личности потребителя на основе ощущения психологического или физиологического недостатка. Типология и классификация потребностей в маркетинге. Типология и основные характеристики покупателей физкультурно-спортивных услуг.

Факторы, влияющие на покупательское поведение потребителей физкультурно-спортивных услуг.

Процесс психологического выбора и принятия решения о покупке физкультурно-спортивных услуг.

Модели покупательского поведения на рынке физкультурно-спортивных услуг.

Влияние уровня удовлетворенности клиентов физкультурно-спортивных организаций на их покупательское поведение.

Тема 2.3. Физкультурно-спортивные услуги в системе маркетинга

Понятие и отличительные маркетинговые характеристики физкультурно-спортивных услуг.

Физкультурно-спортивные услуги как товар. Компоненты физкультурно-спортивной услуги. Коммерческие характеристика физкультурно-спортивных услуг. Классификация физкультурно-спортивных услуг в маркетинге.

Модель физкультурно-спортивной услуги, разработанная на основе требований потребителей.

Жизненный цикл физкультурно-спортивной услуги, его классические стадии. Маркетинговая стратегия и тактика на разных стадиях жизненного цикла физкультурно-спортивной услуги.

Рыночное позиционирование физкультурно-спортивных услуг.

Тема 2.4. Качество физкультурно-спортивных услуг в маркетинговой деятельности

Основные показатели качества услуг физкультурно-спортивных организаций. Маркетинговая деятельность по обеспечению качества.

Методика оценки качества физкультурно-спортивных услуг.

Качество и сертификация услуг.

Тема 2.5. Конкуренция и конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг как маркетинговая стратегия

Понятие и виды конкуренции на рынке физкультурно-спортивных услуг. Факторы конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг и организаций. Конкурентные стратегии физкультурно-спортивных организаций.

Тема 2.6. Сегментирование рынка физкультурно-спортивных услуг

Сущность и основные процедуры сегментации рынка. Сегментация рынка физкультурно-спортивных услуг по типам потребителей. Сегментация рынка по параметрам физкультурно-спортивных услуг.

Тема 2.7. Ценообразование в системе маркетинга физкультурно-спортивных услуг

Понятие о цене, функции, маркетинговое значение. Ценовые проблемные ракурсы рынка услуг отрасли физической культуры и спорта, основные подходы и стереотипы. Ценовая политика в маркетинге физкультурно-оздоровительных услуг. Факторы, влияющие на ценообразование, в том числе, с учетом психологии потребителя.

Методы и процедуры формирования базовой цены на физкультурно-спортивные услуги.

Методы адаптации цен на физкультурно-спортивные услуги к условиям рынка

Тема 2.8. Маркетинговые коммуникации как форма психологического взаимодействия с участниками физкультурно-спортивной деятельности

Коммуникации: понятие, генезис, основные функции. Средства и особенности маркетинговых коммуникаций на основе психологического взаимодействия с потребителем.

Коммуникативные модели в маркетинге. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Пропаганда в системе маркетинга и поведенческие реакции потребителей. Персональные продажи в системе маркетинговых коммуникаций как вид психологической поддержки и стимулирования потребителя.

4 РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

4.1 КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ И ТЕСТИРОВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Десятибалльная шкала

В зависимости от величины балла и отметки включает следующие критерии:

10 (десять) баллов, зачтено:

– систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы;

– точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы;

– безупречное владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

– выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации;

– полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, по изучаемой учебной дисциплине;

– умение свободно ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку, использовать научные достижения других дисциплин;

– творческая самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, активное творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

9 (девять) баллов, зачтено:

– систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы;

– владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач.

– способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку;

– систематическая, активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

8 (восемь) баллов, зачтено:

– систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– . использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы и обобщения;

– владение инструментарием учебной дисциплины (методами комплексного анализа, техникой информационных технологий), умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

– способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку;

– активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, систематическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

7 (семь) баллов, зачтено:

– систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы и обобщения;

– владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

– свободное владение типовыми решениями в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной

учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку;

– самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

6 (шесть) баллов, зачтено:

– достаточно полные и систематизированные знания в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– использование необходимой научной терминологии, грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обобщения и обоснованные выводы;

– владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач;

– способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им сравнительную оценку;

– активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, периодическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

5 (пять) баллов, зачтено:

– достаточные знания в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– использование научной терминологии, грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

– владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач;

– способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им сравнительную оценку;

– самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, фрагментарное участие в групповых обсуждениях, достаточный уровень культуры исполнения заданий.

4 (четыре) балла, зачтено:

– достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования;

– усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– использование научной терминологии, логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок;

– владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении стандартных (типовых) задач;

– умение под руководством преподавателя решать стандартные (типовые) задачи;

– умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им оценку;

– работа под руководством преподавателя на практических, лабораторных занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий.

3 (три) балла, не зачтено:

– недостаточно полный объем знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования;

– знание части основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– использование научной терминологии, изложение ответа на вопросы с существенными, логическими ошибками;

– слабое владение инструментарием учебной дисциплины, некомпетентность в решении стандартных (типовых) задач;

– неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях изучаемой учебной дисциплины;

– пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

– 2 (два) балла, не зачтено:

– фрагментарные знания в рамках образовательного стандарта высшего образования;

– знания отдельных литературных источников, рекомендованных учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

– неумение использовать научную терминологию учебной дисциплины, наличие в ответе грубых, логических ошибок;

– пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

– 1 (один) балл, не зачтено:

– отсутствие знаний и (компетенций) в рамках образовательного стандарта высшего образования, отказ от ответа, неявка на аттестацию без уважительной причины.

ЗАЧЕТНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

Теоретическая подготовка:

-- вопросы истории, становления и развития современных инноваций и предпринимательства,
-- теории инновационного процесса,
-- концепции инновационного развития общества в целом и организации в частности,
-- общую характеристику инноваций.

Практические умения и навыки:

***уметь*:**

-- выделять ключевые факторы осуществления инноваций,
-- осуществлять выбор инновационной стратегии.

владеть:

-- способами разделения предпринимательства на виды деятельности,
-- алгоритмом создания и развития инновационной компании.

4.2. Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Психология менеджмента и маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности»

по специальности *7-06-1012-01 Физическая культура и спорт Профилизаия: Психология спорта*

1. Сущность понятия «предприниматель», предприниматель как личность в истории и развитии экономики в сфере физической культуры, спорта и туризма.
2. Предприниматель как лицо, принимающее риски.
3. Предприниматель как ключевой фактор экономического развития.
4. Предприниматель как инноватор и двигатель перемен.
5. Предприниматель на основе личностных качеств и особенностей характера.
6. Предприниматель на основе внешнего окружения.
7. Предприниматель как лидер и управленец.
8. Предприниматель в сфере физической культуры, спорта и туризма.
9. **Социальные предприниматели.**
10. **Виртуальный предприниматель в сфере физической культуры, спорта и туризма.**
11. Предприниматель как *лидер* - наиболее авторитетная личность в социальном сообществе.
12. Интеллектуальные способности предпринимателя.
13. Черты характера личности предпринимателя.
14. Приобретенные умения предпринимателя.
15. **Личностные качества, препятствующие успеху в бизнесе.**
16. Инновационное предпринимательство как вид коммерческой деятельности.

17. Отличия инновационного предпринимательства от предпринимательства.

18. Осуществление передовых управленческих решений для создания многоуровневой системы подготовки кадров и создания предпосылок для формирования устойчивой системы инновационных разработок внутри предприятий.

19. Реализация основной миссии инновационного предпринимательства – создание нового на постоянной основе.

20. Инновации как сфера деятельности молодого поколения предпринимателей.

21. Зависимость видов инноваций от разных критериев: продуктовые и процессные инновации; систематические и единичные инновации; инновации в коммерческой и социальной среде.

22. Набор критериев, по которым изучают, анализируют инновации, постоянно дополняется новыми признаками.

23. Инновационная деятельность характеризуется определёнными особенностями.

24. Ключевые факторы осуществления инноваций. Длительность. Инновация наиболее длительный из всех процессов.

25. Жизненный цикл инновационного продукта является самым затратным по времени и по ресурсам.

26. Высокая степень неопределённости и риски.

27. Характер инновационного целеполагания.

28. Влияние успешной инновации на структуру, экономику организации.

29. Инновации классифицируют по признакам.

30. Открывающая инновация. Замещающая инновация.

31. Отменяющая инновация. Возвратная инновация.

32. Ретровведение: воспроизводятся старые формы на современной основе.

33. Абсолютная новизна: отсутствуют аналоги предлагаемому новшеству.

34. Относительная новизна: определяется относительно выбранного признака или группы признаков (частной, условной).

35. Стоимостная новизна: затраты, отнесённые к объёму полезной работы, ниже, чем у заменяемой.

36. Целесообразная новизна: лучшие производительные или потребительские свойства.

37. Функции инноваций.

38. Инновационный потенциал организации как мера готовности к реализации проекта или программы инновационных стратегических изменений.

39. Потенциал организации: готовность организации к стабильной производственной деятельности и готовность к инновациям.

40. Инновационный потенциал – основа выбора стратегии развития.

41. Оценка инновационной стратегии организации.

42. Особая роль в инновационной деятельности малых фирм.

43. Создание мелких и средних исследовательских центров в крупных университетах.

44. Парк высоких технологий (ПВТ) – специальный налогово-правовой режим для развития бизнеса информационных технологий (ИТ-бизнеса).

45. Цель технопарков - стимулирование малого инновационного предпринимательства. Список деятельности резидентов Парка.

46. Кроме технопарков существуют бизнес-инкубаторы, цель которых реализация любого прибыльного проекта.

47. Организационно-управленческие преимущества и недостатки малых и крупных фирм в осуществлении нововведений.

48. Результат инноваций для малой инновационной компании: ряд эффектов.

49. Инновационные процессы в спортивных организациях.

50. Основные организации физической культуры и спорта.

51. Услуги материальные и не материальные,

52. Приоритеты развития детско-юношеского спорта: модернизация системы подготовки спортивного резерва.

53. Направления инновационной деятельности в сфере физической культуры, спорта и туризма.

54. Рынок фитнес-услуг: открытие тренажерного зала.

55. Туристический рынок: открытие частного унитарного предприятия.

56. Конкурентность на рынке услуг в области физической культуры, спорта и туризма.

57. Планирование и расчет суммарной выручки за год.

58. Расчет рентабельности инновационного проекта.

59. Индивидуальное предпринимательство.

60. Алгоритм открытия индивидуального предпринимательства.

4.3. Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студента магистратуры по учебной дисциплине

Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; активизации учебно-познавательной деятельности студентов; формирования у студентов умений и навыков самостоятельного приобретения и обобщения знаний; формирование у студентов умений и навыков самостоятельного применения знаний на практике; саморазвитие и самосовершенствование студентов.

Самостоятельная работа заключается в изучении основной и дополнительной литературы, монографий и периодических источников, подготовке сообщений, докладов по вопросам основ предпринимательской деятельности.

Преподаватель отвечает:

за планирование, организацию и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов; доводит до сведения студентов выделенные на самостоятельное изучение темы или разделы дисциплины; разрабатывает задания, подбирает литературные источники; знакомит с требованиями по форме и срокам выполнения задания; проводит установочные занятия, консультации, контрольные мероприятия, собеседования.

Студент должен:

ознакомиться с темой, перечнем заданий (вопросов), подлежащих изучению (выполнению) и планом изложения материала; ознакомиться с требованиями по форме и срокам выполнения задания, формами контроля знаний; изучить рекомендуемые источники литературы, проанализировать, обобщить и законспектировать материал согласно плану (выполнить задание); подготовить и представить выполненную работу (практическое задание и др.), согласно срокам и формам контроля знаний.

Перечень заданий для самостоятельной работы:

подготовка к лекциям и семинарским занятиям;

изучение тем и проблем, не изучаемых на лекции;

подготовка сообщений, тематических докладов;

конспектирование литературных источников по проблеме инновационной предпринимательской деятельности;

подготовка к зачету.

Контроль самостоятельной работы осуществляется в виде:

обсуждения докладов;

оценки устного ответа на вопрос по сообщению или докладу;

проверки конспектов;

индивидуальные беседы.

4.4. Требования к выполнению самостоятельной работы магистрантов

№ п/п	Название темы, раздела	Кол-во часов на СРС	Задание	Форма выполнения
1.	**Раздел 1. Предпринимательство как основа развития общества в XXI веке**	**12**		
2.	Тема 1.1. Предприниматель: сущность понятия и виды	4	Изучить понятие предприниматель как личности в истории и развитии экономики в сфере физической культуры, спорта и туризма.	конспект
3.	Тема 1.2. Личностные качества предпринимателей, способствующие успеху в бизнесе	8	*Рассмотреть сущность и значение лидера* как наиболее авторитетной личности в социальном сообществе, играющей центральную роль в организации совместной деятельности и регулировании взаимоотношений в группе.	устный опрос
4.	**Раздел 2. Инновационное предпринимательство как коммерческая деятельность**	**40**		

5.	Тема2.1. Сущность и значение инновационного предпринимательства	6	Проанализировать инновационную деятельность через осуществление передовых управленческих решений для создания многоуровневой системы подготовки кадров и создания предпосылок для формирования устойчивой системы инновационных разработок внутри предприятий (образовательная деятельность, фискальные меры, стимулирование обмена опытом и т.п.).	конспект
6.	Тема 2.2. Особенности инновационной деятельности	6	Проанализировать положение: «К инновационным процессам неприменимо жёсткое целеполагание. Недостижение первоначально поставленных целей не всегда означает провал инновационного проекта, а их достижение ещё не равносильно коммерческому успеху» Дайте собственную оценку.	Устная беседа
7.	Тема 2.3. Виды инноваций по признакам	6	Изучить материал по абсолютной новизне инноваций: отсутствие аналогов предлагаемому новшеству	конспект

8.	Тема 2.4. Социально-экономические функции инновационной деятельности	6	Проанализировать функцию инноваций: способствование поддержанию пропорций между спросом и предложением, между производством и потреблением.	Устная беседа
9.	Тема 2.5. Инновационный потенциал организации	6	Рассмотреть виды инновационной стратегии: адаптационный, оборонительный, пассивный; творческий, наступательный, активный.	конспект
10.	Тема 2.6. Инновационная деятельность малых фирм	6	Сравнить две позиции: технопарки и бизнес-инкубаторы, цель которых реализация любого прибыльного проекта.	устный опрос
11.	Тема 2.7. Эффекты инноваций для малой инновационной компании	4	Рассмотреть расширение экспорта продукции, вытеснение с внутреннего рынка импортных продуктов-заменителей.	устный опрос
12.	**Раздел 3. Инновационные процессы в организациях в области физической культуры, спорта и туризма**	**4**		
13.	Тема 3.1. Специфика инновационных проектов в области физической культуры, спорта и туризма	4	Аргументировать, что основу инновационной деятельности в сфере физической культуры, спорта и туризма составляют: новшества, нововведения, инновации	устный опрос

4.5. Характеристика инновационных подходов к преподаванию учебной дисциплины

Основными методами и технологиями обучения, адекватно отвечающими задачам изучения данной дисциплины, являются:

1) методы проблемного, эвристического обучения (проблемное изложение, частично-поисковый и исследовательский методы, эвристическая беседа и др.);

2) личностно ориентированные (развивающие) технологии, основанные на активных (рефлексивно-деятельностных) формах и методах обучения (кейс-метод, метод упражнений, метод проектов (разработки психолого-педагогических тренингов), деловая, ролевая и имитационная игры, дискуссия, пресс-конференция, учебные дебаты, круглый стол, психолого-педагогический тренинг и др.);

3) коллективные формы и методы обучения (работа в командах, парах; приемы коллективного анализа и рефлексии (решетка ГРИД, SWOT-анализ, PEST-анализ и др.));

4) информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие проблемно-исследовательский характер процесса обучения и активизацию самостоятельной работы магистрантов (перевернутое учебное занятие, электронные презентации, использование аудио-, видео-поддержки учебных занятий (анализ аудио-, видео-ситуаций спортивной деятельности и др.),

5) разработка и применение на основе компьютерных и мультимедийных средств компетентностных (или эвристических) заданий в рамках разработки психолого-педагогического тренинга, дополнение традиционных учебных занятий средствами взаимодействия на основе сетевых коммуникационных возможностей (интернет-форум, интернет-семинар и др.)).

Большое внимание в процессе изучения дисциплины следует уделить самостоятельной работе магистрантов по освоению конкретного опыта по формированию культуры и этики организации менеджмента и маркетинга в спорте и физкультурно-оздоровительной деятельности.

4.6. Рекомендации по контролю качества усвоения знаний

Комплексные проблемные ситуации, актуальные компетентностные задачи являются эффективными средствами развития и диагностики компетенций магистрантов.

В связи с этим для диагностики сформированности компетенций магистрантов могут использоваться следующие формы и средства:

разрешение проблемных ситуаций и умение постановки цели деятельности,

решение компетентностных задач, выполнение практических, творческих заданий и презентация авторских разработанных программ и планов деятельности;

участие в деловой (ролевой, имитационной) игре;

выполнение и защита проектов (планов, программ деятельности);

портфолио;

рейтинговая оценка знаний и др.

Процедура диагностики сформированности компетенций магистранта включает следующие этапы:

определение объекта деятельности и его цели;

выявление факта учебных достижений магистранта помощью критериально-ориентированных тестов и других средств диагностики;

измерение и оценивание (с помощью шкалы оценок) степени соответствия учебных достижений магистранта требованиям образовательного стандарта.

Для оценки учебных достижений магистрантов используются критерии, утвержденные Министерством образования Республики Беларусь, учреждением высшего образования.

5 ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

5.1 УЧЕБНО-ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ МАКСИМА ТАНКА»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
_____ А.И.Жук
«_____» _____ 2024 г.
Регистрационный №
УД -_____/уч.

ПСИХОЛОГИЯ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В СПОРТЕ И ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебная программа
учреждения высшего образования по учебной дисциплине
по специальности

7-06-1012-01 Физическая культура и спорт

Профилизация: Психология спорта

2024 г.

5.2. Информационно-методическая часть

ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1.Гурина, Е. В. инновационный менеджмент: пособие / Е. В. Гурина, А. И. Гурко, Т. И. Серченя; Белорус. нац. техн. ун-т. – Минск: БНТУ, 2023. -94 с.
2.Каптерев, А. И. Управление знаниями: история, теории, технологии : учеб. пособие для вузов / А. И. Каптерев. - СПб. [и др.] : Лань, 2023. - 264 с.
3.Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, 2023 [Электронный ресурс] : стат. сб. // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_brochures/index_76579/. – Дата доступа: 10.03.2025.
4.Хлюст, Л.П. Маркетинг туризма (маркетинговые коммуникации) : [практикум] /Л.П. Хлюст; Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – Минск: БГУФК, 2021. – 95 с.

Дополнительная литература

1. Алешин, В. В. Менеджмент и маркетинг на европейских стадионах / В. В. Алешин, И. И. Переверзин. – М. : Советский спорт, 1999. – 164 с.

2. Бабосов, Е. М. Стратификационная трансформация современной Беларуси : [монография] / НАН Беларуси, Ин-т социологии. - Минск : Беларус. навука, 2019. - 363 с.

3. Богдан, Н. И. Инновационная политика : [монография]. - Минск : Четыре четверти, 2019. - 306 с.

4. Вакалов, Л.Г. Маркетинг в физической культуре и спорте: Учебное пособие для ин-тов физ. культуры / Л. Г. Вакалова, Е. П. Гетман; Кубан. гос. акад. физ. культуры. - Краснодар: КубГАФК, 2019. – 168 с.

5. Гуськов, С.И. Менеджмент и маркетинг физкультурно-оздоровительных услуг в зарубежных странах// Менеджмент и экономика физической культуры и спорта . -М.: ВНИИФК, 2005. – 182 с.

6. Жолдак, В. И. Менеджмент спорта и туризма / В. И. Жолдак, В. А. Квартальнов. – М. : Советский спорт, 2001. – 262 с.

7. Основы маркетинга, 4-е европейское издание.: Пер с англ. - М.:ООО «И.Д. Вильямс», 2018. -1200 с.

8. Понявин А.В. Олимпийский маркетинг / А. В. Понявин // Маркетинг в России и за рубежом. - 2002.

9. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб.-метод. комплекс для студентов спец. 1-03 02 01 «Физическая культура» / М. М. Еншин, В. Ю. Дятлов. – Новополоцк : ПГУ, 2008. – 252 с.

10. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Монография / О. Н. Степанова. - М.: Сов.спорт, 2003. – 86 с.

11. Степанова О.Н. Принципы маркетинга и управления маркетинговой деятельностью в системе физической культуры и спорта // Теория и практика физической культуры. - 2004. – №1. – С.16-18.

12. Томич М. Маркетинг в спорте. Рынок и спортивные продукты / М. Томич. - М.: МАФСИ, 2002. – 168 с.

13. Хекхаузен, Х. Психология мотивации достижения/ Х. Хекхаузен. СПб.: Речь,2001.–99 с.

14. Шааф Ф. Спортивный маркетинг: Теперь это не просто игра... = Sports marketing / Ф. Шааф; Перс англ. - М.: "Филинь", 1998. – 428 с.

15. Шаболтас, А. В. Мотивы занятия спортом высших достижений в юношеском возрасте: дис. ... канд. психол. наук / А. В. Шаболтас. - СПб., 1998. - 184 с.

16. Шихвердиев, С. Н. К вопросу об оптимизации процесса социально-психологической адаптации спортсменов высокой квалификации, завершающих спортивную карьеру / С. Н. Шихвердиев // Психологические основы педагогической деятельности : материалы 32-й научной конференции кафедры психологии СПб ГУФК им. П. Ф. Лесгафта. - СПб., 2005. - С. 47-57.

17. Шихвердиев, С. Н. Профессиональное самоопределение спортсменов, находящихся на этапе завершения спортивной карьеры // Ученые записки университета Лесгафта. - 2010. - № 5 (63) - С. 129-133.

18. Шумская, Л. И. Основы деятельности учебной бизнес-компании : учеб. пособие для слушателей системы доп. образования взрослых по экон. специальностям / под общ. ред. Л. И. Шумской. - Минск : Адукацыя і выхаванне, 2021. - 200 с.

19. Экономические и правовые основы предпринимательской деятельности : практикум в 2 ч. Ч. 2 / сост.: Т. Ф. Манцерова, Е. А. Кравчук, Т. В. Иванова. - Минск : БНТУ, 2020. - 60 с.

20. Явленин, И.И. Спортивный маркетинг: принципы позиционирования профессионального спортивного клуба // Спорт-бизнес.-2005- №8. – С 12 - 18.

5.3 REGULATORY AND LEGAL DOCUMENTATION // НОРМАТИВНАЯ ПРАВОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

5.3.1 LEGISLATIVE AND REGULATORY DOCUMENTS IN THE FIELD OF EDUCATION AND YOUTH POLICY // ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ И НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ В ОБЛАСТИ ОБРАЗОВАНИЯ, МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ,

THE LAW OF THE REPUBLIC OF BELARUS "ON THE FUNDAMENTALS OF STATE YOUTH POLICY" **Закон Республики Беларусь «Об основах государственной молодежной политики»**

7 декабря 2009 г. № 65-З

Принят Палатой представителей 5 ноября 2009 года
Одобрен Советом Республики 19 ноября 2009 года

Изменения и дополнения:

Закон Республики Беларусь от 10 января 2011 г. № 242-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2011 г., № 8, 2/1794) <H11100242>;

Закон Республики Беларусь от 10 июля 2012 г. № 426-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 26.07.2012, 2/1978) <H11200426>;

Закон Республики Беларусь от 4 июня 2015 г. № 274-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 10.06.2015, 2/2272) <H11500274>;

Закон Республики Беларусь от 21 октября 2016 г. № 434-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 28.10.2016, 2/2432) <H11600434>;

Закон Республики Беларусь от 5 октября 2022 г. № 205-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 07.10.2022, 2/2925) <H12200205>

Настоящий Закон направлен на определение целей, принципов и основных направлений государственной молодежной политики как важного элемента государственной политики в области социального, экономического и культурного развития Республики Беларусь.

ГЛАВА 1
ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Основные термины, применяемые в настоящем Законе, и их определения

Для целей настоящего Закона применяются следующие основные термины и их определения:

государственная молодежная политика – система социальных, экономических, политических, организационных, правовых и иных мер, направленных на поддержку молодых граждан (далее, если иное не определено настоящим Законом, – молодежь) и осуществляемых государством в целях социального становления и развития молодежи, наиболее полной реализации ее потенциала в интересах всего общества;

молодая семья – семья, в которой оба или один из супругов (родитель в неполной семье) находятся в возрасте до тридцати одного года;

молодежная кадровая политика – деятельность республиканских органов государственного управления, местных исполнительных и распорядительных органов, иных государственных органов, а также республиканских молодежных общественных объединений по обеспечению функционирования системы поддержки и служебного продвижения работающих молодых граждан, направленная на повышение их профессиональной компетентности и мотивации, привлечение к решению актуальных и перспективных задач социально-экономического развития страны;

молодежные инициативы – мероприятия и проекты, направленные на реализацию государственной молодежной политики, предлагаемые для реализации субъектами молодежных инициатив;

молодые граждане – граждане Республики Беларусь, иностранные граждане и лица без гражданства, постоянно проживающие в Республике Беларусь, в возрасте от четырнадцати до тридцати одного года;

субъекты молодежных инициатив – молодежные общественные объединения, зарегистрированные в установленном законодательством порядке, и (или) инициативные группы численностью не менее двух молодых граждан, предлагающие реализацию молодежных инициатив.

Статья 2. Правовое регулирование отношений в сфере государственной молодежной политики

Отношения в сфере государственной молодежной политики регулируются законодательством о государственной молодежной политике, а также международными договорами Республики Беларусь.

Законодательство о государственной молодежной политике основывается на Конституции Республики Беларусь и состоит из настоящего Закона и иных актов законодательства.

Если международным договором Республики Беларусь установлены иные правила, чем те, которые содержатся в настоящем Законе, то применяются правила международного договора.

Статья 3. Цели государственной молодежной политики

Целями государственной молодежной политики являются:

всестороннее воспитание молодежи, содействие ее духовному, нравственному, интеллектуальному, профессиональному и физическому развитию;

создание необходимых условий для свободного и эффективного участия молодежи в общественной жизни, реализации потенциала молодежи в интересах всего общества;

социальная, материальная, правовая и иная поддержка молодежи;

расширение возможностей молодежи в выборе жизненного пути.

Статья 4. Принципы государственной молодежной политики

Государственная молодежная политика основывается на принципах:

защиты прав и законных интересов молодежи;

сочетания государственных, общественных интересов, прав и свобод личности в формировании и реализации государственной молодежной политики;

обеспечения молодежи правовых и социально-экономических гарантий, компенсирующих обусловленные возрастом ограничения ее социального статуса;

научной обоснованности и комплексности;

гласности;

участия молодежи в формировании и реализации государственной молодежной политики;

приоритета конкурсных механизмов при реализации программ в сфере государственной молодежной политики;

межведомственного сотрудничества и взаимодействия.

Статья 5. Субъекты государственной молодежной политики

Субъектами государственной молодежной политики являются:

молодежь;

молодые семьи;

молодежные общественные объединения;

государственные органы и иные организации, участвующие в пределах своей компетенции в реализации государственной молодежной политики.

Статья 6. Государственные программы (подпрограммы) в сфере государственной молодежной политики

В целях совершенствования правовых, социально-экономических и организационных условий и гарантий государственной молодежной политики, обеспечения ее комплексности и согласованности с иными направлениями государственной политики разрабатываются государственные программы (подпрограммы) в сфере государственной молодежной политики.

Разработка и утверждение государственных программ (подпрограмм) в сфере государственной молодежной политики осуществляются с учетом мнения субъектов государственной молодежной политики.

ГЛАВА 2
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ

Статья 7. Осуществление государственного регулирования и управления в сфере государственной молодежной политики

Государственное регулирование и управление в сфере государственной молодежной политики осуществляют Президент Республики Беларусь, Совет Министров Республики Беларусь, Министерство образования, местные исполнительные и распорядительные органы, иные государственные органы в соответствии с их компетенцией.

Статья 8. Полномочия Президента Республики Беларусь в сфере государственной молодежной политики

Президент Республики Беларусь в сфере государственной молодежной политики определяет единую государственную молодежную политику и осуществляет иные полномочия в соответствии с Конституцией Республики Беларусь, настоящим Законом и иными законодательными актами.

Статья 9. Полномочия Совета Министров Республики Беларусь в сфере государственной молодежной политики

Совет Министров Республики Беларусь в сфере государственной молодежной политики:

осуществляет меры по формированию и реализации государственной молодежной политики;

рассматривает ежегодный доклад Министерства образования о положении молодежи в Республике Беларусь;

обеспечивает разработку и реализацию государственных программ и утверждает их;

осуществляет иные полномочия, возложенные на него Конституцией Республики Беларусь, законами и актами Президента Республики Беларусь.

Статья 10. Полномочия Министерства образования в сфере государственной молодежной политики

Министерство образования является республиканским органом государственного управления, ответственным за осуществление государственной молодежной политики.

Министерство образования в сфере государственной молодежной политики:

проводит государственную молодежную политику;

разрабатывает проекты нормативных правовых актов;

осуществляет государственное регулирование и управление;

координирует деятельность государственных органов и иных организаций по вопросам реализации государственной молодежной политики;

формирует проекты государственных программ (подпрограмм);

устанавливает порядок формирования и осуществляет ведение республиканского реестра молодежных и детских общественных объединений, ассоциаций (союзов) молодежных и детских объединений в Республике Беларусь (далее – молодежные и детские объединения), пользующихся государственной поддержкой;

осуществляет взаимодействие и сотрудничество с молодежными и детскими объединениями по вопросам государственной молодежной политики;

осуществляет информационное и научно-методическое обеспечение государственной молодежной политики;

обеспечивает организацию, проведение фундаментальных и прикладных научных исследований в сфере государственной молодежной политики, внедрение их результатов;

участвует в заключении международных договоров, исполняет международные договоры Республики Беларусь, выполняет иные международные обязательства Республики Беларусь по вопросам молодежной политики, а также представляет интересы Республики Беларусь в международных организациях по вопросам государственной молодежной политики;

осуществляет координацию деятельности и методическое обеспечение структурных подразделений местных исполнительных и распорядительных органов, осуществляющих государственно-властные полномочия в сфере государственной молодежной политики;

осуществляет в пределах своей компетенции молодежную кадровую политику;

содействует становлению и развитию молодежного волонтерского движения;

осуществляет общую координацию работ по организации деятельности студенческих отрядов;

содействует развитию инновационной активности молодых граждан, продвижению и реализации их перспективных проектов, научно-технических разработок, представляющих практический интерес и значимость для социально-экономического развития страны;

принимает меры по стимулированию деятельности государственных органов и иных организаций, а также граждан в сфере государственной молодежной политики;

содействует реализации государственных гарантий по социальной поддержке молодых специалистов и (или) молодых рабочих (служащих) в соответствии с законодательством;

оказывает информационную, организационную и финансовую поддержку в проведении мероприятий, осуществляемых в рамках реализации молодежных общественно значимых инициатив;

готовит ежегодный доклад о положении молодежи в Республике Беларусь;

утверждает положение о многопрофильном центре по работе с молодежью по месту жительства (месту пребывания);

определяет из числа государственных организаций, подчиненных Министерству образования, организации, обеспечивающие в пределах своей компетенции реализацию отдельных направлений государственной молодежной политики;

осуществляет иные полномочия в соответствии с настоящим Законом и иными актами законодательства.

Министерство образования реализует свои полномочия также через структурные подразделения местных исполнительных и распорядительных органов, осуществляющие государственно-властные полномочия в сфере государственной молодежной политики.

Статья 11. Полномочия местных исполнительных и распорядительных органов, иных государственных органов в сфере государственной молодежной политики

Местные исполнительные и распорядительные органы в сфере государственной молодежной политики в пределах своей компетенции:

проводят государственную молодежную политику;

устанавливают порядок формирования и осуществляют ведение местных реестров молодежных и детских объединений, пользующихся государственной поддержкой;

осуществляют информационное обеспечение деятельности по реализации государственной молодежной политики;

организуют работу с молодежью по месту жительства (месту пребывания);

осуществляют иные полномочия в соответствии с настоящим Законом и иными актами законодательства.

Иные государственные органы участвуют в осуществлении государственной молодежной политики в соответствии с их компетенцией.

ГЛАВА 3
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ

Статья 12. Направления государственной молодежной политики

Основными направлениями государственной молодежной политики являются:

гражданское и патриотическое воспитание молодежи;

содействие формированию здорового образа жизни молодежи;

государственная поддержка молодых семей;

содействие реализации права молодежи на труд;

государственная поддержка молодежи в получении образования;

государственная поддержка талантливой и одаренной молодежи;

реализация молодежной кадровой политики;

государственная поддержка молодежных инициатив;

содействие реализации права молодежи на объединение;

содействие развитию и реализации молодежных общественно значимых инициатив;

международное молодежное сотрудничество.

Государственная молодежная политика может осуществляться и по другим направлениям.

Статья 13. Гражданское и патриотическое воспитание молодежи

В целях формирования у молодежи патриотизма, национального самосознания, правовой и политической культуры, развития осознанного, ответственного и активного стремления к участию в общественной жизни страны государство разрабатывает систему мер по гражданскому и патриотическому воспитанию молодежи.

Гражданское и патриотическое воспитание молодежи направлено на усвоение молодежью общечеловеческих гуманистических, нравственных ценностей, культурных и духовных традиций белорусского народа и идеологии белорусского государства, формирование готовности к исполнению гражданского долга.

Гражданское и патриотическое воспитание молодежи осуществляется путем:

поддержки создания и функционирования молодежных общественных объединений с соответствующими целями деятельности;

проведения республиканских (региональных) фестивалей молодежных общественных объединений по гражданской и патриотической тематике;

организации «круглых столов», семинаров по вопросам гражданского и патриотического воспитания молодежи;

организации спортивно-патриотических лагерей;

создания объединений по интересам, в том числе военно-патриотических клубов;

создания при воинских частях нештатных центров патриотического воспитания молодежи;

поддержки деятельности оперативных молодежных отрядов, молодежных добровольных дружин и иных форм правоохранительного движения среди молодежи;

организации взаимодействия с ветеранскими организациями;

выпуска учебно-исторической, методической и художественной литературы, показа художественных, документальных фильмов и театральных постановок по гражданской и патриотической тематике;

проведения иных мероприятий, направленных на создание условий для гражданского и патриотического воспитания молодежи.

Статья 14. Содействие формированию здорового образа жизни молодежи

Государство обеспечивает необходимые условия для формирования здорового образа жизни молодежи.

Содействие формированию здорового образа жизни молодежи осуществляется путем:

организации физкультурно-оздоровительной работы с молодежью, привлечения молодежи к систематическим занятиям физической культурой и спортом;

создания условий для обеспечения доступности занятий физической культурой и спортом;

проведения совместно с организациями физической культуры и спорта спортивно-массовых мероприятий;

создания с участием молодежных общественных объединений и иных организаций физкультурно-оздоровительных, спортивных центров (комбинатов, комплексов, центров физкультурно-оздоровительной работы), физкультурно-спортивных клубов;

строительства физкультурно-спортивных сооружений;

организации оздоровления и санаторно-курортного лечения в соответствии с законодательством;

пропаганды здорового образа жизни;

запрета реализации алкогольных, слабоалкогольных напитков, пива, табачных изделий, электронных систем курения, жидкостей для электронных систем курения, систем для потребления табака, нетабачных никотиносодержащих изделий лицам моложе восемнадцати лет;

организации и проведения иных мероприятий, направленных на формирование здорового образа жизни молодежи.

Государственные организации здравоохранения осуществляют оказание необходимой медицинской помощи молодежи, в том числе проводят в порядке, установленном законодательством, ежегодную диспансеризацию несовершеннолетних, учащихся и студентов.

Статья 15. Государственная поддержка молодых семей

Государство принимает меры по созданию надлежащих условий для укрепления института семьи, стимулирования молодежи к созданию семьи с несколькими детьми и обоими родителями, состоящими в первом браке,

сочетания родителями трудовой деятельности и исполнения семейных обязанностей, улучшению жилищных условий молодых семей.

Государство содействует функционированию системы социального обслуживания семьи и консультационной помощи, включая осуществление мер по созданию системы подготовки молодежи к браку и семейной жизни, издание книг и пособий, организацию программ телевизионными и радиовещательными средствами массовой информации, а также публикаций печатными средствами массовой информации по проблемам семейного воспитания и семейных отношений.

В Республике Беларусь устанавливается система государственных пособий семьям, воспитывающим детей.

Молодым семьям в установленном законодательством порядке предоставляются государственная поддержка на строительство (реконструкцию) или приобретение жилых помещений, иная финансовая помощь государства.

Статья 16. Содействие реализации права молодежи на труд

Государство реализует систему мер, направленных на содействие в профессиональной ориентации и трудоустройстве молодежи, в том числе по экономической, организационной, правовой поддержке предпринимательской деятельности молодежи.

Молодежь по достижении шестнадцати лет, а также в других случаях, предусмотренных Трудовым кодексом Республики Беларусь, имеет право на самостоятельную трудовую деятельность.

Государство обеспечивает молодежи предоставление первого рабочего места и иные гарантии в области содействия занятости в соответствии с законодательством о труде.

В целях защиты трудовых и социально-экономических прав молодежи в коллективные договоры могут включаться положения о предоставлении молодежи дополнительных гарантий в области охраны труда, рабочего времени, отпусков и других трудовых и социально-экономических условий в соответствии с законодательством о труде.

В Республике Беларусь действует система информирования молодежи, в том числе безработной, о профессиях (специальностях), востребованных на рынке труда, возможностях получения образования по ним, трудоустройства и временной трудовой занятости, а также осуществляется профессиональная подготовка безработной молодежи по востребованным на рынке труда профессиям.

Для приобщения молодежи к общественно полезному труду и получения ею трудовых навыков организуется временная трудовая занятость молодежи, обучающейся в учреждениях образования, в свободное от учебы время. Порядок организации и финансирования временной трудовой занятости молодежи, обучающейся в учреждениях образования, в свободное от учебы

время определяется Советом Министров Республики Беларусь или уполномоченным им государственным органом.

Статья 17. Государственная поддержка молодежи в получении образования

В Республике Беларусь гарантируются доступность и бесплатность основного, дополнительного и специального образования в случаях, порядке и на условиях, предусмотренных законодательными актами.

Государство оказывает поддержку молодежи в получении образования, создает и обеспечивает для этого необходимые условия, в том числе путем:

финансирования из средств республиканского и (или) местных бюджетов функционирования государственных учреждений образования;

создания условий для получения образования с учетом национальных традиций, индивидуальных потребностей, способностей и запросов молодежи;

предоставления возможности выбора учреждений образования, форм получения образования, специальностей, уровня изучения учебных предметов, учебных дисциплин, образовательных областей, тем;

создания специальных условий для получения образования молодыми гражданами с особенностями психофизического развития;

установления мер социальной защиты, включая обеспечение стипендией, предоставление отпусков, обеспечение местом для проживания, возмещение расходов по найму жилого помещения (его части) в случае необеспечения жилым помещением (его частью) в общежитии;

предоставления в установленном законодательством порядке кредита на льготных условиях для оплаты первого высшего образования.

Дополнительную поддержку при получении образования государство оказывает молодым гражданам из многодетных семей, из числа инвалидов, проживающим в населенных пунктах, расположенных в сельской местности, детям-сиротам, детям, оставшимся без попечения родителей, лицам из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, а также молодежи, достигшей особых успехов в учебе, культуре, искусстве, спорте и общественной работе.

В целях обмена опытом, участия в международных образовательных мероприятиях, а также для повышения образования молодежь может направляться на обучение за пределы Республики Беларусь. Порядок направления молодежи на обучение за пределы Республики Беларусь устанавливается законодательством.

При получении образования отношения между молодежью и учреждениями образования, иными организациями, которым в соответствии с законодательством предоставлено право осуществлять образовательную деятельность, строятся на принципах равенства и взаимного уважения прав и свобод.

Статья 18. Государственная поддержка талантливой и одаренной молодежи

В целях выявления, становления, развития, реализации и сохранения интеллектуального и творческого потенциала молодежи, обеспечения преемственности научных и культурных традиций Республики Беларусь государство реализует систему мер по поддержке талантливой и одаренной молодежи и созданию условий для ее плодотворной деятельности.

В Республике Беларусь организуются мероприятия, в том числе олимпиады и конкурсы, направленные на выявление талантливой и одаренной молодежи, проводится постоянный мониторинг работы с такой молодежью, ведутся банки данных талантливой и одаренной молодежи.

Ведение банка данных талантливой молодежи осуществляется Министерством культуры либо организацией, им уполномоченной.

Ведение банка данных одаренной молодежи осуществляется Министерством образования либо организацией, им уполномоченной.

Конкретные меры по государственной поддержке талантливой и одаренной молодежи, в том числе выплата установленных стипендий и видов премий, оказание материальной помощи, выделение грантов, а также порядок их применения определяются законодательством.

В целях выявления молодежи, имеющей лидерские и организаторские качества, способной к управленческой деятельности в государственных органах и иных государственных организациях, создается перспективный кадровый резерв. Порядок формирования и ведения перспективного кадрового резерва устанавливается Президентом Республики Беларусь.

Статья 18[1]. Реализация молодежной кадровой политики

В целях обеспечения эффективного использования и функционирования системы поддержки и служебного продвижения работающих молодых граждан государство осуществляет молодежную кадровую политику, определяет меры по ее развитию и совершенствованию.

Молодежная кадровая политика реализуется путем:

обеспечения научного, методического и организационного сопровождения молодежной кадровой политики;

переподготовки, повышения квалификации, стажировки работающих молодых граждан;

формирования и ведения перспективного кадрового резерва;

мониторинга профессионального развития лиц, состоящих в перспективном кадровом резерве;

оценки эффективности подбора кандидатов в перспективный кадровый резерв и работы с ним;

организации работы, ориентированной на развитие управленческих навыков работающих молодых граждан;

развития лидерских качеств и творческих способностей молодых граждан;

принятия действенных мер по профессиональной ориентации молодежи;

проведения профессиональных конкурсов среди работающих молодых граждан;

повышения роли трудового коллектива в системе подбора и карьерного продвижения молодежи.

В целях содействия подготовке кадров и адаптации в трудовом коллективе работающих молодых граждан может реализовываться система наставничества как форма обеспечения профессионального становления работника. Порядок и условия организации наставничества регулируются локальными правовыми актами.

Статья 18^2. Государственная поддержка молодежных инициатив

Государственная поддержка молодежных инициатив оказывается субъектам молодежных инициатив ежегодно за счет средств республиканского бюджета, иных источников, не запрещенных законодательством, на конкурсной основе.

Координатором деятельности, связанной с реализацией молодежных инициатив, является общественное объединение «Белорусский республиканский союз молодежи».

Порядок формирования, финансирования и реализации молодежных инициатив устанавливается Советом Министров Республики Беларусь.

Статья 19. Содействие реализации права молодежи на объединение

Молодежь имеет право в соответствии с законодательными актами создавать молодежные общественные объединения, деятельность которых направлена на удовлетворение и защиту ее гражданских, социальных, культурных и иных прав и законных интересов.

Ни одно молодежное общественное объединение не вправе претендовать на монопольное выражение интересов и потребностей всей молодежи.

Не допускаются прямое или косвенное принуждение молодежи к вступлению в молодежные общественные объединения, а также запрет на участие в их деятельности, в том числе основанные на использовании ее зависимого положения.

Государство формирует систему правовых и экономических гарантий, которые обеспечивают всем молодежным общественным объединениям равные возможности для участия в общественной жизни Республики Беларусь.

В целях создания необходимых условий для функционирования молодежных общественных объединений государство может оказывать молодежным общественным объединениям материальную и организационную поддержку.

Государственные органы и иные организации вправе передавать в установленном законодательством порядке молодежным общественным

объединениям здания и сооружения, иное имущество, необходимые для осуществления их деятельности.

Статья 20. Содействие развитию и реализации молодежных общественно значимых инициатив

Государство содействует развитию и реализации молодежных общественно значимых инициатив.

В целях воспитания молодежи путем привлечения к общественно полезному труду, приобретения ею профессиональных и управленческих навыков государство способствует созданию студенческих отрядов.

Порядок формирования и деятельности студенческих отрядов устанавливается законодательством.

В Республике Беларусь создаются условия для развития молодежного волонтерского движения – добровольной деятельности молодежи, осуществляемой на безвозмездной основе, направленной на развитие у молодежи чувства взаимопомощи, создание условий для реализации молодежных инициатив по поддержке различных социальных групп населения, приобщение молодежи к здоровому образу жизни, снижение рисков вовлечения молодежи в антиобщественное поведение, достижение иных социально значимых общественных целей.

Государство содействует становлению и развитию волонтерского движения, в том числе посредством оказания поддержки молодежным общественным объединениям с соответствующими целями деятельности.

Для обеспечения экономической самостоятельности молодых граждан, реализации их права на труд государство содействует развитию предпринимательской инициативы путем формирования навыков предпринимательской деятельности, проведения мероприятий, направленных на развитие интереса молодых граждан к предпринимательской деятельности, повышению конкурентоспособности молодых граждан на рынке труда.

Государство может оказывать содействие развитию и реализации иных общественно значимых молодежных инициатив.

Статья 21. Международное молодежное сотрудничество

Государство содействует международному молодежному сотрудничеству путем:

заключения и реализации в установленном порядке международных договоров о молодежных международных обменах, включения молодежи в систему международных программ;

оказания помощи организаторам и участникам международных молодежных обменов в получении информации, разработке документов и подборе партнеров в сфере международного молодежного сотрудничества;

участия в организации иных мероприятий, способствующих развитию международного молодежного сотрудничества.

Государство оказывает поддержку в организации и проведении международных молодежных визитов, способствующих развитию дружественных и деловых отношений между странами, обмену опытом в сферах молодежной политики, культуры, образования, науки, туризма, спорта и иных сферах.

ГЛАВА 4
ФИНАНСИРОВАНИЕ И ГАРАНТИИ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ

Статья 22. Финансирование мероприятий государственной молодежной политики

Финансирование мероприятий государственной молодежной политики осуществляется за счет средств республиканского и (или) местных бюджетов и иных источников, не запрещенных законодательством.

Для финансирования мероприятий в сфере государственной молодежной политики могут создаваться специальные фонды, в том числе по поддержке талантливой и одаренной молодежи.

Порядок формирования и расходования средств фондов, указанных в части второй настоящей статьи, устанавливается законодательством.

Статья 23. Информационное и научное обеспечение государственной молодежной политики

Министерство образования, местные исполнительные и распорядительные органы принимают меры по полному и всестороннему информированию населения, в том числе молодежи, о проводимой государственной молодежной политике.

В этих целях обеспечивается доступ населения к информации о мероприятиях, проводимых в сфере государственной молодежной политики, правах и обязанностях молодежи, а также об имеющихся возможностях для реализации прав в областях здравоохранения, образования, социальной защиты, трудоустройства, организации отдыха, физической культуры и спорта и иных областях.

Государственные органы и иные государственные организации содействуют молодежным общественным объединениям в распространении информации о деятельности таких объединений.

Государственные средства массовой информации освещают мероприятия в сфере государственной молодежной политики.

В государственных программах (подпрограммах) в сфере государственной молодежной политики должно предусматриваться проведение научных исследований по проблемам молодежи. Указанные исследования осуществляются на долгосрочной основе и являются одним из условий разработки мероприятий в сфере государственной молодежной политики.

Координация проводимых научных исследований по проблемам молодежи осуществляется Министерством образования.

Республиканские органы государственного управления, местные исполнительные и распорядительные органы проводят анализ положения молодежи по направлениям своей деятельности и представляют статистические и аналитические данные по запросу Министерства образования.

На основании результатов научных исследований и полученных статистических и аналитических данных Министерство образования ежегодно до 15 июля года, следующего за отчетным, представляет в Совет Министров Республики Беларусь доклад о положении молодежи в Республике Беларусь. Данный доклад рассматривается Советом Министров Республики Беларусь в целях принятия соответствующих решений в сфере государственной молодежной политики.

Статья 24. Создание условий для работы с молодежью по месту жительства (месту пребывания) и месту работы

Для реализации государственной молодежной политики и обеспечения молодежи гарантий, предусмотренных законодательством, могут создаваться многопрофильные центры по работе с молодежью по месту жительства (месту пребывания), в том числе социальные службы для молодежи.

Многопрофильные центры по работе с молодежью по месту жительства (месту пребывания) осуществляют:

информирование молодежи о ее правах и обязанностях;

консультирование молодежи по вопросам психологической, педагогической, медицинской и юридической помощи;

социальную помощь молодым семьям;

помощь в социальной адаптации молодых граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации;

организацию культурно-массовой и физкультурно-оздоровительной работы с молодежью по месту жительства (месту пребывания);

информирование молодежи о молодежных организациях и сферах их деятельности на соответствующей территории;

иные функции по оказанию помощи и созданию условий для развития молодежи, предусмотренные законодательством.

Деятельность многопрофильных центров по работе с молодежью по месту жительства (месту пребывания) осуществляется в соответствии с положением, утверждаемым Министерством образования.

В целях реализации государственной молодежной политики в государственных и иных организациях могут вводиться должности специалиста по работе с молодежью.

Государство обеспечивает подготовку и повышение квалификации кадров для работы в сфере государственной молодежной политики.

Статья 25. Участие молодежи в формировании и реализации государственной молодежной политики

Молодежь участвует в формировании и реализации государственной молодежной политики посредством общественно значимых инициатив, обращений в государственные органы и иные организации, взаимодействия молодежных общественных объединений с указанными органами и организациями, а также в иных формах.

Для выработки предложений и рекомендаций, направленных на повышение результативности принимаемых решений по вопросам государственной молодежной политики, при государственных органах могут создаваться консультативно-совещательные органы в сфере государственной молодежной политики. Порядок создания и деятельности консультативно-совещательных органов в сфере государственной молодежной политики устанавливается государственными органами, при которых они создаются, по согласованию с Министерством образования.

Вносимые молодежью, молодежными общественными объединениями, совещательными органами из числа молодежи в государственные органы и иные организации предложения о реализации государственной молодежной политики рассматриваются государственными органами и иными организациями в соответствии с их компетенцией в порядке, установленном законодательством.

Если для рассмотрения указанных предложений необходимы расчеты финансовых средств, сбор документов и (или) сведений, разработка проектов документов, государственные органы и иные организации оказывают информационную помощь и проводят консультации с уполномоченными представителями молодежных общественных объединений и молодежи, внесших эти предложения.

В целях формирования и реализации государственной молодежной политики, выработки и реализации управленческих решений, затрагивающих интересы молодых граждан, государственные органы взаимодействуют с молодежными общественными объединениями, в том числе с включенными в республиканский реестр молодежных и детских объединений, пользующихся государственной поддержкой.

ГЛАВА 5
ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 26. Признание утратившими силу некоторых актов законодательства и структурного элемента закона

В связи с принятием настоящего Закона признать утратившими силу:

Закон Республики Беларусь от 24 апреля 1992 года «Об общих началах государственной молодежной политики в Республике Беларусь» (Ведамасці Вярхоўнага Савета Рэспублікі Беларусь, 1992 г., № 19, ст. 304);

Закон Республики Беларусь от 9 июля 1997 года «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Беларусь «Об общих началах государственной молодежной политики в Республике Беларусь» (Ведамасці Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь, 1997 г., № 27, ст. 472);

пункт 6 статьи 20 Закона Республики Беларусь от 14 июня 2007 года «О государственных социальных льготах, правах и гарантиях для отдельных категорий граждан» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2007 г., № 147, 2/1336);

Постановление Верховного Совета Республики Беларусь от 24 апреля 1992 года «О порядке введения в действие Закона Республики Беларусь «Об общих началах государственной молодежной политики в Республике Беларусь» (Ведамасці Вярхоўнага Савета Рэспублікі Беларусь, 1992 г., № 19, ст. 305).

Статья 27. Меры по реализации настоящего Закона

Совету Министров Республики Беларусь в шестимесячный срок:

совместно с Национальным центром законодательства и правовых исследований Республики Беларусь подготовить и внести в установленном порядке предложения по приведению законодательных актов в соответствие с настоящим Законом;

привести решения Правительства Республики Беларусь в соответствие с настоящим Законом;

обеспечить приведение республиканскими органами государственного управления, подчиненными Правительству Республики Беларусь, их нормативных правовых актов в соответствие с настоящим Законом;

принять иные меры, необходимые для реализации положений настоящего Закона.

Статья 28. Вступление в силу настоящего Закона

Настоящий Закон вступает в силу через десять дней после его официального опубликования.

Материал данного закона находятся с сайта:
http://world_of_law.pravo.by/text.asp?RN=H10900065

Как подготовится к экзамену продуктивно и беречь свое здоровье

Как помочь мозгу разгрузиться

1. Высыпайтесь

Сон — это естественный ресурс организма, который помогает нам восстанавливать силы и перезагружать систему. Из-за недосыпа будет сложно принимать даже простые решения повседневной жизни. Попробуйте уделять сну 7–9 часов.

2. Пробуйте новое

Непривычные для мозга задачи переключают внимание и стимулируют выработку в мозге химического вещества, который держит его в тонусе. Даже прогулка закрытыми глазами по коридору в течение нескольких минут может помочь отвлечься и запустить новые процессы в вашей голове.

3. Избегайте многозадачности

Многозадачность истощает и снижает продуктивность, особенно если вы параллельно решаете несколько вопросов, требующих глубокого погружения. Вместо этого сфокусируйтесь на одной задаче.

4. Отдыхайте Давайте мозгу передышки в течение дня. Несколько раз откладывайте работу и ни о чем не думайте. Лучше всего помогает созерцание природы. Но если у вас нет времени на прогулку, просто поищите картинки пейзаже в Интернете или полистайте их на рабочем столе компьютера.

5. Общайтесь

Не отключайтесь от социальных активностей — это поднимет настроение, память и познавательные способности.

6. Составьте расписание

Хаос заставляет мозг паниковать. Распорядок дня — правила, которые разгружают мозг и позволяют ему затрачивать больше энергии на выполнение творческих или рабочих задач. Расписание — привычка, которая дает мозгу

сигнал о том, что он в безопасности: чем сложнее устроена ваша жизнь, тем сложнее мозгу сосредоточиться.

7. Откажитесь от жирной пищи и углеводов

Они провоцируют сонливость, поэтому перед важными мероприятиями и творческими брейнштормами лучше не увлекаться тяжелой пищей.

8. Пейте больше воды

Она улучшает кровообращение. А алкоголя лучше избегать. Он отключает систему торможения в мозге, поэтому мы становимся более свободными. Но на когнитивные способности алкоголь оказывает негативное влияние, потому что разрушает нервные клетки и связи между ними.

Подробнее на РБК:
https://trends.rbc.ru/trends/education/61b30e6b9a79479f67a7b843?from=copy

The Education Code of the Republic of Belarus // Кодекс Республики Беларусь об образовании

Закон Республики Беларусь от 14 января 2022 г. № 154-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 31.01.2022, 2/2874) – **новая редакция** <H12200154> - внесены изменения и дополнения, вступившие в силу 1 февраля 2022 г., 1 марта 2022 г. и 1 сентября 2022 г.;
Закон Республики Беларусь от 6 марта 2023 г. № 257-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.03.2023, 2/2977) <H12300257>

Источник: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk1100243 – Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь

Resolution of the Council of Ministers of the Republic of Belarus "On the Concept of Development of the Education System of the Republic of Belarus until 2030" // Постановление Совета министров Республики Беларусь «О Концепции развития системы образования Республики Беларусь до 2030 года»

30 ноября 2021 г. № 683

https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22100683&p1=1

5.4 **Словарь основных терминов и понятий по педагогике и психологии** // Dictionary of basic terms and concepts in pedagogy and psychology

«Целью воспитания должно быть
создание деятельной личности
в лучших идеалах общественной жизни,
в идеалах истины, добра и красоты»
В. М. Бехтерев

Абсолютный порог ощущений — минимальная величина раздражителя любой модальности (светового, звукового и др.), способного вызвать едва заметное ощущение.

Абстракция (от лат. – удаление, отвлечение) – процесс познавательной деятельности, состоящий в мысленном выделении одних свойств и предметов и отвлечении от других. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.10.

Автоматизм (от греч. - самодействующий) – единый непрерывный умственный, речевой или двигательный акт, происходящий без участия сознания. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.16.

Авторитарное воспитание (от лат. – власть, влияние) – воспитательная концепция, предусматривающая подчинение воспитанника воле воспитателя, подавление инициативы и самостоятельности, препятствие развитию активности детей, их индивидуальности. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.16.

Авторитет – влияние какого-либо лица, группы или организации, основанное на знаниях, нравственных достоинствах, жизненном опыте; направление мыслей, чувств и поступков других людей, не прибегая к принуждению. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.17.

Авторская школа – экспериментальное учебно-воспитательное учреждение, деятельность которого основана на ведущей психолого-педагогической концепции, разработанной автором или авторским коллективом. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.18.

Агрессивное поведение (от лат. - нападать) – действия, имеющие целью причинение морального или физического ущерба другим людям. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.19.

Адаптация - процесс приспособления организма к изменившимся условиям окружающей среды, жизни, рода деятельности.

Адаптация (от лат. - приспособление) – способность организма приспосабливаться к различным условиям внешней среды. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.20.

Адаптация социальная - приспособление человека к условиям новой социальной среды. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.20.

Адаптация школьная – это процесс приспособления ребёнка к условиям школьной жизни, к её нормам и требованиям, к активной познавательной деятельности, усвоению необходимых учебных знаний и навыков, полноценному освоению картины мира.

Акселерация (от лат. - ускорение) – это ускорение темпов роста и физического развития детей и подростков по сравнению с предшествующими поколениями. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.26.

Активность — понятие, указывающее на способность живых существ производить спонтанные движения и изменяться под воздействием внешних или внутренних стимулов – раздражителей.

Активность личности – деятельное отношение человека к миру, способность производить общественно-значимые преобразования материальной и духовной среды на основе освоения духовно-исторического опыта человечества. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.27.

Активные методы обучения – термин, зачастую используемый практиками обучения для обозначения проблемных лекций, ролевых и деловых игр, групповых дискуссий, решения ситуационных задач и др.

Акцентуация — выделение какого- либо свойства или признака на фоне других, его особенное развитие.

Акцентуация характера — чрезмерное усиление отдельных черт характера, проявляющееся в избранной уязвимости личности по отношению к определённого рода психотравмирующим воздействиям и устойчивости к другим.

Альтруизм — черта характера, пробуждающая человека бескорыстно приходить на помощь людям и животным.

Амнезия — нарушение памяти, расстройство памяти, неспособность к воспоминанию.

Анатомо-физиологические особенности детей – это возрастные особенности строения, функций детского организма, их преобразования в процессе индивидуального развития. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.34.

Андрагогика – отрасль педагогической науки, предметом которой являются закономерности образования взрослых, их общего и профессионального развития. При андрагогическом подходе содержание обучения отбирается исходя из образовательных запросов и опыта взрослого; проектирование и организация учебной деятельности осуществляются с учетом его возрастных и личностных особенностей, мотивации, социального, познавательного и профессионального опыта. Отношения между преподавателем и обучающимися строятся на основе совместной деятельности, сотрудничества и взаимного обмена информацией.

Андрагогика (от греч. – взрослый человек, руководство) – отрасль педагогической науки, охватывающая теоретические и практические проблемы образования, обучения и воспитания взрослых. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.36.

Анкетирование - психологический вербально-коммуникативный метод, в котором в качестве средства для сбора сведений от респондента используется специально оформленный список вопросов — анкета.

Аномалия — отклонение от нормы, от общей закономерности, неправильность в развитии.

Аномальные дети (от греч. – отклонение, неправильность) – дети, имеющие значительные отклонения от нормального физического или психического развития и вследствие этого нуждающиеся в воспитании и обучении в специальных условиях, которые обеспечивают коррекцию и компенсацию недостатков развития. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.37.

Антипатия (с греч. – враждебность, чувство) – чувство неприязни, нерасположения к кому-либо, чему-либо. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.41.

Антипедагогика – течение в педагогике стран Зап.Европы и США во 2-й половине 20 века, обосновывающее отказ от воспитания как целенаправленного процесса формирования личности. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.41.

Антропософия (от греч. – человек и мудрость) – учение о духовной жизни человека, исходящее из сверхчувственного познания мира через самопознание человека как духовного космического существа. // Хуторской В.А. «Современная дидактика», М., 2001. – С.133.

Аспирантура (от лат. – стремлюсь, стараюсь приблизиться) – форма планомерной подготовки научно-педагогических кадров. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.62.

Ассоциация — соединение, связь психических явлений друг с другом.

Ассоциация (от лат. - соединение) – связь психических процессов (ощущений, представлений, мыслей, чувств, движений и т.п.), при которой протекание одного из них вызывает появление другого. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.62.

Астения (от греч. - бессилие) – это болезненное состояние, характеризующееся повышенной утомляемостью, истощаемостью, неспособностью к длительному умственному и физическому напряжению. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.63.

Асфиксия — удушье, при котором останавливается дыхание, нарушается сердечная деятельность. Наступает у детей при рождении,

вследствие прекращения поступления кислорода из организма матери через плаценту, когда лёгочное дыхание ребёнка ещё не возникло.

Аттестация педагогов (от лат. - свидетельство) – комплексная оценка уровня квалификации, педагогического профессионализма и продуктивности деятельности работников образовательных заведений. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.65.

Аттестация учителей — изучение и анализ педагогической деятельности учителя с целью установления соответствия занимаемой должности и присвоения одной из квалификационных категорий.

Аттракция — привлекательность, влечение одного человека к другому, сопровождающееся положительными эмоциями.

Аутизм — нарушение нормального хода мышления под влиянием болезни и других психотропных средств. Уход человека от реальности в мир фантазий и грез. В наиболее яркой форме обнаруживается у детей дошкольного возраста и у больных шизофренией. Термин введен врачом - психиатром Е. Блейлером.

Аутизм (от греч. - сам) – состояние психики, характеризующееся замкнутостью, отсутствием потребности или затруднениями в общении, предпочтением своего внутреннего мира контактам с окружающими. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.65.

Аутогенная тренировка — комплекс специальных упражнений, основанных на самовнушении и используемых человеком для управления собственными психическими состояниями и поведением.

Аффект — эмоциональный процесс взрывного характера, характеризующийся кратковременностью и высокой интенсивностью, часто сопровождающийся резко выраженными двигательными проявлениями и изменениями в работе внутренних органов. Аффекты отличают от эмоций, чувств и настроений.

Аффекты (от лат. – душевное волнение) – эмоциональные состояния, для которых характерно бурное и относительно кратковременное протекание (ярость, гнев, ужас и т.п.). // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.66.

Базовое образование – общественно необходимый уровень общеобразовательной подготовки, предусматривающий разностороннее развитие и ценностно-этическую ориентацию личности, формирование общекультурной основы ее дальнейшего образования, гражданского и профессионального становления. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.68.

Барьер психологический — внутреннее препятствие психологической природы (нежелание, боязнь, неуверенность и т.п.), мешающее человеку успешно выполнить некоторое действие. Часто возникает в деловых и личных взаимоотношениях людей и препятствует установлению между ними открытых и доверительных отношений.

Безнадзорность детская – отсутствие или недостаточность контроля за поведением и занятиями детей и подростков, воспитательного влияния на них со стороны родителей или заменяющих их лиц. Крайнее проявление – беспризорность. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.75.

Беседа – вопросно-ответный метод обучения, применяется учителем с целью активизации умственной деятельности учащихся в процессе приобретения новых знаний или повторения и закрепления полученных ранее знаний. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.83.

Беседа – метод педагогического исследования, организуется с целью выяснения индивидуальных особенностей личности (мотивационной и эмоциональной сфер, знаний, убеждений, интересов, предпочтений, установок, отношения к среде, коллективу и др.) // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.84.

Беспризорность детская – отсутствие у детей и подростков семейного или государственного попечения, педагогического надзора и нормальных условий жизни. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.84.

Бессознательное — характеристика психологических свойств, процессов и состояний человека, находящихся вне сферы его сознания, но оказывающих такое же влияние на его поведение, как и сознание.

Бихевиоризм — учение, в котором в качестве предмета психологических исследований рассматривается только поведение человека и изучается его зависимость от внешних и внутренних материальных стимулов. Б. Отрицает необходимость и возможность научного исследования собственно психических явлений. Основателем Б. считается американский ученный Д. Уотсон.

Бихевиоризм (от англ. - поведение) – направление в американской психологии; рассматривает все феномены психической жизни человека и животных как совокупность актов поведения, которое трактуется широко – как все виды реакций организма на стимулы внешней среды. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.102.

Благодарность – чувство признательности к человеку (группе) за оказание благодеяния, внимания, выражающееся в готовности ответить взаимным действием. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.103.

Болезнь - нарушение нормальной жизнедеятельности организма, возникшее при действии на него повреждающих факторов или обусловленное пороками развития, а также генетическими (наследственными) дефектами.

Братские школы – учебные заведения, существовавшие в 16-18 вв. при братствах, национально-религиозных общественных объединениях православных горожан Украины и Белоруссии (в составе Польско-Литовского государства). // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.112.

Брейнсторминг — специальный метод организации совместной групповой творческой работы людей, рассчитанной на повышение их умственной активности и решение сложных интеллектуальных задач

Валидность — качество метода психологического исследования, выражающееся в его соответствии тому, для изучения и оценки чего он изначально был предназначен.

Вальдорфская педагогика – совокупность методов и приемов воспитания и обучения, основанная на антропософской интерпретации развития человека как целостного взаимодействия телесных, душевных и духовных факторов. (методологические и дидактико-методические основы разработал Р.Штейнер для детей рабочих фабрики «Вальдорф-Астория», Штутгарт, 1919г.)

Ведущая деятельность – деятельность, внутри и посредством которой осуществляется психическое развитие, возникают важнейшие психические новообразования. Предполагается, что каждому периоду обучения и воспитания соответствует своя ведущая деятельность.

Ведущая деятельность – деятельность, выполнение которой определяет возникновение и формирование основных психологических новообразований человека на данной ступени развития его личности. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.130.

Вербальное научение — приобретение человеком жизненного опыта, знаний, умений и навыков через словесные инструкции и разъяснения.

Вербальный — относящийся к звуковой человеческой речи.

Вечернее обучение – форма организации учебного процесса для лиц, сочетающих учебу с профессиональной трудовой деятельностью, составная часть системы непрерывного образования. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.142.

Взаимообучение – обмен информацией, личностным и профессиональным опытом между студентами в процессе групповых очных занятий. Взрослый – человек, которому присущи личностная, биологическая и психофизиологическая зрелость, жизненный, социокультурный и профессиональный опыт. Понятие «взрослый обучающийся» используется в основном тогда, когда речь идет о дополнительном профессиональном образовании; несмотря на хронологический возраст, обучающихся, получающих первое профессиональное образование, к категории взрослых не относят.

Взгляд – есть суждение, субъективный вывод человека, который связан с объяснением тех или иных природных и общественных явлений. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.462

Виды педагогической деятельности — разновидности, типы педагогической деятельности, направленной на подготовку подрастающих поколений к жизни.

Виктимология (от лат. – жертва) область знания на стыке педагогики, психологии, социологии, криминологии, изучающая различные категории людей – жертв неблагополучных условий социализации. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.663.

Виннетка–план – система индивидуализированного обучения (1919-1920 гг., г.Виннетка, шт.Иллинойс, США); учебные материалы были рассчитаны на достижение учениками учебных целей, прорабатывались в оптимальном для каждого школьника темпе. Обучение сопровождалось тестированием, которое устанавливало степень приближения учащихся к заранее запланированным результатам. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.148.

Виновность, вина – нравственное состояние человека, обусловленное нарушением им морального долга. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.147.

Виртуальный университет – консорциум университетов и колледжей (США), предоставляющих возможность обучающемуся обучаться одновременно в нескольких учебных заведениях на основе распределенного (комбинированного) учебного плана.

Внеурочная работа (внеклассная работа) – составная часть учебно-воспитательного процесса в школе, одна из форм организации свободного времени учащихся, осуществляется с целью развития интересов и способностей личности, удовлетворении ее потребностей в познании, общении, практической деятельности, восстановлении сил и укрепления здоровья. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.151.

Внешкольное учреждение — тип учебно-воспитательного учреждения системы дополнительного, внешкольного образования.

Внимание — состояние психологической концентрации, сосредоточенности на каком - либо объекте.

Внутренняя речь — особенный вид человеческой речевой деятельности, непосредственно связанный с бессознательными, автоматически протекающими процессами перевода мысли в слово и обратно.

Внушение — неосознанное влияние одного человека на другого, вызывающее определенные изменения в его психологии и поведении.

Возрастной подход в воспитании – учет и использование закономерностей развития личности (физиологических, психических, социальных), а также социально-психологических особенностей групп воспитуемых, обусловленных их возрастным составом. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.159.

Возрастные особенности – это комплекс физических, познавательных, интеллектуальных, мотивационных, эмоциональных свойств человека, которые характерны для большинства людей одного возраста. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.159.

Волонтер – человек, осуществляющий деятельность в сфере физической культуры и спорта (далее – волонтер), – физическое лицо, добровольно оказывающее информационную и (или) организационную помощь болельщикам и иным лицам при проведении спортивно-массового мероприятия или спортивного соревнования на основании безвозмездного гражданско-правового договора, заключенного с организатором спортивно-массового мероприятия или организатором спортивного соревнования;

Воля — свойство (процесс, состояние) человека, проявляющееся в его способности сознательно управлять своей психикой и поступками. Проявляется в преодолении препятствий, возникающих на пути достижения сознательно поставленной цели.

Воля – способность человека действовать в направлении достижения сознательно поставленной цели, преодолевая при этом внешние и внутренние препятствия. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.162.

Воображение — способность представлять отсутствующий или реально не существующий объект, удерживать его в сознании и мысленно манипулировать им.

Вопрос – 1) форма мысли как результат отделения человеком своего знания от незнания, постановки неизвестного на место цели поисковой деятельности, указания на область поиска этого неизвестного; 2) первое звено диады «вопрос– ответ», инициирующее диалогическое общение с другим человеком или с самим собой; 3) средство педагогического управления познавательной деятельностью обучающегося (информационные и проблемные вопросы).

Воспитание – 1) процесс социализации индивида, становления и развития его как личности на протяжении всей жизни в ходе собственной активности и под влиянием природной, социальной и культурной среды, в т.ч. специально организованной целенаправленной деятельности родителей, учителей, преподавателей; 2) обретение индивидом общественно признанных и одобряемых данным сообществом социальных ценностей, нравственных и правовых норм, качеств личности и образцов поведения в процессах образования.

Воспитание – в широком социальном смысле – передача накопленного опыта от старшего поколения к младшему. //Подласый И.П. «Педагогика», М., 2002. – С.18.

Воспитание – процесс взаимодействия человека с окружающей средой (в том числе и с воспитателем), обеспечивающий усвоение им определенных норм и способов поведения в обществе. // Хуторской В.А. «Современная дидактика», М., 2001. – С.32.

Воспитание - это культуросообразный, социально ориентированный педагогический процесс, направленный на приобщение ребенка к ценностям культуры, овладение им социальным опытом, развитие ценностно-смысловой сферы его сознания, становление личности и индивидуальности.

Воспитание – это процесс целенаправленной и сознательно контролируемой социализации. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.128.

Воспитание – это специально организованная деятельность педагогов и воспитанников для реализации целей образования в условиях педагогического процесса. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.86.

Воспитание (в узком смысле) – специфический процесс формирования социальных и духовных отношений (идеологических, политических, нравственных, эстетических и др.). // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.94.

Воспитание (в широком смысле) – целенаправленный и сознательно осуществляемых педагогический процесс организации и стимулирования разнообразной деятельности формируемой личности по овладению общественным опытом: знаниями, практическими умениями и навыками, способами творческой деятельности, социальными и духовными отношениями. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.94.

Воспитание (как категория педагогики) - это целенаправленная деятельность, призванная формировать у детей систему качеств личности, взглядов и убеждений. Или: это решение какой-либо конкретной воспитательной задачи. // Рос.Пед.Энц., 1993,Т.1. - С.165.

Воспитание (как социальное явление) – передача накопленного производственного, социального и духовного опыта последующим поколениям и подготовка их к жизни. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.12.

Воспитание (как социальное явление) – это целенаправленное создание условий (материальных, духовных, организационных) для развития человека. Или: это воздействие на личность общества в целом. // Рос.Пед.Энц., Т.1. - С.165.

Воспитание (с социально-культурной точки зрения) – это объективный социальный механизм передачи между поколениями жизненно важного опыта. //Лихачев Б.Т. «Педагогика», М., 1999. – С.20.

Воспитатель — работник образовательного учреждения, в чьи должностные обязанности входит: планирование и организация жизнедеятельности воспитанников; проведение повседневной работы, обеспечивающей создание условий для их социально-психологической реабилитации, социальной и трудовой адаптации; проведение коррекционно-развивающей работы на основе изучения индивидуальных особенностей учащихся; проведение мероприятий, способствующих их развитию

Воспитательная система – система, объединяющая комплекс воспитательных целей; людей, их реализующих в процессе целенаправленной деятельности; отношений, возникающих между ее участниками; освоенную среду и управленческую деятельность. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.169.

Воспитывающее обучение – обучение, при котором достигается органическая связь между приобретением учащимися знаний, умений, навыков, усвоением опыта творческой деятельности и формированием эмоционально-ценностного отношения к миру, друг к другу, к усваиваемому учебному материалу. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.171.

Воспоминание — (припоминание) - воспроизведение по памяти какой-либо ранее воспринятой информации. Один из основных процессов памяти.

Восприятие — процесс приема и переработки человеком различной информации, поступающей в мозг через органы чувств. Завершается формированием образа

Временный коллектив – организованное объединение учащихся, создающееся в детских оздоровительных лагерях, лагерях труда и отдыха, в туристических и экспедиционных группах, отрядах и т.д. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.174.

Всестороннее развитие личности – гуманистический идеал воспитания. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.177.

Вспомогательная школа – специальное учебно-воспитательное учреждение для умственно отсталых детей. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.177.

Галлюцинации — нереальные, фантастические образы, возникающие у человека во время болезней, влияющих на состояние его психики.

Генетическая психология — отрасль психологической науки, изучающая происхождение психических явлений в развитии, устанавливающий их происхождение и законы преобразования по мере развития.

Генетический метод — метод изучения психических явлений в развитии, устанавливающий их происхождение и законы преобразования по мере развития.

Гениальность — высший уровень развития у человека каких-либо способностей, делающий его выдающейся личностью в соответствующей области или сфере деятельности.

Генотип — совокупность генов или каких-либо качеств, полученных человеком в наследство от своих родителей.

Гештальт — структура целое, система.

Гештальт-психология — направление психологических исследований, возникшее в Германии в начале XX в. в период открытого кризиса психологической науки. В противоположность ассоцианизму гештальт-психология утверждала приоритет структуры, или целостности, в организации психических процессов, законах динамике их протекания.

Гигиена детей и подростков – раздел гигиены, изучающий влияние различных факторов окружающей среды на организм ребенка и разрабатывающий гигиенические нормативы, направленные на охрану и укрепление здоровья, гармоническое развитие и совершенствование функциональных возможностей организма детей и подростков. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.210.

Гигиена учебных занятий – система оптимальных, научно обоснованных требований к организации учебного процесса – нормирование умственных и физических нагрузок, рациональная организация уроков (в т.ч. трудового обучения и физического воспитания), чередование видов учебной

работы в течение дня, недели, учебного года. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.210.

Гимназия (греч.) — среднее общеобразовательное учебное заведение гуманитарно-филологического направления.

Гипноз — вызванное внушающим воздействием временное отключение сознания человека или снятие сознательного контроля над собственным поведением.

Гипотеза (от греч. – основание, предположение) – научно обоснованное допущение или предположение, истинное значение которого неопределенно; форма развития науки. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.213.

Гомеостаз — нормальное состояние равновесия органических и других процессов в живой системе.

Готовность к школьному обучению – совокупность морфофизиологических и психологических особенностей ребенка старшего дошкольного возраста, обеспечивающая успешный переход к систематическому организованному школьному обучению. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.223.

Гражданское воспитание – формирование гражданственности как интегративного качества личности, позволяющего человеку ощущать себя юридически, социально, нравственно и политически дееспособным. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.224.

Грамотность – определенная степень владения человеком навыками чтения и письма в соответствии с грамматическими нормами родного языка. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.227.

Грезы — фантазии и мечты человека, рисующие в его воображении приятные, желаемые картины будущей жизни.

Группа — совокупность людей, выделенная на основе какого либо одного или нескольких общих для них признаков.

Группа социальная – относительно устойчивая совокупность людей, связанных системой отношений, регулируемых общими ценностями и нормами. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.237.

Групповая динамика — направление исследований в социальной психологии, в котором изучается процесс возникновения, функционирования и развития разных групп.

Гуманистическая педагогика – направление в современной теории и практике воспитания, возникшее в 50-х – 60-х гг. XX века в США; в центре внимания – уникальная целостная личность, которая стремится к максимальной реализации своих возможностей (самоактуализации). // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.239.

Гуманистическая психология — отрасль психологии (перв. пол. XX в.), в которой человек рассматривается как высшее духовное существо, ставящее перед собой цель самосовершенствования и стремящееся к ее достижению. Основоположниками считаются американские ученные Г. Оллпорт, А. Маслоу и К. Роджерс.

Гуманитаризация образования – система мер, направленная на приоритетное развитие общекультурных компонентов в содержании образования. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.239.

Дальтон-план – система индивидуализированного обучения, возникшая в 1905 г. в г.Долтон, шт.Массачусетс, США, автор Елена Паркхерст; ученикам предоставлялась свобода как в выборе занятий, очередности изучения различных учебных предметов, так и в использовании своего рабочего времени; выполнение работы фиксировалось в учетных карточках. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.243.

Девиантное поведение — один из видов отклоняющегося поведения, связанный с нарушением соответствующих возрасту социальных норм и правил поведения, характерных для микросоциальных отношений (семейных, школьных) и малых половозрастных групп. Данный тип поведения возможно называть антидисциплинарным.

Девиация — отклонение. Одна из сторон явления изменчивости, которое присуще как человеку, так и окружающему его миру. Характеризуется как трудновоспитуемость подростка, не соблюдение им норм и правил, установленных в обществе. Негативные формы девиаций: пьянство и алкоголизм, токсикомания и наркомания, проституция, суицид, правонарушения и преступность.

Дедукция (от лат. - выведение) – переход от общего знания о предметах данного класса к единичному (частному) знанию об отдельном предмете класса. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.248.

Дезадаптация социальная — состояние ребёнка, когда отмечается полная утрата интереса к учёбе, пребыванию в школьном коллективе, уход в асоциальные компании, увлечение спиртными напитками, наркотиками.

Дезадаптация школьная — состояние ребёнка, когда наряду с возрастающими трудностями в обучении на первый план выступают нарушения поведения, выраженные в виде конфликтов с педагогами, одноклассниками, пропусков занятий.

Действие – структурная единица деятельности (С.Л.Рубинштейн, А.Н.Леонтьев); произвольный преднамеренный акт, направленный на достижение осознаваемой цели.

Действие – структурная единица деятельности, направленная на достижение осознаваемой цели. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.248.

Декомпенсация учебная — состояние ребёнка, характеризующееся возникновением затруднений в изучении одного или нескольких предметов при сохранении общего интереса к школе.

Делинквентное поведение — характеризуется как повторяющиеся асоциальные (антисоциальные) поступки детей и подростков, которые складываются в определённый устойчивый стереотип действий, нарушающих правовые нормы, но не влекущих уголовной ответственности из-за их ограниченной общественной опасности или не достижения ребёнком возраста, с которого начинается уголовная ответственность.

Деловая игра – форма обучения, в которой моделируются предметный и социальный аспекты содержания профессиональной деятельности. Одна из ведущих форм контекстного обучения. В деловой игре развертывается квазипрофессиональная деятельность обучающихся на имитационно-игровой модели, отражающей содержание, технологии и динамику профессиональной деятельности специалистов, ее целостных фрагментов.

Деменция — слабоумие как следствие недоразвития высших психических функций.

Демонстрация (от лат. - показывание) наглядных пособий, опытов – наглядный метод обучения, использование которого обеспечивает направленность внимания учащихся на существенные (а не случайно обнаруженные) характеристики изучаемых предметов, явлений, процессов. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.251.

Депрессия — состояние душевного расстройства, подавленности, характеризующееся упадком сил и снижением активности.

Депривация — психическое состояние, возникающее в результате длительного ограничения возможностей человека для удовлетворения в достаточной мере его основных психических потребностей; характеризуется выраженными отклонениями в эмоциональном и интеллектуальном развитии, нарушением социальных контактов. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.251.

Дескулизация (от англ. – «обесшколивание») – концепция упразднения школы как социального института и замены ее нетрадиционными формами социализации молодежи; выдвинута в 60-х – 70-х гг. XX века в США, Великобритании, Бразилии. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.252.

Детские дома – воспитательные учреждения для детей-сирот, оставшихся без попечения родителей вследствие их болезни, смерти, лишения родительских прав. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.255.

Детские игры – занятия, действия, формы общения детей, не носящие обязательного характера, доставляющие чувство радости, удовольствия от достижения игрового результата. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.256.

Детский церебральный паралич (ДЦП) — заболевание головного мозга, при котором вследствие поражения двигательных центров мозга наблюдаются различные психомоторные нарушения (плохая координация движений, паралич конечностей).

Детство — детский возраст, детские годы; возраст от рождения человека до его совершеннолетия.

Дефект — физический или психический недостаток, вызывающий нарушение нормального развития ребёнка.

Деятельность – динамическая система взаимодействий субъекта с окружающим миром. // Хуторской В.А. «Современная дидактика», М., 2001. – С.59.

Деятельность – целенаправленное преобразование человеком природной и социальной действительности. В педагогике в качестве основных выделяют игровую, учебную и трудовую деятельность. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.264.

Деятельность – форма общественно-исторического бытия людей, целенаправленное преобразование ими природной и социальной действительности. Деятельность превращает некоторый исходный материал в продукт; осуществляется субъектом, включает в себя цель, средство, сам процесс преобразования и его результат; – активное взаимодействие человека с окружающей действительностью, в ходе которого человек выступает как субъект, целенаправленно воздействующий на объект и удовлетворяющий таким образом свои потребности. Всякая деятельность состоит из ряда актов – действий или поступков, основанных на тех или иных побуждениях или мотивах и направленных на определенную цель (С.Л. Рубинштейн). Понятие деятельности необходимо связано с понятием мотива. Деятельности без мотива не бывает. Деятельность осуществляется совокупностью действий, подчиняющихся частным целям, которые могут выделяться из общей цели. Роль общей цели выполняет осознанный мотив (А.Н. Леонтьев).

Деятельность педагогическая – особый вид социальной деятельности, направленной на передачу от старших поколений младшим накопленных человечеством культуры и опыта, создание условий для их личностного развития и подготовку к выполнению определенных социальных ролей в обществе. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.24.

Диалог – единица общения, исходная «клеточка» порождения и развития речи и мышления человека. Каждая реплика диалога (высказывание) – единица речи индивида – имеет предметную отнесенность (реплика о чем-то) и социальный характер (обращена к партнеру), регулируется микросоциальными отношениями между партнерами; может осуществляться также как обмен неречевыми «репликами» – поступками, действиями, бездействием, жестами, молчанием. Диалог связан с внутренней речью, накладывая отпечаток на ее структуру и таким образом на сознание в целом.

Дидактика - (с греч. - поучающий) – научная дисциплина, которая занимается исследованием теоретических и методических основ обучения. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.132.

Дидактика – теория образования и обучения, отрасль педагогики. Предметом дидактики является взаимодействие преподавания и учения, обеспечивающее организованное усвоение учащимися содержания обучения.

Дидактика (от греч. – поучающий, относящийся к обучению) – теория образования и обучения, отрасль педагогики. Предметом дидактики является обучение как средство образования и воспитания человека. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.265.

Дидактические игры – специально создаваемые или приспособленные для целей обучения игры. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.269.

Дидактогения — негативное психическое состояние учащегося, вызванное нарушением педагогического такта (акцент внимания на дефект) со стороны педагога (воспитателя, тренера). // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.271.

Директор школы – главное административное лицо школы, несет персональную ответственность за всю работу. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.273.

Дисграфия — нарушение письма; выражается в замене букв, в пропуске и перестановке букв и слогов, в слиянии слов вследствие недоразвития устной речи и фонематического слуха.

Дискуссия (от лат. – рассмотрение. исследование) – 1. способ организации совместной деятельности с целью интенсификации процесса принятия решения в группе. 2. Метод обучения, повышающий интенсивность и эффективность учебного процесса за счет активного включения обучаемых в коллективный поиск истины. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.273.

Дисморфобия — болезненное переживание своего физического несовершенства, недостатков внешности.

Дистанционное образование (ДО) – форма образования, отличающаяся преимущественно разделенным во времени и пространстве опосредованным учебными текстами общением обучающих и обучающихся. Руководство обучением осуществляется посредством установочных лекций и инструктивных материалов, рассылаемых обучающимся тем или иным способом, а также в ходе периодических очных контактов обучающих и обучающихся.

Дисциплина – качественная характеристика порядка, организованности той или иной общности, сфере жизнедеятельности людей, отражающая соответствие их поведения сложившимся в обществе нормам права, морали или уставным требованиям какого-либо учреждения. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.274.

Дифференциация обучения (от лат. - разница) – форма организации учебной деятельности школьников, при которой учитываются их склонности, интересы и проявившиеся способности. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.276.

Документация школьная – источник первичной информации о состоянии дел в общеобразовательной школе. 1. Документы учебно-

педагогической деятельности (планы); 2. Документы статистической отчетности и делопроизводства. 3. Документы финансово-хозяйственной деятельности. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.281.

Домашние задания – форма самостоятельной работы учащихся, организуются учителем с целью закрепления и углубления знаний, полученных на уроке, а также для подготовки к восприятию нового учебного материала, а иногда и для самостоятельного решения посильной познавательной задачи; составная часть процесса обучения. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.283.

Доступность обучения – один из принципов обучения; соответствие содержания, объема изучаемого материала, методов и организационных форм обучения возрастным и индивидуальным возможностям учащихся, имеющимся у них знаниям и представлениям, условиям обучения. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.287.

Естественное воспитание – педагогическая концепция, определяющая целью воспитания содействие естественному развитию ребенка. Понятие введено Ж.Ж.Руссо в романе «Эмиль, или о воспитании», 1762 г. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.305.

Естественный эксперимент – метод психолого-педагогического исследования; эксперимент. Включенный незаметно для испытуемого в его игровую, трудовую или учебную деятельность. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.305.

Желание — состояние актуализированной, т.е. начавшей действовать, потребности, сопровождаемое стремлением и готовностью сделать что-либо конкретное для ее удовлетворения.

Забывание — процесс памяти, связанный с утратой следов прежних воздействий и возможности их воспроизведения.

Задатки — предпосылки к развитию способностей. Могут быть врожденными и приобретенными при жизни.

Задатки – это анатомо-физиологические особенности организма, главным образом центральной нервной системы, являющиеся предпосылками формирования способностей. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.317.

Задача познавательная – учебное задание, предлагающее поиск новых знаний, способов, умений и стимуляцию активного использования в обучении связей, отношений, доказательств. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.317.

Задержка психического развития (ЗПР) — особый тип аномалии, проявляющийся в нарушении нормального темпа психического развития ребёнка.

Закон – необходимое, существенное, устойчивое. Повторяющееся отношение между различными явлениями. // Хуторской В.А. «Современная дидактика», М., 2001. – С.70.

Закономерности обучения – устойчиво повторяющиеся связи между типичными педагогическими фактами, явлениями, событиями. // Хуторской В.А. «Современная дидактика», М., 2001. – С.73.

Закономерности обучения – это объективные, существенные, устойчивые, повторяющиеся связи между составными частями, компонентами процесса обучения. //Пидкасистый И.П. «Педагогика», 1995. – С.176.

Закономерности обучения – это проявления основных законов дидактики, находят свое отражение в дидактических принципах и вытекающих из них педагогических правилах. // Хуторской В.А. «Современная дидактика», М., 2001. – С.71.

Замещение - (сублимация) - один из защитных механизмов, представляющих собой подсознательную замену одной, запретной или практически не достижимой, цели на другую, разрешенную или более доступную, способную хотя бы частично удовлетворить актуальную потребность.

Замкнутость — нарушение, которое вызывается застенчивостью и проявляется в трудностях установления эмоциональных контактов, отношений с окружающими людьми.

Запоминание — один из процессов памяти, обозначающий введение в память вновь поступающей информации.

Запущенность педагогическая – устойчивые отклонения от нормы в нравственном сознании и поведении детей и подростков, обусловленные отрицательным влиянием среды и ошибками в воспитании. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.325.

Заражение — психологический термин, обозначающий бессознательную передачу от человека к человеку каких-либо эмоций, состояний, побуждений

Зарядка – это утренняя гигиеническая гимнастика; регулярное выполнение комплексов физических упражнений, направленное на укрепление здоровья и повышение настроения учащихся. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.326.

Здоровый образ жизни – это интегративное понятие, включающее в себя целый ряд определенных знаний, правил и ценностей о здоровьесбережении и здоровьесберегающей среде, соблюдение которых дает возможность каждому человеку, любого возраста, положения и статуса укреплять, восстанавливать, поддерживать свое здоровье в здоровом биоритме как можно дольше (по количеству лет), что способствует активной и позитивной жизнедеятельности личности для полноценной самореализации в современных условиях.

Здоровье - состояние полного физического, духовного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней и физических дефектов.

Здоровье детей – состояние организма, характеризующееся его уравновешенностью с окружающей средой и отсутствием каких-либо болезненных изменений. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.328.

Знания – понимание, сохранение в памяти и умение воспроизводить основные факты науки и вытекающие из них теоретические обобщения (понятия, правила, законы, выводы и т.д.). // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.155.

Знания – результат процесса познания индивидом действительности; адекватное ее отражение в сознании человека в виде представлений, понятий, суждений, теорий.

Зона ближайшего развития – понятие, обозначающее реально имеющиеся у обучающегося возможности, которые могут быть раскрыты и использованы для его развития при минимальной помощи со стороны обучающего (Л.С. Выготский); в широком смысле – будущий результат, еще находящийся в процессе становления, «завтрашний день» в психическом развитии человека.

Игра – форма организации поведения и деятельности человека в условных ситуациях, посредством которой воссоздается и усваивается общественный опыт, фиксированный в социально закрепленных способах действий и поступках людей, в предметах культуры, науки и производства. Этим обусловлено использование разного рода игр – деловых, инновационных, организационно-деятельностных и др. – в системе общего и профессионального образования.

Игровая терапия – метод лечебно-педагогического воздействия на детей и взрослых, страдающих различными эмоциональными нарушениями, страхами, неврозами и др. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.337.

Идеал – это осмысление и эмоциональное принятие наивысшего совершенства в чем-нибудь, то, что становится целью деятельности, жизненным стремлением личности. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.463.

Идентификация — логическая операция, установление равнозначности объектов, условий на основе знаний существенных признаков и их сопоставления.

Идиотия — глубокая степень выраженности умственной отсталости.

Изменчивость — одна из важнейших черт детской личности, которая сказывается как в отдельных чертах и во всей личности.

Импульсивность — это особенность поведения человека заключающаяся в склонности действовать по первому побуждению под влиянием обстоятельств или эмоций.

Индивид – отдельный представитель человеческого рода безотносительно к его качествам // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.70.

Индивидуализация обучения – организация учебного процесса с учетом индивидуальных особенностей учащихся; позволяет создать оптимальные условия для реализации потенциальных возможностей каждого ученика. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.359.

Индивидуальность – неповторимое своеобразие отдельного человека, совокупность только ему присущих особенностей. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.361.

Индивидуальность – это набор уникальных черт и особенностей, которые отличают одного индивида от всех остальных; своеобразие личности и психики человека.

Индивидуальность – это то особенное, чем отличается один человек от другого, одна личность от другой, что придает ей своеобразную красоту и неповторимость и обусловливает специфический стиль ее деятельности и поведения. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.70.

Индивидуальные особенности – многообразие мыслей, чувств, проявлений воли, потребностей, мотивов, желаний, интересов, привычек, настроений, переживаний, качеств перцептивных процессов, интеллекта, склонностей отдельного человека. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.361.

Индивидуальный подход в воспитании – это осуществление педагогического процесса с учетом индивидуальных особенностей учащихся (темперамента и характера, способностей и склонностей, мотивов и интересов и др.), в значительной степени влияющих на их поведение в различных жизненных ситуациях. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.361.

Инициатива — проявление человеком активности, не стимулированной извне и неопределяемой не зависящими от него обстоятельствами.

Инновации в образовании – новшества, нововведения в процессе обучения и воспитания с целью активизации учебно-познавательной деятельности учащихся и формирования у них творческого, креативного мышления.

Инсайт (озарение, догадка) — неожиданное для самого человека, внезапное нахождение решения какой-либо проблемы, над которой он долго и настойчиво думал.

Инстинкт — врожденная, малоизменяемая форма поведения, обеспечивающая приспособление организма к типичным условиям его жизни.

Интеллект — совокупность умственных способностей человека и некоторых высших животных, например, человекообразных обезьян.

Интерактивность – характеристика процесса обмена информацией, идеями, мнениями между субъектами образовательного процесса (тьютором и обучающимися, обучающимися между собой); может быть как непосредственным, вербальным диалогом, так и опосредованным диалогически организованным (интерактивным) письменным текстом, включая работу в реальном режиме времени в сети Интернет.

Интеракция — взаимодействие.

Интерес — эмоционально окрашенное, повышенное внимание человека к какому-либо объекту или явлению.

Интериоризация — переход из внешней для организма среды во внутреннюю. Применительно к человеку И. Означает превращение внешних действий с материальными предметами во внутренние, умственные, оперирующие символами. Согласно культурно-исторической теории формирования высших психических функций И. Является основным механизмом их развития.

Интерференция — нарушение нормального хода одного процесса вмешательством другого.

Интроверсия — обращенность сознания человека к самому себе; поглощенность собственными проблемами и переживаниями,

сопровождаемая ослаблением внимания к тому, что происходит вокруг. И. Является одной из базовых черт личности.

Интроспективная психология — отрасль психологических исследований, существовавшая в основном в XX в Основным методом исследования в И.п. была интроспекция.

Интроспекция — метод познания психических явлений путем самонаблюдения человека, т.е. внимательного изучения самим человеком того, что происходит в его сознании при решении разного рода задач.

Интуиция — способность быстро находить верное решение задачи и ориентироваться в сложных жизненных ситуациях, а также предвидеть ход событий.

Инфантилизм — проявление детских черт в психологии и поведении взрослого человека.

Инфантилизм — сохранение в организме, психике и поведении человека особенностей и черт характера присущих более ранней детской стадии развития // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.374.

Исправительно-трудовая педагогика (пенитенциарная)– отрасль педагогической науки, изучающая организованную деятельность по исправлению лиц, совершивших уголовное преступление и осужденных к различным видам наказания, как связанных, так и не связанных с лишением свободы. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.382.

Исследование в педагогике – процесс и результат научной деятельности, направленной на получение общественно значимых новых знаний о закономерностях, структуре, механизме обучения и воспитания, теории и истории педагогики, методике организации учебно-воспитательной работы, ее содержании, принципах, методах и организационных формах // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.384.

Исследовательский метод обучения – организация поисковой, познавательной деятельности учащихся путем постановки учителем

познавательных и практических задач, требующих самостоятельного творческого решения. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.386.

Истерия — функциональное нервно-психическое состояние, проявляющееся в изменении характера и поведения, в стремлении быть в центре внимания; повышенная внешняя чувственная окраска переживаний.

История педагогики – область науки, изучающая историческое развитие образовательной практики и педагогического знания в их единстве, а также во взаимосвязи с современными проблемами образования и педагогических наук. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.392.

Йена-план – система организации работы школы, сочетающая индивидуализацию учебно-воспитательного процесса с коллективной деятельностью учащихся; разработана в 1920-х гг. профессором Йенского университета (ФРГ) Петером Петерсоном // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.403.

Качество образования – соответствие полученного образования определенным потребностям, требованиям, стандартам, ожиданиям. Представляет собой совокупность качеств: контингента обучающихся, преподавателей; содержания образования; условий организации обучения; используемых педагогических технологий; образовательного процесса. Главным критерием оценки качества образования специалиста является соответствие его личностных, профессиональных и деловых характеристик потребностям жизни, включая потребности самого специалиста, производства и общества.

Классно-урочная система обучения – организация учебного процесса, при которой учащиеся группируются в отдельные классы в соответствии с возрастом и уровнем знаний; основной формой обучения является урок. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.444.

Классный руководитель – педагог, занимающийся организацией, координацией и проведением внеурочной воспитательной работы в классе (коллективе учащихся). // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.444.

Климат социально-психологический — общая социально-психологическая характеристика состояния малой группы, в особенности человеческих взаимоотношений, сложившихся в ней.

Когнитивная психология — одно из современных направлений исследований в психологии, объясняющее поведение человека на основе знаний и изучающее процесс и динамику их формирования.

Коллектив — высокоразвитая малая группа людей, отношения в которой строятся на позитивных нормах морали. К. Обладает повышенной эффективностью в работе, проявляющейся в форме сверх аддитивного эффекта.

Коллектив (от лат. - собирательный) – социальная общность людей, объединенных на основе общественно значимых целей, общих ценностных ориентаций, совместной деятельности и общения // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.450

Коллектив воспитательный – состоит из двух взаимосвязанных, относительно самостоятельных коллективов – воспитанников (учащихся) и воспитателей (педагогов, родителей, шефов) // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.450.

Коллектив воспитательный – это такое объединение учащихся, жизнь и деятельность которого мотивируются здоровыми социальными устремлениями, в котором хорошо функционируют органы самоуправления, а межличностные отношения характеризуются высокой организованностью, ответственной зависимостью, стремлением к общему успеху, богатством духовных отношений и интересов, что обеспечивает свободу и защищенность каждой личности // Харламов И.Ф., «Педагогика», С.354

Коллектив детский или ученический – по отношению к педагогическому коллективу выступает в качестве цели, объекта и инструмента воспитания; по отношению к детям – среда их обитания. Личностного самоутверждения, творческого самовыражения и самореализации // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.450.

Коллективизм – нравственный принцип, утверждающий приоритет интересов и целей коллектива над устремлением индивида и характеризующий высокий уровень групповой сплоченности // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.451.

Коммуникации — контакты, общение, обмен информацией и взаимодействие людей друг с другом.

Компенсация — способность человека избавляется от переживаний по поводу собственных недостатков (см. Комплекс неполноценности) за счет усиленной работы над собой и развития других положительных качеств. Понятие К. Введено А. Адлером.

Компенсация - это сложный, многоаспектный процесс перестройки или замещения нарушенных или недоразвитых психофизиологических функций организма.

Компетентностный подход – интегративная основа модели открытого дистанционного образования, предполагающая опору на понятие «компетентность специалиста» в качестве «единицы» измерения результатов образовательного процесса; обоснование компонентов компетентности; использование конкретных критериев оценки их сформированности, свидетельствующих об уровне профессионализма человека; выстраивание некоторых обоснованных уровней компетентности из всех характеристик ее компонентов. Это позволяет задать «лестницу» профессионального роста студентов и выстраивать образовательные программы в соответствии с уровнями их компетентности.

Компетентность: – интегративная характеристика, выраженная в способности человека осуществлять конкретную производственную деятельность в рамках принятых стандартов; – уровень владения человеком технологиями профессиональной деятельности, а также наличие соответствующих этой деятельности качеств личности внепредметного характера (ответственности, самостоятельности, способности принятия индивидуальных и совместных решений, творческого подхода к делу, умения

постоянно учиться, гибкости теоретического и профессионального мышления, коммуникативности и др.).

Комплекс неполноценности — сложное состояние человека, связанное с недостатком каких-либо качеств (способностей, знаний, умений и навыков), сопровождаемое глубокими отрицательными эмоциональными переживаниями по этому поводу.

Компьютеризация обучения – многоцелевое использование в учебном процессе компьютера как одного из компонентов информационных технологий // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.460.

Конвергенция — сведение зрительных осей глаз на каком-либо объекте или в одну точку зрительного пространства.

Константность восприятия — свойство воспринимать объекты и видеть их относительно постоянными по величине, форме и цвету в изменяющихся физических условиях восприятия.

Консультация – дополнительная помощь преподавателя учащимся в усвоении предмета // С.И.Ожегов, Словарь русского языка, М., 1982. – С.258.

Контекст – система внутренних и внешних факторов и условий поведения и деятельности человека в конкретной ситуации, определяющая смысл и значение этой ситуации как целого и входящих в него компонентов. Внутренний контекст составляет совокупность индивидуальных особенностей, отношений, знаний и опыта человека; внешний – социокультурных, предметных, пространственно-временных и иных характеристик ситуации действия и поступка. Контекст профессионального будущего, задаваемый в обучении, наполняет познавательную деятельность студентов личностным смыслом, обусловливает высокий уровень их активности, познавательной и профессиональной мотивации.

Контекстное обучение – обучение, в котором на языке наук и с помощью всей системы форм, методов и средств обучения, традиционных и новых, моделируется предметное и социальное содержание усваиваемой обучающимися профессиональной деятельности. Включает формы

собственно учебной, квазипрофессиональной и учебнопрофессиональной деятельности, организуемой с помощью семиотических, имитационных и игровых (социальных) обучающих моделей.

Контент-анализ — метод психологического изучения различных текстов, позволяющий по их содержанию судить о психологии создателей этих текстов.

Контрольная работа – одна из форм проверки и оценки усвоенных знаний, получения информации о характере познавательной деятельности, уровне самостоятельности и активности учащихся в учебном процессе, об эффективности методов, форм и способов учебной деятельности // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.467.

Конфликт – предельно обостренное противоречие, связанное с острыми эмоциональными переживаниями // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.467.

Концепция – система взглядов на что-либо; основная мысль. // С.И.Ожегов, Словарь русского языка, М., 1982. – С.260.

Концепция курса (лат. concepcio – понятие, взгляд, замысел): в гуманитарном знании концепцией можно считать любую целостную идею, которая может выступать в качестве интеллектуального инструмента для принятия решений, изменения поведения, управления деятельностью.

Коррекционное воспитание — создание условий для приспособления жизни в социуме, преодоления или ослабления недостатков или дефектов развития отдельных категорий людей в специально созданных для этого организациях.

Коррекционно-педагогическая деятельность – сложное психофизиологическое и социально- педагогическое явление, охватывающее весь образовательный процесс, выступающий как единая педагогическая система, куда входят объект и субъект педагогической деятельности, её целевой, содержательной, операционно-деятельностный и оценочно-результативный компоненты.

Коррекция — система специальных и общепедагогических мер, направленных на ослабление или преодоление недостатков психофизического развития и отклонений в поведении у детей и подростков.

Критерии психического здоровья: осознание и чувство непрерывности, постоянства и идентичности своего физического и психического «Я»; чувство постоянства и идентичности переживаний в однотипных ситуациях; критичность к себе и своей собственной психической продукции (деятельности) и ее результатам; соответствие психических реакций (адекватность) силе и частоте средовых воздействий, социальным обстоятельствам и ситуациям; способность самоуправления поведением в соответствии с социальными нормами, правилами, законами; способность планировать собственную жизнедеятельность и реализовывать эти планы; способность изменять способ поведения в зависимости от смены жизненных ситуаций и обстоятельств.

Кружковая работа – деятельность самодеятельных объединений учащихся; форма внеурочной и внешкольной работы, направленная на углубление знаний школьников, развитие способностей, удовлетворение их творческих интересов и склонностей, приобщение к общественно-полезному труду и организацию досуга и отдыха // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.478.

Культура поведения – совокупность сформированных, социально значимых качеств личности, повседневных поступков человека в обществе, основанных на нормах нравственности, этики // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.487.

Культура речи – владение нормами устного и письменного литературного языка, а также умение использовать выразительные языковые средства в разных условиях общения в соответствии с целями и содержанием речи // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.487.

Культурно-историческая теория развития высших психических функций — теория, объясняющая процесс формирования и развития высших психических функций человека на основе культурных и общественно —

исторических условий существования людей. Разработана в 1920-1930 гг. Л.С.Выготским.

Лабораторные занятия (работы) – один из видов самостоятельной практической работы и исследования учащихся с целью углубления и закрепления теоретических знаний, развития навыков самостоятельного экспериментирования // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.490.

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение учителем (преподавателем, лектором) учебного материала, как правило, теоретического характера // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.499.

Лекция-навигатор – лекция, предметом которой является согласование норм, правил, рамок совместной продуктивной деятельности обучающего и обучающихся.

Лекция-панель – лекция, в которой участвуют несколько высококвалифицированных экспертов, имеющих собственную точку зрения на решение обсуждаемой проблемы.

Лидер — член группы, чей авторитет, власть или полномочия безоговорочно признаются остальными членами малой группы, готовыми следовать за ним.

Лидерство — поведение лидера в малой группе. Приобретение или утрата им лидерских полномочий, осуществление им своих лидерских функций

Лицей (греч) — тип среднего или высшего учебного заведения. Название «лицей» принимают некоторые средние учебные заведения с углубленным изучением дисциплин по определенному профилю (физико-математическому, техническому и др.).

Личностное качество – закрепившееся и ставшее привычным отношение, которое определяет устойчивость поведения человека в любых изменяющихся условиях. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.322.

Личностно-ориентированный подход к образованию – создание психолого-педагогических условий реализации образовательной программы в

соответствии с потребностями, интересами и субъектным опытом каждого обучающегося, овладение им собственно профессиональными и надпредметными способностями (мыслительными, творческими, рефлексивными, коммуникативными, социально-культурными), развитие как личности и индивидуальности.

Личность – относительно устойчивая совокупность психических свойств, как результат включения индивида в пространство межиндивидуальных связей. (в рамках системно - деятельностного подхода). // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.523.

Личность – человек, как участник историко-эволюционного процесса, выступающий носителем социальных ролей и обладающий возможностью выбора жизненного пути, в ходе которого им осуществляются преобразования природы, общества и самого себя. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.522.

Личность – это социальная характеристика человека, отражающая общественную сущность человека и обозначает совокупность его социальных свойств и качеств, которые он вырабатывает у себя прижизненно. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.68.

Личность – это человек, обладающий определенным набором психологических свойств, на которых основываются его действия и поступки, имеющие значение для общества; внутреннее отличие одного человека от остальных.

Личность интуитивно-логического типа - это мыслители-теоретики, стремящиеся к новому знанию ради знания, их «научная жилка» подталкивает к построению более-менее правдоподобных концепций не только относительно мировых проблем, но и прозаических, будничных жизненных ситуаций.

Личность интуитивно-чувственного типа - это художественные натуры, высокочувствительные к эстетическим и этическим сторонам жизни, обладающие прирожденной эмпатией и высоким интересом к другому

человеку. Они придают большое значение духовным исканиям, которые могут привести к глубокой и искренней религиозности.

Личность сенсорно-импульсивного типа - это тоже художники, однако с большей долей прагматизма, чем у интуитивно-чувственных, не склонные, в отличие от них, к сентиментальности и романтизму. Их художественное начало проявляется в мастерстве спонтанных и скоротечных коммуникаций и психомоторной одаренности.

Личность сенсорно-планирующего типа - это мыслители-практики, их ум избегает всего неясного, они всегда думают о деле, стремясь внести в него порядок, организованность и логическую последовательность. Склонны придерживаться социальных норм и стереотипов, особенно с их внешней, ритуальной стороны. Им свойственно серьезное и ответственное отношение к различным видам деятельности и общения, которые осознаются ими как выполнение определенных обязанностей, причем рационально обоснованных.

Логопедия – отрасль дефектологии, изучающая нарушения речи при нормальном слухе, пути их преодоления и предупреждения. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.526.

Локализация психических функций — (свойств и состояний человека) — представленность в структурах головного мозга человека места расположения там основных психических функций, состояний и свойств, их связь с конкретными анатомо-физиологическими отделами и структурами мозга.

Локальный — ограниченный, местный.

Локус контроля — понятие, характеризующее локализацию причин, исходя из которых человек объясняет свое собственное поведение и наблюдаемое им поведение других людей. Внутренний л.к. — это поиск причин поведения в самом человеке, а внешний л.к. - их локализация вне человека, в окружающей его среде. Понятие л.к. введено американским психологом Ю.Роттером.

Лонгитюдное исследование - длительное по времени своего проведения научное исследование процессов формирования, развития и изменения каких-либо психических или поведенческих явлений.

Любовь — высшее духовное чувство человека, богатое разнообразными эмоциональными переживаниями, основанное на благородных чувствах и высокой морали и сопровождаемое готовностью сделать все от себя зависящее для благополучия любимого человека.

Малая группа — небольшая по численности совокупность людей, включающая от 2-3 до 20-30 человека, занятых общим делом и имеющих прямые личные контакты друг с другом.

Медиа-образование – направление в педагогике, выступающее за изучение школьниками закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т.д.) с целью подготовки нового поколения к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.555.

Межпредметные связи в обучении – отражают комплексный подход к воспитанию и обучению, позволяют вычленить как главные элементы содержания образования, так и взаимосвязи между учебными предметами. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.562.

Меланхолик — человек, поведение которого характеризуется замедленной скоростью реакций на воздействующие стимулы, а также речевых, мыслительных, двигательных процессов.

Метод (греч. methodos – путь к чему-либо) – 1) способ достижения цели, определенным образом упорядоченная деятельность. Метод как средство познания есть способ воспроизведения в мышлении изучаемого объекта; 2) способ познания, исследования явлений природы и общественной жизни; 3) прием, система приемов в какой-либо деятельности.

Метод воспитания – это специфические способы и приемы воспитательной работы, которые используются в процессе организации разнообразной деятельности учащихся для развития у них соответствующей потребностно-мотивационной сферы, взглядов и убеждений, выработки навыков и привычек поведения, а также его коррекции и совершенствования с целью формирования личностных свойств и качеств. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.329.

Метод наблюдения - целенаправленное восприятие какого-либо педагогического явления, в процессе которого исследователь получает конкретный фактический материал. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.107

Метод наблюдения – целенаправленный и планомерный процесс сбора информации; изучение целостного объекта в его естественном функционировании. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.571.

Метод обучения – система последовательных взаимосвязанных действий учителя и учащихся, обеспечивающих усвоение содержания образования. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.566.

Метод обучения – упорядоченный способ организации совместной деятельности субъектов образовательного процесса [преподавателя (тьютора) и обучающегося или группы обучающихся], направленный на усвоение содержания образования, общее и профессиональное развитие личности будущего специалиста. Метод обучения характеризуется тремя признаками: обозначает цель обучения, способ усвоения, характер взаимодействия субъектов обучения

Метод обучения (с греч. – способ, путь) – способ обучающей работы учителя и организации учебно-познавательной деятельности учащихся по решению различных дидактических задач, направленных на овладение изучаемым материалом. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.198.

Методика исследования – комплекс теоретических и эмпирических методов, сочетание которых дает возможность с наибольшей достоверностью

исследовать многофункциональный объект – образовательный процесс. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.106.

Методология – наука о методах о методах, рассматривающая внутренние механизмы, логику движения и организации знания. //Хуторской А.В. «Современная дидактика», СПб, 2001. - С.49.

Методология – область деятельности, функцией которой является создание и совершенствование интеллектуальных средств организации рефлексивных процессов (О.С. Анисимов).

Методология – учение о принципах построения, формах и способах научно-познавательной деятельности. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.93.

Методология – учение о структуре, логической организации, методах и средствах теоретической (мышление) и практической деятельности; система принципов и способов их организации.

Методология науки – совокупность тех исходных философских идей, которые лежат в основе исследования природных или общественных явлений и которые решающим образом сказываются на теоретической интерпретации этих явлений. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.31.

Методы исследования – приемы, процедуры и операции эмпирического и теоретического познания и изучения явлений действительности. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.570.

Методы объяснительно-иллюстративного обучения – способы организации совместной деятельности, направленные на передачу/присвоение знаний о мире.

Методы педагогического исследования – это сами способы изучения педагогических явлений, получения научной информации о них с целью установления закономерных связей, отношений и построения научных теорий. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.105.

Методы репродуктивного обучения – способы организации совместной деятельности, направленные на применение знаний для решения стандартных задач.

Мировоззрение - специфическая форма сознания человека, включающего в себя обобщенную систему его знаний, взглядов, убеждений и идеалов, в которых выражается его отношение к развитию природы и общества и которые определяют его общественно-политическую и нравственно-эстетическую позицию и поведение в различных сферах жизни. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.460

Мировоззрение – целостное представление о природе, обществе, человеке, находящее выражение в системе ценностей и идеалов личности, социальной группы, общества. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.575.

Младший школьный возраст – этап развития ребенка, соответствующий обучению в начальной школе (от 6-7 до 10-11 лет). // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.579.

Моделирование – исследование объектов познания на их заместителях – реальных или идеальных моделях; построение моделей реально существующих предметов и явлений, в частности образовательных систем. Под моделью при этом понимается система объектов или знаков, воспроизводящих некоторые существенные свойства системы-оригинала, прототипа модели.

Модель – это образ некоторой реальности, в котором выделены существенные для данного вида познания признаки.

Монотония (греч. monos - один, tonos - напряжение) – диагностируемое состояние сниженной работоспособности в результате выполнения однообразной работы.

Мораль – общая ценностная основа культуры, направляющая человеческую активность на утверждение самоценности личности, равенства людей в их стремлении к достойной и счастливой жизни. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.592.

Мотив - внутренняя устойчивая психологическая причина поведения или поступка человека.

Мотив достижения успеха — потребность добиваться успехов в разных видах деятельности, рассматриваемая как устойчивая личностная черта.

Мотив избегания неудачи — более или менее устойчивое стремление человека избегать неудач в тех ситуациях жизни, где результаты его деятельности оцениваются другими людьми. М.и.н. — черта личности, противоположная мотиву достижения успехов.

Мотивация - динамический процесс внутреннего, психологического ми физиологического управления поведением, включающий его инициацию, направление, организацию, поддержку.

Мотивировка — разумное обоснование, объяснение самим человеком его поступков, которое не всегда соответствует истине.

Музей школьный – форма внеурочной воспитательной работы. Создаются учащимися совместно с педагогами в результате собственной поисково-собирательской деятельности. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.599.

Музыкальное воспитание – процесс приобщения личности к музыкальной культуре общества с целью передачи опыта музыкальной деятельности. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.604.

Мышление – процесс познавательной деятельности человека, характеризующийся обобщенным и опосредованным отражением предметов и явлений действительности в их существенных свойствах, связях и отношениях. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.11.

Мышление — психологический процесс познания, связанный с открытием субъективно нового знания, с решением задач, с творческим преобразованием действительности.

Наблюдение - метод психологического исследования, рассчитанный на непосредственное получение нужной информации через органы чувств.

Наблюдение - метод психолого-педагогического исследования, состоящий в преднамеренном, систематическом и целенаправленном

восприятии поведения с целью выявления его смысла и содержания. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.13.

Навык – действие, в составе которого отдельные операции стали автоматизированными в результате упражнения. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.15.

Навык - составной элемент умения, автоматизированное действие, доведенное до высокой степени совершенства. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.155

Навык — сформированное, автоматически осуществляемое движение, не требующее сознательного контроля и специальных волевых усилий для его выполнения.

Наглядно-действенное мышление — способ практического решения задач, предполагающий зрительное изучение ситуации и практические действия в ней с материальными предметами.

Наглядно-образное мышление способ практического решения задач, включающий наблюдение за ситуацией и оперирование образами составляющих ее предметов без практических действий с ними.

Надежность — качество научного метода исследования, позволяющее получать одни и те же результаты при повторном или много кратном использовании данного метода.

Наказание – выражается в неодобрении и отрицательной оценке действий и поступков личности, которые противоречат нормам и правилам поведения; смысл его заключается в том, чтобы развивать у школьников нравственное сознание и чувства, критичность к своему поведению и более требовательное отношение к себе // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.343.

Намерение — сознательное желание, готовность что-либо сделать.

Направленность личности — понятие, обозначающее совокупность потребностей или мотивов личности, определяющих главное направление ее поведения.

Напряженность — состояние повышенного физического или психологического возбуждения, сопровождаемое неприятными внутренними чувствами и требующее разрядки

Народная педагогика – совокупность житейских представлений и практического опыта формирования личности в детском возрасте, существующих в форме пословиц, поговорок, сказок, преданий, а также воспитательных обычаев и традиций. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.26.

Народная педагогика – совокупность знаний и навыков воспитания, передающаяся в этнокультурных традициях, народном поэтическом и художественном творчестве, устойчивых формах общения и взаимодействия детей друг с другом и со взрослыми. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.20.

Наследственность – передача тех или иных черт, особенностей, признаков от предков к потомкам. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.23.

Настроение — достаточно продолжительный эмоциональный процесс невысокой интенсивности, образующий эмоциональный фон для протекающих психических процессов. Настроения принято отличать от аффектов, чувств и эмоций. По эмоциональному тону оно может быть ровным, пониженным, повышенным, тревожным и др.

Научение – процесс появления у человека психофизиологических и психических новообразований, приобретения индивидуального опыта в повторяющихся ситуациях поведения и деятельности. Научение может быть целенаправленным, специально организованным в процессах обучения, и непроизвольным, стихийным.

Невротизм - свойство человека. характеризующееся его повышенной возбудимостью, импульсивностью и тревожностью.

Негативизм — демонстративное противодействие человека другим людям, неприятие им разумных советов со стороны других людей. Часто встречается у детей в период возрастных кризисов.

Нейропсихология — отрасль психологической науки, изучающая связь психических процессов свойств и состояний с работой мозга.

Непрерывное образование — пожизненный процесс, обеспечивающий поступательное развитие творческого потенциала личности и всестороннее обогащение ее духовного мира.

Непрерывное образование – процесс развития человека как личности, субъекта деятельности и общения на протяжении всей его жизни в сети образовательных учреждений и путем самообразования. Оно является своего рода координатой жизнедеятельности человека, направленной на удовлетворение его образовательных потребностей, развитие общей и профессиональной культуры. Как педагогическая система непрерывное образование представляет собой целостную систему средств, способов и форм приобретения и углубления общей и профессиональной культуры, предоставления каждому человеку возможности реализации собственной программы его получения.

Непрерывное педагогическое образование — пожизненный процесс, обеспечивающий поступательное развитие творческого потенциала личности педагога и всестороннее обогащение ее духовного мира.

Неуспеваемость – более низкий по сравнению с предусмотренным учебной программой уровень усвоения учащимися содержания образования, что является препятствием для дальнейшего обучения. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.43.

Норма — это некое идеальное образование, условное обозначение объективной реальности, некий среднестатистический показатель, характеризующий реальную действительность, но не существующий в ней. Всё что не соответствует норме обозначается термином «отклонение».

Нормальное поведение—взаимодействие ребёнка с микросоциумом, которое адекватно отвечает потребностям и возможностям его развития.

Нормы социальные - принятые в данном обществе или группе правила поведения. Регулирующие взаимоотношения людей.

Нравственное воспитание – представляет собой сознательно организуемый процесс включения учащихся в разнообразные виды учебной и

внеклассной деятельности, формирования положительных моральных отношений к этой деятельности и выработки на этой основе соответствующих личностно-этических свойств и качеств. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.375.

Нравственность – качество человека, для которого нормы, правила и требования морали выступают как его собственные взгляды и убеждения, как глубоко осмысленные и привычные формы поведения. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.374.

Нравственность – совокупность сознания, навыков и привычек, связанных с соблюдением норм, правил и требований, которые предъявляются к личности в различных сферах жизни и деятельности. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.372.

Обобщение— выделение общего из множества частных явлений. Перенос однажды сформированных знаний, умений и навыков на новые задачи и ситуации.

Образование – единый процесс физического и духовного формирования личности, процесс социализации, сознательно ориентированный на некоторые идеальные образы. На исторически обусловленные, более или менее четко зафиксированные в общественном сознании социальные эталоны. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.78.

Образование — процесс и результат усвоения личностью системы знаний, умений и навыков, отношений к явлениям природы и общественной жизни, обеспечивающий достижение соответствующего уровня ее развития на основе обучения, воспитания, самообразования и воздействия средств массовой информации.

Образование – процесс педагогически организованной социализации, осуществляемой в интересах личности и общества. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.62.

Образование – это культура индивида. // Гессен С.И. «Основы педагогики. Введение в прикладную философию». – М., 1995. – С.35.

Образование – это не только ценность, система или процесс; это результат, фиксирующий факт присвоения и государством, и обществом, и личностью всех тех ценностей, рождающихся в процессе образовательной деятельности, которые важны для экономического, нравственного, интеллектуального состояния каждого человека, всей цивилизации в целом. // Гершунский Б.С. «Философия образования для 21 века», М., 1999. – С.64.

Образование – это объем систематизированных знаний, умений, навыков, способов мышления, которыми овладел обучаемый. // Подласый И.П. «Педагогика», М., 1996. – С.25.

Образование (как результат) – овладение личностью определенной системой научных знаний, практических умений и навыков и связанный с ними тот или иной уровень развития ее умственно-познавательной и творческой деятельности, а также нравственно-эстетической культуры, которые в своей совокупности определяют ее социальный облик и индивидуальное своеобразие. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.134.

Образование (как социальное явление) – это относительно самостоятельная система, функцией которой является обучение и воспитание общества. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.82.

Образование (от русск. – создание образа) – это духовный облик человека, который складывается под влиянием моральных и духовных ценностей. // Бондаревская Е.В., КульневичС.В. Педагогика: личность в гуманистических теориях и системах воспитания. Ростов-н/Д, 1999. – С.36.

Образование как процесс – синоним обучения. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.134.

Образование: – внутренне мотивированная, личностная активность человека как особая координата всей жизнедеятельности человека, направленная на созидание образа мира в себе посредством полагания себя в мир культуры, формирования систем отношений к природе, обществу, другим

людям и к самому себе; осуществляется как в специально организованных образовательных учреждениях, так и в контексте социокультурной и профессиональной деятельности; – целенаправленный процесс воспитания и обучения в интересах человека, общества, государства; – сфера социальной практики, основной функцией которой является наследование и расширенное воспроизводство духовной и интеллектуальной культуры. – процесс педагогически организованной социализации, осуществляемой в интересах личности и общества (Российская педагогическая энциклопедия).

Образованность — качество личности, характеризующее разносторонность ее знаний.

Образовательная диагностика – это процесс определения результатов образовательной деятельности учащихся и педагогов с целью выявления, анализа, оценивания и корректировки обучения. // Хуторской В.А. «Современная дидактика», М., 2001. – С.418.

Образовательная парадигма – принятая широким научно-педагогическим сообществом система социальных ценностей, теоретических идей, принципов, экспериментальных и обучающих моделей и методов, образ мысли теоретиков и практиков обучения и воспитания, определяющие позиции педагогов и обучающихся, цели и содержание образования, педагогические технологии и уклад жизни учебных заведений. Парадигма образования исторически изменяется под влиянием новых ценностей общества и личности, накопления противоречий в самой педагогической науке.

Образовательная программа (ОП) – в общепринятом смысле – это нормативный документ, в котором определены ценностно-целевые основания, раскрыто содержание образования и способы его освоения, предполагаемые результаты и формы их проверки. Иначе говоря, ОП – это проект реализации образовательных целей, включающий не только содержание, но и способы их достижения.

Образовательная среда — окружение, совокупность социальных и педагогических условий, обусловливающих уровень общего развития и образованности личности**.**

Образовательная среда – социальное и пространственно-предметное окружение человека, включая программы обучения, обеспечивающие и опосредующие его общекультурное и профессиональное развитие; система условий, содержащихся в социальном и пространственно-предметном окружении человека, включая программы обучения, обеспечивающих и опосредующих его общекультурное и профессиональное развитие. Образовательная технология (В.В. Гузеев) – это система, состоящая из: модели исходного состояния учащегося; модели конечного состояния учащегося; средств диагностики состояний учащегося; набора моделей обучения и критериев их выбора; механизма обратной связи.

Образовательные потребности — проявления нужды в интеллектуальных знаниях; источник образовательной активности человека.

Образовательный продукт – результат образовательной деятельности ученика, имеющий внешние (идея, текст, поделка) и внутренние (личностные качества) проявления. // Хуторской В.А. «Современная дидактика», М., 2001. – С.65.

Образовательный процесс – педагогически обоснованное, последовательное, непрерывное изменение состояний субъектов обучения в специально организуемой среде с целью достижения ими образовательных результатов. // Хуторской В.А. «Современная дидактика», М., 2001. – С.48.

Образовательный процесс — целенаправленный и организованный процесс получения знаний, умений и навыков в соответствии с целями и задачами образования и развития личности.

Обратная связь — процесс получения информации о состояниях партнера по общению с целью улучшения общения и достижения результата.

Обучаемость – индивидуальные показатели скорости и качества усвоения человеком знаний, умений и навыков в процессе обучения. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.65.

Обучение – «Совместная целенаправленная деятельность учителя и учащихся, в ходе которой осуществляется развитие личности, ее образование и воспитание» («Российская педагогическая энциклопедия», 1999, т. 2, с. 66); обучение – педагогически обоснованные формы общения и взаимодействия преподавателя (тьютора) и обучающегося (обучающихся), направленные на достижение целей образования; обучение представляет собой единство преподавания и учения, а в открытом дистанционном образовании – единство консультирования, наставничества тьютора и учения обучающегося.

Обучение – взаимодействие между обучающими и обучающимися; способ осуществления педагогического процесса с целью развития личности посредством организации усвоения обучающимися научных знаний и способов деятельности. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.77.

Обучение – совместная целенаправленная деятельность учителя и учащихся, в ходе которой осуществляется развитие личности, ее образование и воспитание. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.66.

Обучение – целенаправленный педагогический процесс организации и стимулирования активной учебно-познавательной деятельности учащихся по овладению научными знаниями, умениями и навыками, развитию творческих способностей, мировоззрения и нравственно-эстетических взглядов и убеждений. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.154.

Обучение на расстоянии – обучение, осуществляемое посредством сочетания почтовой, радио-, телевизионной, электронной связи, телефона и газет при ограниченном непосредственном контакте обучающегося с преподавателем или полном отсутствии такового. Преподавание осуществляется главным образом через специально подготовленные печатные, аудиовизуальные или другие материалы.

Общая психология — область психологической науки, изучающая общие закономерности психики и поведения человека, разрабатывающая основные понятия и представляющая главные законы, на основе которых формируется, развивается и функционирует психика человека.

Общение – взаимодействие двух или более людей с целью установления и поддержания межличностных отношений, достижения общего результата совместной деятельности; один из важнейших факторов психического и социального развития ребенка. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.69.

Общение — обмен информацией между людьми, их взаимодействие.

Общеобразовательная средняя школа — основное учебное заведение системы общего среднего образования, обеспечивающее базовый и общеобразовательный уровень.

Общественное мнение – это та преобладающая оценка, которая дается в среде учащихся различным явлениям и фактам коллективной жизни. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.363.

Общие педагогические способности — психологические свойства личности, требуемые от человека педагогической деятельностью и определяемые предметом педагогического труда (человек).

Объект – то, что противостоит субъекту в его деятельности. Объектом может быть сам субъект. // Хуторской В.А. «Современная дидактика», М., 2001. – С.56.

Объект педагогического воздействия – в классической образовательной парадигме ученик, исполняющий указания учителя, преподавателя (слушание лекции, выполнение задания, решение задачи и т. п.), который занимает «ответную» позицию и не имеет реальных возможностей для собственных целеполагания и целереализации в процессе обучения; обучаемый.

Объективация — процесс и результат локализации образов восприятия во внешнем мире — там, где располагается источник воспринимаемой информации.

Одаренность — наличие у человека задатков к развитию способностей.

Одаренные дети – дети, значительно опережающие своих сверстников в умственном развитии, либо демонстрирующие выдающиеся специальные способности (музыкальные, художественные и др.). // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.77.

Ожидание — одно из основных понятий когнитивной психологии, выражающее способность предвосхищения человеком будущих событий.

Олигофренопедагогика – отрасль дефектологии, разрабатывающая проблемы воспитания и обучения, пути коррекции недостатков психофизического развития умственно отсталых детей, а также вопросы их трудовой подготовки. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.81.

Олимпиады предметные – соревнования школьников по общеобразовательным предметам, способствующие повышению интереса к изучению школьных дисциплин, выявлению талантливых учащихся. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.82.

Онтогенез — процесс индивидуального развития организма и личности.

Онтогенез – процесс развития индивидуального организма от его зарождения до смерти. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.83.

Опека и попечительство над несовершеннолетними – форма семейного воспитания детей и подростков, оставшихся без родительского попечения вследствие смерти или болезни родителей, лишения их родительских прав и др. причин. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.84.

Оперативная память — вид памяти, рассчитанный на сохранение информации в течение определенного времени, необходимого для выполнения некоторого действия или операции

Опрос — метод психологического изучения, в процессе применения которого людям задаются вопросы и на основе ответов на них судят о психологии этих людей.

Опросник личностный — метод исследования личности, основанный на использовании системы письменных или устных, заранее продуманных

вопросов, адресованных человеку, чьи психологические особенности подлежат изучению.

Опыт педагогический – совокупность практических знаний, умений, навыков, приобретаемых педагогом в ходе повседневной учебно-воспитательной работы; основа профессионального мастерства учителя; один из источников развития педагогической науки. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.85.

Организационная форма обучения – (от лат. – наружный вид, внешние очертания) внешняя сторона организации учебного процесса, которая связана с количеством обучаемых учащихся, временем и местом обучения, а также порядком его осуществления. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.239.

Организационные формы обучения – варианты педагогического общения между обучающими и обучающимися в образовательном процессе. Виды: непосредственные и опосредованные; индивидуальные, парные, групповые, коллективные; – целостные совокупности завершенных способов осуществления образовательной деятельности на ее различных этапах.

Организационные формы обучения – вариант педагогического общения между обучающими и обучаемыми в учебно-воспитательном процессе. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.88.

Отклоняющееся (девиантное) поведение - поведение человека, отклоняющееся от установленных правовых или нравственных норм, нарушающее их.

Отклоняющееся поведение – поведение, устойчиво проявляемое в нарушениях социальных норм. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.98.

Отклоняющееся поведение — это взаимодействие ребёнка с микросоциумом, нарушающее его развитие и социализацию вследствие отсутствия адекватного учёта средой особенностей его индивидуальности и проявляющееся в поведенческом противодействии установленным нравственным и правовым общественным нормам.

Открытое дистанционное образование (ОДО) – одна из новых форм непрерывного многоуровневого образования, отличающаяся следующими признаками:

Открытое образование – форма образования, характеризующаяся доступностью, гибкостью, сфокусированностью на обучающемся. Доступность означает отсутствие требований к уровню образования при приеме на обучение, гибкость – пластичность и вариативность всех составляющих образовательного процесса: структуры и содержания образовательных программ, учебно-методического обеспечения, форм организации учебных занятий, а также места, времени и темпа обучения. Студент обладает значительной свободой выбора при определении целей и организации своего обучения соответственно индивидуальным потребностям и склонностям.

Открытый кризис психологической науки — критическое состояние в психологической науке, возникшее в начале XX в. и связанное с ее неспособностью удовлетворительно разрешить ряд актуальных теоретических и практических проблем.

Отличие психологического здоровья от психического, главным образом заключается в том, что психическое здоровье имеет отношение к отдельным психическим процессам и механизмам, а психологическое – относится к личности в целом и позволяет выделить собственно психологический аспект проблемы психического здоровья в отличие от медицинского аспекта.

Отношение – переживание и выражение определенных связей, которые устанавливаются между личностью и другими людьми, а также различными сторонами окружающего мира и которые. Затрагивая сферу ее потребностей, знаний, убеждений, поступков и волевых проявлений, так или иначе сказываются на ее поведении и развитии. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.322.

Память — процессы запоминания, сохранения и воспроизводства и переработки человеком разнообразной информации.

Память долговременная —память, рассчитанная на длительное хранение и многократное воспроизведение информации при условии ее сохранения.

Память кратковременная — память, рассчитанная на хранение информации в течение небольшого промежутка времени

Паника — массовидное явление психики, характеризующееся возникновением одновременно у многих людей, находящихся в контактах друг с другом, чувство страха, беспокойства, а также беспорядочных, хаотичных движений и непродуманных действий.

Парадигма – разделяемая научным сообществом в данный исторический период система основных научных представлений (теории, методы) в данной области знаний, по образцу которых организуется исследовательская деятельность ученых, ведутся прикладные разработки и их реализация на практике.

Парадигма гуманитарная – исследовательский подход, связанный с признанием самоценности события; в изучении развивающихся объектов (человек, общество) реализуется принцип единства истины и ценности, факта и смысла, сущего и должного; гуманитарное знание всегда персоналистично.

Парадигма естественно-научная – принцип организации научного исследования и способ интерпретации его результатов по критериям их проверяемости, воспроизводимости и неизменности; естественно-научное знание объектно, беспристрастно и непредвзято.

Парадигма научная – совокупность образцов и ценностных установок, норм и правил, определяющих основные направления научных исследований в конкретном историческом периоде.

Парадигма образования – принятая широким научно-педагогическим сообществом система социальных ценностей, теоретических идей, принципов, экспериментальных и обучающих моделей и методов, образ

мысли теоретиков и практиков обучения и воспитания, определяющие позиции педагогов и обучающихся, цели и содержание образования, педагогические технологии и уклад жизни учебных заведений.

Парадигма образования исторически изменяется под влиянием новых ценностей общества и личности, накопления противоречий в самой педагогической науке.

Патриотизм (от греч. – родина, отечество) – социально-политический и нравственный принцип, выражающий чувство любви к родине, заботу о ее интересах и готовность к ее защите от врагов. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.109.

Педагогика – (греч. paidaqoqike teachne, букв. – детоводческое мастерство), отрасль науки, раскрывающая сущность, закономерности образования, роль образовательных процессов в развитии личности, разрабатываюшая практические пути и способы повышения их результативности. Основные категории педагогики: обучение, образование, воспитание, развитие.

Педагогика – наука о воспитании. //Бабанский Ю.К., 1983.

Педагогика – наука, изучающая воспитание, вбирающее в себя многослойные и разнообразные отношения. //Лихачев Б.Т., 1999.

Педагогика – это наука об улубленном теоретическом и методическом исследовании проблем воспитания, раскрытие и обоснование его сущности и закономерностей. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.15,26

Педагогика (с греч. буквально: «детоводческое мастерство»); - это отрасль науки, раскрывающая сущность, закономерности образования, роль образовательных процессов в развитии личности, разрабатывающая практические пути и способы повышения их результативности. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.110.

Педагогика «параллельного действия» (по Макаренко А.С.) – при наличии принципиальных и здоровых и здоровых отношений между учащимися всякое воздействие на коллектив оказывает воспитательное

влияние на отдельных его членов и, наоборот, воздействие на отдельного ученика влияет на весь коллектив. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.365.

Педагогика действия – течение в реформаторской педагогике конца 19 – начала 20 вв.; основоположник В.А.Лай считал главным в воспитании и обучении – принцип действия; развитие всех форм активной деятельности учащихся. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.120.

Педагогика сотрудничества – направление в отечественной педагогике 2-й половины 20 века, разрабатываемое группой авторов новых методов воспитания и обучения (Ш.А.Амонашвили, И.П.Волков, В.А.Караковский, С.Н.Лысенкова, В.Ф.Шаталов и др.). Главная идея, цель и средство воспитания и обучения – сотрудничество. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.120.

Педагогическая акмеология — одно из направлений акмеологической науки, изучающей закономерности, условия и факторы, обеспечивающие высший уровень достижений человека в педагогической деятельности.

Педагогическая деятельность — особый вид общественно необходимого труда взрослых людей, направленный на подготовку подрастающих поколений к жизни, где взаимодействуют учитель и учащиеся; один из видов практического искусства.

Педагогическая диагностика – выявление качества учебно-воспитательной деятельности, причин ее успехов или неудач. //Максимов В.Г. «Педагогическая диагностика в школе», М., 2002. – С.43.

Педагогическая диагностика – совокупность приемов контроля и оценки, направленных на решение задач оптимизации учебного процесса, дифференциации учащихся, а также совершенствования учебных программ и методов педагогического воздействия. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.123.

Педагогическая квалиметрия (от лат. — качество, измерять) — направление педагогических исследований, главным содержанием которого являются измерения и оценки педагогических параметров и характеристик.

Педагогическая психология — область психологической науки, изучающая психологические основы обучения, воспитания и педагогические деятельности.

Педагогическая система – множество взаимосвязанных структурных компонентов, объединенных единой образовательной целью развития личности и функционирующих в целостном педагогическом процессе. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.84.

Педагогическая технология **–** совокупность средств и методов воспроизведения теоретически обоснованных процессов обучения и воспитания, позволяющих успешно реализовывать поставленные образовательные цели. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.126.

Педагогическая технология (отвечает на вопрос «Как это делается?») – нормативное описание деятельности (исходного, текущих и конечного состояния обучающегося, процесса, методов, средств и способов достижения результатов) и взаимодействия обучающего и обучающихся, характеризующееся ориентацией на деятельность обучающегося (в отличие от предметной ориентации), надпредметностью, воспроизводимостью, цикличностью и направленное на достижение запланированных целей.

Педагогически запущенный ученик — это такой ребёнок, уровень невоспитанности которого выражается в несформированности важнейших социальных качеств личности, актуальных для определённой возрастной группы.

Педагогические способности — индивидуально-психологические свойства личности человека, отличающие его от других, отвечающие требованиям педагогической деятельности и являющиеся условием ее успешного выполнения.

Педагогические функции — предписанные педагогу направления применения профессиональных знаний и умений в педагогической деятельности.

Педагогический потенциал (от лат. — обобщенная способность, возможность, сила) — совокупность объединенных в систему естественных и приобретенных качеств, определяющих способность педагога выполнять свои обязанности на заданном профессиональном уровне.

Педагогический принцип – система исходных теоретических положений и требований к проектированию, организации и осуществлению целостного образовательного процесса, вытекающих из его закономерностей и реализуемых во всех звеньях педагогической системы: целях, содержании, педагогических технологиях, деятельности преподавателей и деятельности студентов.

Педагогический профессионализм — совокупность, набор личностных характеристик человека, необходимых для успешной педагогической деятельности; обладание необходимым нормативным набором психических качеств; внутренняя характеристика личности педагога на высоком уровне.

Педагогический процесс – специально организованное взаимодействие педагогов и воспитанников по поводу содержания с использованием средств обучения и воспитания с целью решения задач образования, направленных как на удовлетворение потребностей общества, так и самой личности в ее развитии и саморазвитии. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.84.

Педагогический эксперимент – комплексный метод педагогического исследования, позволяющий получить новые знания о причинно-следственных отношениях между педагогическими факторами, условиями, процессами за счет манипулирования одним или несколькими факторами и регистрации соответствующих изменений в поведении изучаемого объекта или системы. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.571.

Педагогический эксперимент – специально организованная исследовательская деятельность с целью изучения причинно-следственных

связей в педагогических явлениях. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.107.

Педагогический эксперимент (от лат. - опыт, проба) – это метод исследования, заключающийся в специальной организации педагогической деятельности учителей и учащихся с целью проверки и обоснования заранее разработанных теоретических предположений или гипотез. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.38

Педагогическое исследование – процесс и результат научной деятельности, направленной на получение общественно значимых новых знаний о закономерностях, структуре, механизме обучения и воспитания, теории и истории педагогики, методики организации учебно-воспитательной работы, ее содержании, принципах, методах и организационных формах. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.384.

Педагогическое исследование – процесс и результат научной деятельности, направленной на получение новых знаний о закономерностях образования, его структуре и механизмах, содержании, принципах и технологиях. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.102.

Педагогическое мастерство — ступень профессионализма педагога; высокое и постоянно совершенствуемое искусство воспитания и обучения, доступное каждому педагогу; совершенное владение педагогом современными методами обучения и воспитания учащихся.

Педагогическое творчество — нахождение новых, нестандартных способов решения профессионально-педагогических задач, анализа педагогических ситуаций, принятия профессиональных решений.

Первичные данные — та информация об изучаемых явлениях, которая получается в начале исследования и подлежит дальнейшей обработке прежде, чем на еѐ основе можно будет сделать достоверные выводы об этих явлениях.

Перевоспитание - система целенаправленных воздействий на сознание, чувства, волю и поведение воспитанника с нравственными и

правовыми отклонениями с целью устранения их антисоциальной направленности и возвращения к принятым в обществе социальным нормам. Конечная цель перевоспитания – исправление личности. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.135.

Переживание — ощущение, сопровождаемое эмоциями.

Персонализация - процесс превращения человека в личность, приобретения индивидуальности.

Перцептивный — относящийся к восприятию.

Письменные работы учащихся – вид самостоятельных работ, выполняемых по заданию и под руководством учителя; применяются на всех этапах обучения. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.151.

План – нормативное представление, в котором указывается последовательность промежуточных и конечного продуктов. Предмет педагогики – исследование тех закономерных связей, которые существуют между развитием человеческой личности и воспитанием, и разработка на этой основе теоретических и методических проблем воспитательной деятельности.

Подкрепление - средство, способное удовлетворить возникшую потребность, снять вызванную ею напряженность. П. — также средство, подтверждающее правильность или ошибочность совершенного поступка, действия.

Подражание — сознательное или бессознательное поведение человека, направленное на воспроизведение поступков и действий других людей.

Подростковый возраст – период развития детей от 11-12 до 15-16 лет; переходный возраст от детства к взрослости. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.159.

Половое воспитание – комплекс воспитательных и просветительских воздействий на ребенка, направленных на приобщение его к принятой в обществе системы половых ролей и взаимоотношений между полами в общественной и личной жизни. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.166.

Полоролевая типизация — усвоение человеком форм социального поведения, типичных для людей одного с ним пола.

Поощрение – 1. Вид моральной санкции; положительное воздействие авторитетного лица на человека или коллектив с целью закрепления достигнутых им результатов (действия, поведения, позиций и т.п.) и засвидетельствования их одобрения. 2. Метод, стимулирующий развитие ребенка; имеет более сильный эффект, чем наказание. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.174.

Поощрение как метод воспитания – это признание, положительная оценка поведения или качеств учащегося со стороны педагога или коллектива товарищей, выражаемое публично или в личной форме. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.343.

Поступок — сознательно совершенное человеком и управляемое волей действие, исходящее из определенных убеждений.

Потребность — состояние нужды организма, индивида, личности в чем-то, необходимом для их нормального существования.

Права ребенка — совокупность устанавливаемых и охраняемых международным сообществом и государственными законами норм и правил, регулирующих поведение и отношения детей в обществе; общечеловеческие и педагогические ценности, которые носят универсальный характер.

Правовое воспитание – формирование правового сознания и поведения юного гражданина; осознанное восприятие юридических законов, правовых норм и обязанностей. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.178.

Правонарушения – противоправные деяния, причиняющие вред обществу и караемые по закону. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.179.

Практические работы – один из видов учебной деятельности школьников, по целям и задачам аналогичный лабораторным работам; содействуют конкретизации и закреплению знаний. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.183.

Предмет педагогики – «образование в целом – область интересов науки педагогики». //Беспалько В.П., 1995.

Предмет педагогики – исследование сущности развития и формирования человеческой личности и разработка на этой основе теоретических и методических принципов воспитания как специально организованного педагогического процесса. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.29

Предмет педагогики – объективные законы конкретно-исторического процесса воспитания. //Лихачев Б.Т., 1999.

Предмет педагогики – особая функция общества – воспитание. //Бабанский Ю.К., 1983.

Предмет педагогики – это образование как реальный целостный педагогический процесс, целенаправленно организуемый в специальных социальных институтах. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.76.

Преподавание – это воспитательная деятельность, направленная на управление познавательной деятельностью школьников. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.15, С.27.

Преподавание педагогическое – управление учебно-познавательной деятельностью обучаемых; один из компонентов процесса обучения. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.186.

Преподаватель — работник средней и высшей школы, преподающий какой-нибудь предмет.

Привычка – автоматизированное действие, выполнение которого в определенных условиях стало потребностью. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.189
.

Прием обучения – конкретная операция взаимодействия учителя и учащегося в процессе реализации метода обучения. Или: это часть метода, отдельный акт обучения. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.189.

Прием обучения – составная часть или отдельная сторона метода обучения. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.198.

Принцип обучения – некоторое обобщающее теоретическое положение, применимое ко всем явлениям, охватываемым дидактикой и (или) как определенное руководство к практическому педагогическому действию. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.191.

Принципы воспитания – основополагающие идеи или ценностные основания воспитания человека. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.190.

Принципы обучения – научность, проблемность, наглядность, активность и сознательность, доступность, систематичность и последовательность, прочность, единство обучения, развития и воспитания.

Принципы обучения – это руководящие идеи, нормативные требования к организации и осуществлению образовательного процесса. // Хуторской В.А. «Современная дидактика», М., 2001. – С.75, 88.

Принципы подхода к человеку как к объекту познания – принцип универсальной талантливости (нет людей неспособных, есть люди, занятые не своим делом), принцип развития (способности развиваются в результате изменений условий жизни личности и интеллектуально-психологических тренировок), принцип неисчерпаемости (ни одна оценка человека при его жизни не может считаться окончательной).

Принципы проектирования: – принцип динамического проектирования – наличие в проекте инвариантной и вариативной составляющих; – принцип модульности – проект должен содержать завершенный цикл деятельности обучающихся по освоению предметного содержания и развитию заданного ОП уровня компетентности; – принцип событийности – проект должен быть представлен в виде сценария социально-профессионально-учебной деятельности, обеспечивающей полноту проживания обучающимися учебного занятия как события.

Принципы системы образования — система основных исходных требований, отражающих политику государства в области образования.

Причины и факторы, вызывающие стресс (психологи называют их стрессоры): перемены в жизни (каникулы, новая работа, брак, развод и т.д.);

любая сильная эмоция; усталость; физическая травма, операция, заболевание; шум; резкие изменения температуры и т.д.

Проблема – психическое состояние человека в проблемной ситуации, характеризующееся осознанием невозможности ее разрешения с помощью имеющихся у него знаний, средств и способов действий; разница между существующими и желаемыми результатами деятельности, сопровождающаяся психическими переживаниями этой разницы деятелем; описание на некотором языке переживания человеком нераскрытости и непонятности проблемной ситуации, форма объективации знания о незнании. Проблему неправомерно смешивать со сложной задачей, поскольку первая требует включения продуктивного, а вторая – репродуктивного мышления.

Проблемная лекция – лекция, в ходе которой лектором сначала создается проблемная ситуация, затем осуществляется постановка и анализ проблемы, выдвижение гипотез.

Проблемная ситуация – понятие, характеризующее процесс взаимодействия индивида или группы с вероятностной средой. Оценка человеком противоречивости этой среды обусловливает переживание интеллектуального затруднения, приводит к порождению познавательной мотивации и мыслительного взаимодействия с ситуацией и включенными в нее другими людьми. Следствием проверки выдвигаемых гипотез относительно неизвестного в проблемной ситуации является ее преобразование или в проблему, или в задачу. Продукт – результат деятельности, соответствующий требованиям и целевым характеристикам.

Проблемное обучение – обучение, в котором с помощью проблемных ситуаций моделируются условия исследовательской деятельности и развития мышления обучающихся. Это предполагает реализацию принципа проблемности в содержании учебного материала и в процессе его развертывания в учебной деятельности. Первое достигается разработкой системы учебных проблем, проблемных заданий, отражающих реальные

противоречия науки и профессиональной деятельности; второе – организацией диалогического общения преподавателя с обучающимися.

Проблемное обучение – обучение, при котором преподаватель, систематически создавая проблемные ситуации и организуя деятельность учащихся по решению учебных проблем, обеспечивает оптимальное сочетание их самостоятельной поисковой деятельности с усвоением готовых выводов науки. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.197.

Проверка и оценка знаний, умений, навыков учащихся – процесс выявления и сравнения на том или ином этапе обучения результатов учебной деятельности с требованиями, заданными учебными программами. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.198.

Прогнозирование (от греч. – предвидение, предсказание) – разработка прогнозов, т.е. вероятных суждений о состоянии какого-либо явления в будущем. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.201.

Программа учебная – средство фиксации содержания образования на уровне учебного предмета. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.202.

Программированное обучение – обучение по заранее разработанной программе, в которой предусмотрены действия как учащихся, так и педагога (или заменяющей его обучающей машины). Идея принадлежит американскому психологу Б.Скиннеру (1950-е гг.) для повышения эффективности управления процессом учения с использованием достижений техники. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.202.

Проект – образ будущего результата деятельности и процесс его достижения, представленный в виде модели или комплексной нормы деятельности.

Проектировочная деятельность – это деятельность по описанию будущего результата и процесса его достижения, направленная на создание индивидуальной программы развития обучающегося.

Проектная деятельность – это вид образовательной деятельности, основной задачей которой является проектный способ достижения цели через

решение конкретной проблемы в условиях ограниченности срока и ресурсов, которая завершается практическим результатом в виде проекта.

Профессиограмма педагога — обобщенная эталонная модель успешно работающего педагога; документ, обобщающий научно обоснованные нормы и требования к педагогической профессии, к видам профессиональной деятельности и качествам личности педагога; перечень качеств, предъявляемых к педагогической профессии.

Профессионализация — процесс становления профессионала, включающий выбор профессии, освоение правил и норм профессии, формирование и осознание себя как профессионала, развитие себя средствами профессии.

Профессионализм — совокупность психофизических, психических и личностных изменений, происходящих в человеке в процессе овладения и длительного выполнения деятельности, обеспечивающих качественно новый, более эффективный уровень решения сложных профессиональных задач.

Профессиональная карьера (франц.) — успешное продвижение вперед в той или иной области деятельности; профессиональный рост; должностное продвижение.

Профессиональная ориентация – это процесс ознакомления учащихся с различными профессиями и видами труда и оказания им помощи в выборе своей будущей профессии и специальности в соответствии с имеющимися склонностями и способностями. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.405

Профессиональная пригодность — совокупность психических качеств человека, необходимая и достаточная для достижения общественно приемлемой эффективности труда.

Профессиональная среда — совокупность предметных (предмет и средство труда) и социальных (межличностные отношения, микроклимат в коллективе) условий труда.

Профессиональная среда – совокупность условий, при которых обучение интегрировано в модельной форме с профессиональной деятельностью и осуществляется в специфических формах, связанных с анализом этой деятельности посредством учебных материалов и образовательных технологий.

Профессиональные функции педагога — круг деятельности, профессиональные обязанности педагога (обучающая, развивающая, коммуникативная, просвещенческая функции).

Профессия — область приложения сил человека; деятельность, работа профессионала; общность людей, занятых определенного рода трудовыми функциями; источник существования и средство личностной самореализации.

Профилактика - система мероприятий, проводимых с целью предупреждения возникновения и развития заболеваний, охраны и укрепления здоровья и физического развития, сохранения трудоспособности и обеспечения долголетия.

Процесс обучения – педагогически обоснованная, последовательная, непрерывная смена актов обучения, в ходе которой решаются задачи развития и воспитания личности. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.217.

Прочность усвоения знаний – один из принципов обучения; результатом является образование у учащихся устойчивых структур знаний, отражающий объективную реальность, когда учащиеся умеют актуализировать и использовать полученные знания. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.219.

Психические процессы — процессы происходящие в голове человека и отражающиеся в динамически изменяющихся психических явлениях.: ощущениях, восприятии, воображении, памяти, мышлении, речи и др.

Психическое пресыщение (**психологическое** насыщение) — **психологическое** состояние сниженной работоспособности, вызванное

однообразной, малосодержательной деятельностью, не интересной для субъекта.

Психическое пресыщение в спорте появляется либо вслед за состоянием монотонии (если работа не прекращается долгое время), либо развивается первично. Последний случай характерен для людей, имеющих «взрывную» типологию (в большей мере склонных к быстродействию и к выполнению кратковременной интенсивной деятельности): слабую нервную систему, высокую подвижность возбуждения и преобладание возбуждения на эмоционально-мотивационном уровне регулирования.

Психоанализ — учение, созданное З. Фрейдом. Содержит систему идей и методов интерпретации сновидений и других бессознательных психических явлений, а также диагностики и лечения различных душевных заболеваний.

Психогенетика — область исследований, изучающая наследственный характер некоторых психических и поведенческих явлений, их зависимость от генотипа.

Психол;огия труда —область науки, изучающая психологические аспекты трудовой деятельности людей, включая их профессиональную ориентацию, профессиональное консультирование, профессиональное обучение и организацию труда.

Психологическая совместимость людей — способность людей находить взаимопонимание, налаживать деловые и личные контакты, сотрудничать друг с другом.

Психологическое здоровье - необходимое условие полноценного функционирования и развития человека в процессе его жизнедеятельности.

Психология управления — отрасль психологической науки, в которой изучаются психологические аспекты управления со стороны человека различными объектами: государственными организациями, людьми, экономическими и техническими системами и т.п.

Работоспособность – потенциальная возможность человека выполнять какую-либо деятельность на достаточно высоком уровне эффективности в течение продолжительного времени. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.236.

Развивающее обучение – направление в теории и практике образования, ориентирующееся на развитие физических, познавательных и нравственных способностей учащихся путем использования их потенциальных возможностей. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.242.

Развитие – процесс внутреннего изменения человека, обеспечивающий реализацию его жизненного потенциала и назначения. // Хуторской В.А. «Современная дидактика», М., 2001. – С.31.

Развитие – это взаимосвязанный процесс количественных и качественных изменений, которые происходят в анатомо-физиологическом созревании человека, в совершенствовании его нервной системы и психики, а также его познавательной и творческой деятельности, в обогащении его мировоззрения, нравственности, общественно-политических взглядов и убеждений (духовной сфере) // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.70

Развитие (применительно к обучению) – это два взаимосвязанных явления: биологическое, органическое созревание мозга, его анатомо-биологических структур; психическое (в частности, умственное), развитие как определенная динамика его уровней, умственное созревание. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.130.

Развитие (психическое) – это становление специфически человеческих высших психических функций в процессе жизнедеятельности ребенка. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.243.

Распределенное образование – синоним термина «дистанционное образование», под которым понимается расположение образовательных ресурсов в разных точках географического пространства: электронных библиотеках, лабораториях удалённого доступа, Web-сайтах образовательных учреждений.

Рациональное или адекватное питание (лат. r*ationalis* - разумный, осмысленный) - это физиологически полноценное питание здоровых людей, которое соответствует энергетическим, пластическим, биохимическим потребностям организма.

Реабилитация — восстановление пригодности, система медико-педагогических мер, направленных на включение аномального ребёнка в социальную среду, приобщение к жизни и труду на уровне его психофизических возможностей.

Реакция — ответ организма, на какой-нибудь раздражитель.

Ребенок — человек с момента рождения до наступления совершеннолетия; самостоятельный субъект права; полноценная и равноправная личность.

Режим дня детей и подростков – порядок чередования различных видов деятельности и отдыха в течение суток; способствующий нормальному развитию ребенка, укреплению здоровья, воспитанию воли, приучает к дисциплине. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.255.

Режим школьный – педагогически и гигиенически обусловленная организация труда и отдыха учащихся и педагогического коллектива в интересах эффективного образовательного процесса. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.255.

Результат – состояние преобразуемого нечто, возникшее в момент прекращения деятельности.

Релаксация — расслабление.

Репродуктивный метод обучения (от франц. - воспроизведение) – способ организации деятельности учащихся по неоднократному воспроизведению сообщенных им знаний и показанных способов действий.

Рефлекс — автоматическая ответная реакция организма на действие какого - либо внутреннего или внешнего раздражителя.

Рефлекс безусловный — врожденная автоматическая реакция организма на специфическое воздействие.

Рефлекс условный — приобретенная реакция организма на определенный раздражитель, возникшая в результате сочетания воздействия этого раздражителя с положительным подкреплением со стороны актуальной потребности.

Рефлексивная лекция – лекция, предметом которой является анализ динамики развития конкретных обучающихся и учебной группы.

Рефлексия – оперирование субъекта с собственным сознанием, обеспечивающее выявление условий и оснований системы собственных действий и поступков. Рефлексия означает «выход» субъекта из текущего процесса осуществления деятельности и проектирование будущего шага ее развития. Наличие рефлексии и антиципации связывается в современных психологии и педагогике с развитием творческого мышления и деятельности обучающегося; – родовая способность человека, проявляющаяся в обращении сознания на самое себя, на внутренний мир человека и его место во взаимоотношениях с другими, на формы и способы познавательной и преобразующей деятельности (В.И. Слободчиков, В.И. Исаев, 1995).

Речь - система используемых человеком звуковых сигналов, письменных знаков и символов для представления, переработки, хранения и передачи информации.

Решительность - готовность перейти к практическим действиям, сформировавшееся намерение совершить определенный поступок.

Ритмика (от греч. – порядок движения) – ритмическое воспитание, педагогические системы и методы, построенные на сочетании музыкальных (художественных) форм и пластических движений. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.263.

Ролевая игра (разыгрывание ролей) – игровая форма организации учебной деятельности обучающихся, основная цель которой – обучение специалистов межличностному общению и взаимодействию в условиях совместной профессиональной деятельности. В этом ее отличие от деловой игры (их часто смешивают), которая в равной мере нацелена и на развитие предметно-технологической компетентности будущего специалиста.

Роль - понятие, обозначающее поведение человека в определенной жизненной ситуации, соответствующей занимаемому им положению (например, роль руководителя, подчиненного, отца, матери и т.п.).

Самоактуализация — использование и развитие человеком имеющихся у него задатков, их превращение в способности. Стремление к личностному самосовершенствованию. С. Как понятие введена в гуманистической психологии.

Самовоспитание - систематическая и сознательная деятельность человека, направленная на саморазвитие и формирование базовой культуры личности. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.137.

Самовоспитание – сознательная, целенаправленная деятельность человека по совершенствованию своих положительных качеств и преодолению отрицательных. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.304.

Самовоспитание – это сознательное и управляемое личностью саморазвитие, в котором в соответствии с требованиями общества, целями и интересами самого человека формируются запроектированные им силы и способности. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.478

Самоконтроль – сознательная регуляция человеком собственных состояний, побуждений и действий на основе сопоставления их с некоторыми субъективными нормами и представлениями. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.305.

Самонаблюдение – метод самопознания, при котором объектом наблюдения являются состояния и действия самого наблюдающего человека.

Самообладание —способность человека сохранять внутреннее спокойствие, действовать разумно и взвешенно в сложных жизненных ситуациях

Самообразование — образование, приобретаемое вне учебных заведений путем самостоятельной работы с различными источниками.

Самообразование – целенаправленная познавательная деятельность, управляемая самой личностью; приобретение систематических знаний в какой-либо области науки, техники, культуры, политической жизни. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.306.

Самоопределение — сложный, многоступенчатый процесс развития человека (жизненного, личностного, профессионального, социального и др.).

Самоопределение – центральный механизм становления личностной зрелости, состоящий в осознанном выборе человеком своего места в системе социальных отношений. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.307.

Самоопределение личности - самостоятельный выбор человеком своего жизненного пути, целей, ценностей, нравственных норм, будущей профессии и условий жизни.

Самооценка - оценка человеком собственных качеств, достоинств недостатков.

Самооценка – элемент самосознания, характеризующийся эмоционально насыщенными оценками самого себя как личности, собственных способностей, нравственных качеств и поступков; важный регулятор поведения. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.308.

Саморазвитие — собственная активность человека в изменении себя, в раскрытии, обогащении своих духовных потребностей, творчества, всего личностного потенциала.

Саморегуляция - процесс управления человеком собственными психологическими и физиологическими состояниями, а также поступками. -.

Самосознание – осознание и оценка человеком самого себя как субъекта практической и познавательной деятельности, как личности (т.е.

своего нравственного облика и интересов, ценностей, идеалов и мотивов поведения). // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.308.

Самосознание — осознание человеком самого себя, своих собственных качеств.

Самостоятельная работа учащихся – индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства учителя. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.308.

Сангвиник — тип темперамента, характеризующийся энергичностью, повышенной работоспособностью и быстротой реакций

Сверхнормативная деятельность - добровольная, выходящая за пределы установленных социальных норм, деятельность человека или группы людей, направленная на оказание помощи другим людям.

Свободное воспитание – направление в педагогической теории и практике, рассматривающее воспитание как помощь природе ребенка, естественно развивающегося в процессе освоения окружающего мира и свободно самоопределяющегося в нем. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.313.

Свойства нервной системы человека — комплекс физических характеристик нервной системы, определяющих процессы возникновения, проведения. Переключения и прекращения нервных импульсов в различных отделах и частях центральной нервной системы.

Семья – основанная на браке или кровном родстве малая группа, члены которой связаны общностью быта, взаимной моральной ответственностью и взаимопомощью. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.319.

Сензитивность - характеристика органов чувств, выражающаяся в их способности тонко и точно воспринимать, различать и избирательно реагировать на слабые, мало отличающиеся друг от друга стимулы.

Сензитивный период развития — период в жизни человека, обеспечивающий наиболее благоприятные условия для формирования у него определенных психологических свойств и видов поведения.

Сила нервной системы — свойство нервной системы выдерживать длительные и большие нагрузки.

Символ — знак чего-либо, имеющий определенное сходство с обозначаемым объектом.

Симпатия — чувство эмоциональной предрасположенности к человеку, повышенный интерес и влечение к нему

Синектика – метод коллективной творческой деятельности и учебного исследования, основанный на целенаправленном использовании интуитивно-образного, метафорического мышления участников. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.326.

Сиротство – негативное социальное явление, характеризующее образ жизни несовершеннолетних детей, лишившихся попечения родителей. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.329.

Система дистанционного образования – совокупность профессиональных образовательных программ, сеть их реализующих образовательных учреждений и подсистема управления дистанционным образованием.

Система образования – совокупность взаимодействующих преемственных образовательных стандартов различного уровня и направленности; сеть образовательных учреждений независимо от их организационно-правовых форм, типов и видов, реализующих эти программы; органы управления образованием.

Система образования — совокупность исторически сложившихся образовательно-воспитательных учреждений, взаимосвязанных между собой и осуществляющих основные принципы политики государства в области образования.

Ситуация – побуждающая и опосредующая активность человека или группы; совокупность объективных факторов, предметных условий вместе с субъективными состояниями включенных в нее людей; описание на каком-то языке конкретного положения дел, вероятностных обстоятельств,

предлагаемых для анализа обучающимся в целях приобретения ими опыта принятия решений в подобных обстоятельствах. На этом основан метод анализа конкретных производственных ситуаций или ситуационных задач («кейс-стади»).

Событийная лекция – лекция, оставляющая след в социальной или индивидуальной жизнедеятельности за счет задействования эмоционально-ценностных аспектов личности и социальных групп.

Совесть - понятие, обозначающее способность человека переживать, глубоко личностно воспринимать и сожалеть о случаях нарушения им самим или людьми нравственных норм. С. Характеризует личность, достигшую высокого уровня психологического развития.

Совместимость - способность людей работать вместе, успешно решать задачи, требующие от них согласованности действий и хорошего взаимопонимания.

Содержание и форма: взаимосвязанные (парные) категории, отражающие сущность предметов и явлений вместе со способами их внутренней организации и внешнего проявления. Содержание формально, а форма содержательна. Содержание представляет собой подвижную, динамическую сторону сущего, а форма означает его структурированность, определенность, организованность. Форма столь же зависит от содержания, сколько содержание от формы. При этом форма обладает относительной самостоятельностью и способна оказывать влияние на содержание: быть адекватной или неадекватной, удачной или неудачной, органичной или неорганичной, способствующей проявлению содержанием своей сущности или не способствующей этому. Несоответствие содержания и формы в конечном счете разрешается "сбрасыванием" старой и обретением новой формы, в которую "отливается" развившееся содержание.

Содержание образования – педагогическая адаптированная система знаний, умений и навыков, опыта творческой деятельности и эмоционально-

ценностного отношения к миру, усвоение которой обеспечивает развитие личности. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.349.

Содержание образования – педагогически адаптированная система знаний, умений и навыков, опыта творческой деятельности и эмоционально-ценностного отношения к миру, усвоение которой обеспечивает развитие личности.

Содержание образования – система научных знаний, практических умений и навыков, а также мировоззренческих и нравственно-эстетических идей, которыми необходимо овладеть учащимся в процессе обучения. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.137.

Содержание образования – это совокупность систематизированных знаний, умений, навыков, взглядов и убеждений, а также определенный уровень развития познавательных сил и практической подготовки, достигнутый в результате учебно-воспитательной работы. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.87.

Сознание — высший уровень психического отражения человеком действительности, ее представленность в виде обобщенных образов и понятий.

Сопереживание - испытывание человеком тех же самых чувств и эмоций, которые характерны для находящихся рядом с ними людей.

Соперничество- стремление человека к соревнованию с другими людьми, желание одержать верх над ними, победить, превзойти.

Сотрудничество – работа, действия, поступки, выполняемые вместе, участие в общем деле; взаимодействие, основанное на общности целей, стремлений, совместной выработке решений с учетом интересов сторон.

Сотрудничество —стремление человека к согласованной, слаженной работе с людьми. Готовность поддержать и оказать им помощь.

Сохранение — один из процессов памяти, направленный на удержание в ней полученной информации.

Социализация — процесс и результат усвоения ребенком социального опыта. В результате С. Ребенок становиться культурным, образованным и воспитанным человеком.

Социализация — процесс становления человека как личности: усвоение общественно выработанного опыта, отношений к миру, социальных норм, ролей, функций; активная переработка этого опыта самим человеком под углом зрения собственных позиций; становление у человека образа Я и выработка собственного мировоззрения.

Социализация (от лат. - общественный) – развитие и самореализация человека на протяжении всей жизни в процессе усвоения и воспроизводства культуры общества. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.359.

Социальная педагогика – отрасль педагогики, изучающая социальное воспитание всех возрастных и социальных категорий людей, осуществляемое как в собственно воспитательных учреждениях, так и в различных организациях, для которых оно не является ведущей функцией. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.361.

Социальная психология — отрасль психологической науки, изучающая психологические явления, возникающие во взаимодействии и общении людей.

Социальная роль — совокупность норм, правил, форм поведения, характеризующих типичные действия человека, занимающего определенное положение в обществе.

Социальная ситуация развития — система социальных условий, определяющих психологическое развитие человека.

Социальная установка — устойчивое внутреннее отношение человека к кому-либо или чему-либо, включающее мысли, эмоции и действия, предпринимаемые им в отношении данного объекта.

Социально-психологический тренинг — теория и практика специального психотерапевтического воздействия на людей, рассчитанная на улучшение их общения и приспособление к условиям жизни.

Социальные ожидания — ожидаемые от человека, занимающего в обществе определенное положение, суждения, действия, поступки, соответствующие его социальной роли.

Социальный стереотип – искаженные социальные установки человека в отношении людей определенной категории, возникшие у него под влиянием ограниченного или одностороннего жизненного опыта общения с представителями данной социальной группы: национальной, религиозной, культурной и т.п.

Социограмма - графический рисунок, с помощью которого условно представлена система личных взаимоотношений, сложившихся между членами малой группы на данный момент времени.

Социометрия — совокупность однотипно построенных методик, предназначенных для выявления и представления в виде социограмм и ряда специальных индексов системы личных взаимоотношений между членами малой группы.

Сочинение школьное – вид творческого задания, создание учащимися текста определенного типа, стиля, композиционной формы; средство формирования связной речи школьников, закрепления приобретенных умений и навыков. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.365.

Специальность — один из видов профессиональной деятельности внутри профессии, направленный на достижение более частных или промежуточных результатов, или достижение общих результатов своими специфическими средствами (например, педагог-исследователь, педагог-предметник и др.).

Специальные педагогические способности — психологические свойства личности, требуемые в рамках педагогической профессии, но при более узкой специализации (предметник, воспитатель, коммуникатор и др.), и определяемые конкретными условиями труда.

Спорт детский (от англ. – игра, развлечение) – система организации соревнований и занятий по различным комплексам физических упражнений с

целью совершенствования физической подготовленности, духовных и волевых качеств личности, достижения высоких результатов в состязаниях; составная часть физического воспитания. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.372.

Способности – индивидуально-психологические особенности личности, являющиеся условием успешного овладения той или иной деятельностью и ее продуктивного выполнения.

Способности – прижизненные образования, формирующиеся в деятельности. // Рос.Пед.Энц., 1993, Т.1. - С.317.

Способность – индивидуальная особенность личности, являющаяся условием выполнения той или иной деятельности. // Хуторской В.А. «Современная дидактика», М., 2001. – С.424.

Сравнительная педагогика – область педагогической науки, изучающая преимущественно в сопоставительном плане состояние, закономерности и тенденции развития педагогической теории и практики в различных странах и регионах мира, а также соотношение их всеобщих тенденций, национальной и региональной специфики; выявляет формы и способы взаимообогащения национальных образовательных систем путем использования ими зарубежного опыта. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.376.

Средства воспитания – это те конкретные воспитательные мероприятия или формы воспитательной работы (беседы, вечера, экскурсии и т.д.), виды деятельности учащихся (учебные занятия, кружки, конкурсы, олимпиады), а также наглядные пособия (кинодемонстрации, картины и т.д.), которые используются в процессе реализации того или иного метода. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.329.

Средства воспитания – это те конкретные воспитательные мероприятия или формы воспитательной работы (беседы, вечера, экскурсии и т.д.), виды деятельности учащихся (учебные занятия, кружки, конкурсы, олимпиады), а также наглядные пособия (кинодемонстрации, картины и т.д.), которые используются в процессе реализации того или иного метода. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.329.

Средства обучения – обязательный элемент оснащения учебных кабинетов и их информационно-предметной среды. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.387.

Средства обучения – обязательный элемент оснащения учебных кабинетов и их информационно-предметной среды. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.387.

Стандарт образования — базовый нормативный документ, определяющий структуру и содержание образования и создающий основу для обеспечения необходимого качества обучения, поддержания единого образовательного пространства на территории Республики Беларусь.

Стиль - это типологически обусловленной индивидуально-своеобразной устойчивой способ выполнения того или иного вида деятельности

Стиль деятельности - совокупность индивидуальных особенностей определенной деятельности личности, влияющая на способ достижения цели этой деятельности, обусловливающая своеобразие ее выполнения. В стиле деятельности всегда проявляются индивидуальные и типичные особенности личности.

Стиль лидерства — характеристика отношений, складывающихся между лидером для оказания нужного воздействия на зависящих от него людей.

Стимул — то, что воздействует на органы чувств человека.

Страсть — сильно выраженная увлеченность человека кем-либо или чем-либо, сопровождающаяся глубокими эмоциональными переживаниями, связанными с соответствующим объектом.

Стратегии управления индивидуальным здоровьем: первая - активная, профилактическая, её цель - беречь, укреплять, защищать, развивать здоровье; её реализация требует знаний и умений, каждодневных усилий, личной ответственности. Эта стратегия опирается на ценностные ориентиры и проявляется в соблюдении здорового образа жизни и экологической

безопасности, что в понятии культура здоровья. Вторая стратегия управления индивидуальным здоровьем – «борьба с болезнями». Эта стратегия - пассивная, здесь от человека требуется знать, уметь, действовать; бороться будут врачи. Каждый человек думает сам, какую стратегию принять к действию.

Стремление — желание и готовность действовать определенным образом.

Стресс - неспецифическая реакция организма, развивающаяся под влиянием различных интенсивных или новых воздействий (боли, холода, чрезмерной физической нагрузки, психоэмоциональной травмы и др.).

Структура образовательно-воспитательных учреждений — внутреннее организационное строение, устройство отдельных типов образовательно-воспитательных учреждений, обеспечивающее управление их деятельностью.

Структура педагогической деятельности — внутреннее строение, компоненты педагогической деятельности: мотивы, цели действия, условия, которые влияют на выбор способов достижения целей и т.д.

Структурность восприятия — свойство восприятия человека объединять воздействующие стимулы в целостные и сравнительно простые структуры.

Студенческий спорт – часть физической культуры и спорта, направленная на физическое воспитание обучающихся в учреждениях профессионально-технического, среднего специального и высшего образования, в том числе спортсменов, их подготовку к участию и участие в физкультурно-оздоровительных, спортивно-массовых, спортивных мероприятиях;

Субъект – носитель деятельности и познания, направленных на объект. // Хуторской В.А. «Современная дидактика», М., 2001. – С.56.

Субъект – человек как носитель (инициатор, творец, распорядитель) предметно-практической деятельности и познания; становление субъекта есть

процесс овладения индивидом собственной душевной жизнью, родовыми способностями.

Субъект – это личность, для деятельности которой характерны 4 качественные характеристики: самостоятельная, предметная, совместная и творческая. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.15, С.135.

Субъект – это воспитанник.

Субъект образовательного процесса – лицо или группа лиц [обучающийся, группа обучающихся, преподаватель (тьютор), команда курса, администрация образовательного учреждения, орган управления образованием], осуществляющих целеполагание и целереализацию в системе образования, вступающих в диалогическое общение и взаимодействие и имеющих равное право на интеллектуальную активность и инициативу.

Субъект образовательного процесса – личность, осуществляющая процессы целеполагания и целереализации в процессе обучения и воспитания. Согласно современной образовательной парадигме такими субъектами являются как обучающий, так и обучающийся, вступающие в диалогическое общение и межличностное взаимодействие и имеющие равное право на интеллектуальную активность и инициативу

Субъект образовательного процесса — познающий и действующий в образовательном процессе человек

Суицид — попытка к самоубийству.

Сурдопедагогика – отрасль дефектологии, разрабатывающая проблемы воспитания, образования и обучения детей с нарушениями слуха (глухих, слабослышащих, позднеоглохших) // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.398.

Сценарий – это проект хода взаимодействия персонажей, подчиненный идеям события (игры, спектакля, учебного занятия). Поэтому в сценарии, главным образом, отражен процесс взаимодействия субъектов образовательного процесса, а в проекте, помимо этого, – цель, промежуточные и конечный результат, способы и средства их достижения. Таким образом, сценарий является (так же, как план) частью проекта. Субъект – человек как

носитель (инициатор, творец, распорядитель) предметно-практической деятельности и познания; становление субъекта есть процесс овладения индивидом собственной душевной жизнью, родовыми способностями.

Такт педагогический – соблюдение педагогом принципа меры в общении с детьми в самых разнообразных сферах деятельности, умение выбрать правильный подход к учащимся. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.414.

Талант — высокий уровень развития способностей человека, обеспечивающий достижение выдающихся успехов в том или ином виде деятельности.

Творческая деятельность – форма деятельности человека или коллектива по созданию качественно нового, ранее не существовавшего. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.420.

Творческое мышление — вид мышления, связанный с созданием или открытием чего-либо нового.

Творчество – деятельность, результатом которой является создание объективно или субъективно новых материальных и духовных ценностей.

Темперамент — динамическая характеристика психических процессов и поведения человека, проявляющаяся в их скорости, изменчивости, интенсивности и других характеристиках

Темперамент (от лат. – соразмерность, надлежащее соотношение частей) – закономерное соотношение устойчивых особенностей индивида, характеризующих различные стороны динамики психической деятельности. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.427.

Теория (греч. theoria – наблюдение, рассматривание, исследование) – система обобщенного достоверного знания о том или ином фрагменте действительности, которая описывает, объясняет и предсказывает функционирование определенной совокупности составляющих этого фрагмента объектов.

Теория деятельности — психологическая теория, рассматривающая психические процессы человека как виды внутренней деятельности,

происходящие из внешней и имеющей структуру, аналогичную внешней деятельности. Т.Д. разработал А.Н. Леонтьев.

Теория научения — общее понятие, обозначающее совокупность психологических и физиологических концепций, объясняющих, каким образом человеком и животным приобретается жизненный опыт.

Теория социального научения — концепция, объясняющая процесс приобретения человеком опыта под влиянием социальных факторов в результате обучения, воспитания. Общения и взаимодействия с людьми.

Теория эмоций Джемса—Ланге - теория, рассматривающая эмоции как субъективное отражение органических процессов и утверждающая их производный характер от процессов, происходящих в организме. Предложена американским психологом У. Джемсом и уточнена датским ученым Г. Ланге в конце Х1Х в

Теория эмоций Кеннона — Барда — теория, утверждающая, что эмоции являются результатом переработки сигналов, поступающих в мозг из внешней и внутренней среды. Переключаясь в таламусе на нервные пути, одновременно идущие в кору головного мозга и к внутренним органам, эти сигналы порождают эмоции и сопровождающие их органические изменения. Т.Э. К—Б. Выступает как альтернатива к теории эмоций Джемса - Ланге.

Тест – стандартизованная измерительная методика, направленная на выявление скрытого свойства интересующего объекта путем одного или нескольких кратких испытаний (заданий), обладающих максимальной информативностью.

Тесты – стандартизированные задания, предназначенные для измерения в сопоставимых величинах индивидуально-психологических свойств личности, а также знаний, умений и навыков. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.430.

Тесты личности (Personality tests) — тесты психологического тестирования, направленные на изучение характера, способностей, эмоций, потребностей и других свойств человеческой личности.

Технические средства обучения – средства обучения, состоящие из экранно-звуковых носителей учебной информации и аппаратуры, с помощью которой проявляется эта информация. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.431.

Технология – это норма деятельности, выражающая процесс преобразования предмета деятельности в продукт, а также способы и средства преобразования. Технологии дистанционного образования – специфические для такого образования технологии проектирования содержания учебных курсов (программ), организации самостоятельных индивидуальных и групповых занятий, учебной практики, аттестации, психолого-педагогической поддержки студентов, мониторинга качества образования, а также технологии подготовки учебных пособий и материалов, использования средств и каналов телекоммуникации. Это технологии, обеспечивающие эффективное обучение на расстоянии. В отличие от этого «информационные и коммуникационные технологии» представляют собой ресурсы радио, телевидения, аудио- и видеозаписи, компьютерные и сетевые технологии и т.п.

Технология коммуникаций – способы доставки сообщений, включая почтовые, радио- и телевизионные, телефон, спутниковую связь и компьютерные сети.

Типовая задача – задачи, наиболее часто встречающиеся в профессиональной деятельности. «Типовая задача» не употребляется в смысле «стандартная», «нетворческая». Наоборот, в наше время творческие задачи являются как раз типовыми фактически для всех специальностей» (Н.Ф. Талызина, 1987).

Тифлопедагогика – отрасль дефектологии, разрабатывающая проблемы воспитания и обучения лиц с глубокими нарушениями зрения (частично- и слабовидящих, ослепших, слепых от рождения). // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.436.

Тревожность – переживание эмоционального неблагополучия, связанное с предчувствием опасности или неудачи. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.445.

Тревожность — свойство человека приходить в состояние повышенного беспокойства, испытывать страх и тревогу в специфических социальных ситуациях.

Трудный ученик — такой ученик, по отношению к которому работа учителя оказывается малопроизводительной; требует от учителя много работы.

Трудовая школа – направление в педагогической теории и практике организации общего образования (нач. 20 в.); стремление повысить воспитательную эффективность и социальную значимость школьного образования путем формирования у учащихся общетрудовых умений и навыков, способствующих индивидуальному развитию и профессиональному самоопределению личности. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.447.

Трудовое воспитание – специально организованный педагогический процесс, направленный на овладение практическими приемами того или иного труда, на формирование и совершенствование трудовых умений и навыков. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.405

Туризм детский и юношеский – вид активного отдыха, способствующий изучению родной страны, физическому закаливанию, восстановлению сил учащихся; одна из форм внешкольной работы, внеурочной работы; тесно связан с краеведением. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.452.

Тьютор – в переводе с английского означает «наблюдать, заботиться, поддерживать». Тьютор – специалист в области организации образования и самообразования, оказывающий поддержку обучающимся в самообразовании и развитии собственной компетентности. На тьютора возлагается ответственность за ведение целостного образовательного модуля, организацию групповой и индивидуальной работы с обучающимися. В задачи тьютора входят: методическая подготовка и проведение групповых занятий-практикумов (тьюториалов); помощь в выполнении аттестационных работ (ТМА), их проверка и оценка; консультации и другие формы психологической и педагогической поддержки обучающихся группы; индивидуальная помощь

обучающимся в решении академических или личных проблем, связанных с обучением; профессиональная ориентация и консультирование по вопросам карьеры.

Тьюториал – форма активного группового обучения, проводимого тьютором и направленного на приобретение обучающимися опыта применения концепций в модельных стандартных и нестандартных ситуациях, развитие мыслительных, коммуникативных и рефлексивных способностей, систематизацию и проблематизацию содержания курса, установление деловых связей, получение обратной связи об уровне усвоенности содержания и на этой основе – коррекция обучения. В ОДО тьюториал организуется в виде очных занятий; может также проводиться в виде виртуальных (сетевых) занятий в форме компьютерных конференций.

Убеждение – это такой метод воспитания, который выражается в эмоциональном и глубоком разъяснении сущности социальных и духовных отношений, норм и правил поведения, в развитии сознания и чувств воспитуемой личности. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.334.

Убеждения – осознанная потребность личности, побуждающая ее действовать в соответствии со своими ценностными ориентациями; основой убеждений являются широкие и глубокие знания. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.456.

Убежденность — уверенность человека в своей правоте, подтверждаемая соответствующими аргументами и фактами.

Узнавание — отнесение воспринимаемого объекта к категории уже известных

Умения – освоенные человеком способы выполнения действия, обеспечиваемые совокупностью приобретенных знаний и навыков. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.465.

Умения – освоенные человеком способы выполнения действия, обеспечиваемые совокупностью приобретенных знаний и навыков.

Умения – это овладение способами (приемами, действия) применения усваиваемых знаний на практике. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.155.

Умозаключение — процесс логического вывода определенного положения из некоторых достоверных утверждений — посылок.

Умственная отсталость — стойкое нарушение познавательной деятельности в результате поражения головного мозга; выражается в двух формах: олигофрения и деменция. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.466.

Умственное воспитание (интеллектуальное) **–** целенаправленный педагогический процесс взаимодействия учителя и учащегося по формированию у учащегося научного мировоззрения; движение от непосредственного, чувственного отражения действительности к абстрактному, понятийному мышлению. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.244.

Упражнение – планомерно организованное повторное выполнение действия (умственного или практического) с целью его усвоения. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.471.

Упрямство — одно из ранних проявлений нарушения поведения; связано с понятием «внушаемость», которая определяется как важнейшее человеческое качество (открытость другому, способность верить).

Уровень притязаний — максимальный успех, которого рассчитывает добиться человек в том или ином виде деятельности.

Уровни профессионализма педагога **— степень овладение педагогом профессионализмом.**

Урок – коллективная форма обучения, которой присущи постоянный состав учащихся, устойчивые временные рамки занятий (45 минут), заранее составленное их расписание и организация учебной работы над одним и тем же материалом. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.244.

Урок – форма организации учебно-воспитательного процесса в учебных заведениях при классно-урочной системе обучения. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.472.

Установка — это готовность человека к определенному действию или к определенному восприятию окружающей действительности. Установка — более высокая психологическая инстанция, чем мотивация, — формируется на основе мотивации и непосредственно корректируется системой ценностей, поэтому одни и те же мотивы у разных людей могут дать начало различным установкам, зависящим от системы ценностей индивида.

Утомление – состояние организма, возникающее при длительном воздействии физических и умственных нагрузок и характеризующееся снижением работоспособности. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.478.

Утомление — состояние усталости, сопровождаемое пониженной работоспособностью.

Учебная деятельность – один из основных видов деятельности человека, направленный на усвоение теоретических знаний в процессе решения учебных задач. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.478.

Учебная задача – задача, требующая от учащегося открытия и освоения в учебной деятельности всеобщего способа (принципа, закономерности) решения относительно широкого круга проблем и конкретно-практических задач. Поставить учебную задачу – значит ввести учащегося в ситуацию, требующую ориентации на содержательно общий способ ее решения во всех возможных частных и конкретных вариантах условий (В.В. Давыдов); – цель, которую надлежит решить ученику в определенных условиях учебного процесса. Основное отличие учебной задачи заключается в том, что ее цель и результат состоят в изменении самого действующего субъекта, а не изменении предметов, с которыми действует субъект (Д.Б. Эльконин).

Учебная программа – нормативный документ, раскрывающий содержание знаний, умений, навыков по учебному предмету, логику изучения основных мировоззренческих идей с указанием последовательности тем, вопросов о общей дозировки времени на их изучение. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.151.

Учебная программа – это утвержденный Министерством образования РБ документ, в котором раскрывается содержание образования по каждому предмету в каждом классе и определяется система научных знаний, мировоззренческих и нравственно-эстетических идей, а также практических умений и навыков, которыми необходимо овладеть учащимся. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.150.

Учебник – книга, в которой систематически излагаются основы знаний в определенной области на уровне современных достижений науки и культуры; основной и ведущий вид учебной литературы. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.480.

Учебник школьный – книга, по своему содержанию и структуре обязательно соответствует учебной программе по предмету. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.138.

Учебные пособия – все материальные средства обучения, используемые в учебно-воспитательном процессе и предназначенные для расширения, углубления и лучшего усвоения знаний(хрестоматии, задачники и др.).

Учебный модуль – составная часть образовательной программы, характеризующаяся деятельностной и содержательной завершенностью, структура которой обеспечивает достижение определенного уровня компетентности.

Учебный план – основной государственный нормативный документ, являющийся составной частью образовательного стандарта. //Сластенин В.А. «Педагогика», М., 2003. – С.148.

Учебный план – основной нормативный документ образовательного учреждения, осуществляющего учебный процесс в рамках классно-урочной системы и предметной структуры обучения. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.487.

Учебный план – это утвержденный Министерством образования РБ документ, который определяет состав учебных предметов, изучаемых в учебном заведении, порядок (последовательность) их изучения и количество

учебных часов, отводимых на изучение каждого предмета в отдельных классах. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.149.

Учение – понятие скорее психологическое, чем педагогическое, поскольку оно связывается с усилиями индивидов, усваивающих тот или иной материал. Это научение человека в результате целенаправленного, сознательного присвоения им передаваемого ему общественно-исторического опыта и формируемого на этой основе индивидуального опыта. Исходя из этой трактовки, учение рассматривается как разновидность научения. В работах психологов учение рассматривается как тип ведущей деятельности, в русле которой происходит не просто приобретение знаний, умений и навыков, но и формирование личности в целом.

Учение – процесс, встречно направленный преподаванию. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.186.

Учитель — педагогический работник, в задачи которого входит обучение и воспитание учащихся с учетом специфики преподаваемого предмета, формирование общей культуры личности.

Факторный анализ — способ математико-статистической обработки данных научного исследования позволяющий выявить и описать лежащие в их основе, непосредственно не воспринимаемые причины называемые факторами.

Факультативные занятия – один из видов дифференциации обучения; используются с целью углубления знаний, развития интересов, способностей и склонностей учащихся, их профориентации. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.498.

Фанатизм — чрезмерная увлеченность человека чем-либо сопровождаемая снижением контроля над своим поведением, не критичностью в суждениях об объекте своей увлеченности

Физическая культура – один из элементов системы общего образования и воспитания, ориентирована на формирование у школьников сознательного отношения к себе и своему телу, физических (сила, быстрота,

выносливость, ловкость, гибкость) и нравственных (смелость, настойчивость, дисциплинированность) качеств личности, потребности в физическом совершенствовании. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.509.

Физическая культура – составная часть культуры, сфера деятельности, представляющая собой совокупность видов деятельности, основанных на духовных и материальных ценностях, создаваемых и используемых обществом в целях физического развития человека, совершенствования его двигательной активности, направленная на укрепление его здоровья и способствующая гармоничному развитию личности;

Физическое воспитание – комплексный процесс, направленный на физическое развитие человека, приобретение им умений, навыков и знаний в сфере физической культуры и спорта в целях формирования всесторонне развитого и физически здорового человека, включающий физическую подготовку;

Физическое воспитание – многогранный процесс организации активной физкультурно-оздоровительной деятельности учащихся, направленной на укрепление потребности в занятиях физической культурой и спортом, осмысление их психофизиологических основ, развитие физических сил и здоровья, а также выработку санитарно-гигиенических навыков, привычек и здорового образа жизни. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.446

Физическое воспитание – педагогически организованный процесс передачи от поколения к поколению способов и знаний, необходимых для физического совершенствования. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.510.

Физическое развитие - совокупность морфологических и функциональных свойств организма, определяющих запас его физических сил, выносливость и дееспособность.

Физкультурно-оздоровительное мероприятие – мероприятие оздоровительного характера, направленное на укрепление здоровья в процессе физического воспитания.

Философия образования – область исследований общей теоретической проблематики, целей и ценностных оснований образования, принципов формирования его содержания и направленности. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.513.

Флегматик — тип темперамента человека, характеризующийся пониженной реактивностью, слабо развитыми, замедленными выразительными движениями.

Формирование – результат развития личности, обозначающий ее становление, приобретение совокупности устойчивых социальных свойств и качеств. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.71.

Фрейдизм — учение, связанное с именем австрийского психиатра и психолога З. Фрейда. Кроме психоанализа содержит теорию личности, систему взглядов на отношения человека и общества, совокупность идей об этапах и стадиях психосексуального развития человека.

Фрустрация — эмоционально тяжелое переживание человеком неудачи, сопровождающееся чувством безысходности, крушения надежд в достижении определенной желаемой цели.

Функции лекции – информационная, мотивационная, организационно-ориентировочная, профессиональновоспитательная, методологическая.

Функциональная система — сложно организованная психофизиологическая система, обеспечивающая согласованную работу физиологических и психологических процессов, участвующая в регуляции целостного поведенческого акта. Понятие Ф.с. предложено П.К. Анохиным.

Функциональный орган — прижизненно сформировавшаяся органическая система, обеспечивающая работу высших психических функций и являющаяся их анатомо-физиологической основой.

Характер — совокупность свойств личности, определяющих типичные способы ее реагирования на жизненные обстоятельства.

Характер – совокупность устойчивых индивидуальных особенностей личности, складывающаяся и проявляющаяся в деятельности и общении,

обусловливая типичные индивидуальные способы поведения. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.535.

Художественное воспитание – формирование мировосприятия ребенка средствами искусства (всех его видов и жанров). // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.549.

Художественное творчество детей – выражение индивидуальных особенностей, отношения к окружающему миру и себе в посильной для ребенка художественной форме. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.550.

Целеобразование (целеполагание) – процесс порождения в сознании человека новых целей как одно из проявлений его мышления; соответствующие образы-представления могут быть также транслированы другому субъекту и приняты им как цель собственной деятельности.

Целостность восприятия — сенсорная, мысленная достройка совокупности некоторых воспринимаемых элементов объекта до его целостного образа.

Цель – осознанный субъективный образ, представление человека о будущем результате деятельности, образ «потребного будущего», определяющий целостность и направленность его действий и поступков.

Цель воспитания – заранее определяемые (прогнозируемые) результаты в подготовке подрастающих поколений к жизни, в их личностном развитии и формировании, которых стремятся достигнуть в процессе воспитательной работы. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.48.

Цель обучения – идеальное (мысленное) предвосхищение его конечных результатов, то есть того, к чему должны стремиться педагог и учащиеся. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.158.

Ценности — то, что человек особенно ценит в жизни, чему он придает особый, положительный жизненный смысл.

Ценностное воспитание – направление в педагогической теории и практике США, Канады и стран Зап.Европы (1960-1970-е гг.); основная цель – не прямая передача воспитанникам общечеловеческого ценностного опыта, а

формирование у молодежи способностей к самостоятельному выбору нравственных ценностей, создание у нее нравственных критериев, основанных на гуманистических идеалах. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.554.

Ценность – материальный или идеальный объект, имеющий жизненно важное значение для индивида, группы, социального слоя, этноса; предельное основание человеческого поступка.

Центральная нервная система — часть нервной системы, включающая головной, промежуточный и спинной мозг.

Центральный — характеристика нервных процессов, происходящих на высших уровнях центральной нервной системы.

Черта личности — устойчивое свойство личности, определяющее характерное для нее поведение и мышление.

Человек – биосоциальное существо, включающее совокупность свойств, качеств, связанных с биологической природой человека и множества социальных свойств и качеств, приобретенных им прижизненно и характеризующих его общественную сущность. // Харламов И.Ф. «Педагогика», С.67-68.

Честолюбие — стремление человека к успехам, рассчитанное на повышение его авторитета и признание со стороны окружающих.

Чувствительность — способность организма запоминать и реагировать на воздействия среды, не имеющие непосредственного биологического значения, но вызывающие психологическую реакцию в форме ощущений.

Чувство — высшая, культурно обусловленная эмоция человека, связанная с некоторым социальным объектом.

Школа общеобразовательная – учебно-воспитательное учреждение, базовый элемент образовательной системы. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.583.

Школа-интернат – общеобразовательное учреждение общественного воспитания для учащихся, не имеющих необходимых материальных и моральных условий в семье. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.587.

Школьное оборудование – специально разработанные для школы и необходимые для ее нормальной работы предметы (пособия, приспособления, мебель и др.), в содержании, построении и конструкции которых учтены специфика их использования и возрастные особенности учащихся. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.589.

Школьный театр – самодеятельный театр в учебном заведении. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.590.

Эвристический метод обучения или частично-поисковый метод – организация поисковой, творческой деятельности на основе теории поэлементного усвоения знаний и способов деятельности. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.599.

Эгоизм (от лат. - я) – ценностная ориентация личности, проявляющаяся в сознательном противопоставлении личных интересов и потребностей интересам других людей, крайняя форма индивидуализма. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.599.

Эгоцентризм — сосредоточенность сознания и внимания человека исключительно на самом себе, сопровождающаяся игнорированием того, что происходит вокруг.

Эгоцентризм (от лат. – я, центр) – позиция личности, характеризующаяся сосредоточенностью на собственных ощущениях, переживаниях, интересах, а также неспособностью принимать и учитывать информацию, противоречащую собственному опыту, в частности исходящую от другого человека. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.599.

Эйфория — состояние чрезмерной веселости, обычно не вызванное какими-либо объективными обстоятельствами

Экзамены (от лат. – взвешивание. испытание) – одна из традиционных форм проверки знаний учащихся. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.600.

Экологическая культура – наличие у человека определенных знаний, убеждений, моральных установок, готовности к деятельности, согласующихся

с требованием бережного отношения к природе. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.603.

Экологическое образование – овладение учащимися научными основами взаимодействия природы и общества; формирование системы научных знаний, взглядов и убеждений, направленных на воспитание моральной ответственности личности за состояние окружающей среды, осознание необходимости постоянной заботы о ней во всех видах деятельности. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.603.

Экскурсия учебная (от лат. – поездка, прогулка) – форма организации учебно-воспитательного процесса, позволяющая проводить наблюдения и изучение различных предметов и явлений в естественных условиях или в музеях, на выставках, экспозициях, предприятиях и др. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.609.

Эмоции — элементарные переживания, возникающие у человека под влиянием общего состояния организма и хода процесса удовлетворения актуальных потребностей.

Эмоции — это система «быстрого реагирования» на любые важные с точки зрения потребностей изменения внешней среды.

Эмоции (от лат. – потрясаю, волную) – переживание человеком его отношения к окружающему миру и самому себе; проявляется в виде удовольствия, радости, страха и т.д. Эмоции, возникающие на базе высших социально-детерминированных потребностей, - называются ***чувствами*** (интеллектуальными, эстетическими, нравственными). В экстремальных условиях сильные эмоции называются ***аффектами.*** Длительно сохраняющееся, относительно ровное и не ярко выраженное эмоциональное состояние называется ***настроением.*** // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.613.

Эмоциональность — характеристика личности, проявляющаяся в частоте возникновения разнообразных эмоций и чувств.

Эмпатия — способность человека к сопереживанию и сочувствию другим людям, к пониманию их внутренних состояний.

Эстетическое воспитание – процесс формирования и развития эстетического эмоционально-чувственного и ценностного сознания личности и соответствующей ему деятельности. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.625.

Этапы профессионализма педагога — дробное членение уровней профессионализма педагога, характеризующих его индивидуальное своеобразие и неповторимость профессионального пути конкретного человека.

Этика отношения к детству — совокупность моральных и правовых норм, которыми руководствуются общество и государство по отношению к детям.

Этнопедагогика – направление в исследовании социализации и образования; этническая традиционная культура, быт, семейно-родственные отношения рассматриваются в их значении для становления личности и интерпретируются в категориях педагогики. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.644.

Этнопедагогика – специальная научная дисциплина, которая занимается исследование народного воспитательного опыта и связанных с ним представлений о воспитании. //Харламов И.Ф. «Педагогика», С.26.

Эффект новизны — явление из области восприятия людьми друг друга. Проявляется в том, что большее воздействие на формирование образа человека обычно оказывает такая информация о нем, которая поступает последней, т.е. является наиболее свежей.

Эффект ореола — феномен, характеризующийся тем, что первое впечатление о человеке определяет его последующее восприятие другими людьми, пропуская в сознание воспринимающего человека только то, что соответствует сложившемуся первому впечатлению, и отсеивая то, что ему противоречит.

Эффективность деятельности группы — - продуктивность и качество совместной работы людей в малой группе.

ЮНЕСКО (Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки, культуры) – специальное учреждение ООН, созданное в

1945 г., крупнейшая в мире межправительственная организация по проблемам международного сотрудничества в областях образованиях, естественных и социальных наук, культуры и информации. // Рос.Пед.Энц., 1999 , Т.2. - С.649.

ЮНИСЕФ (Детский фонд ООН) – специализированное учреждение ООН по координации программ помощи для детей; создан в 1946 г. как международная организация чрезвычайной помощи детям в разоренных 2-й мировой войной странах Европы. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.649.

Юность, ранняя юность – стадия жизни и развития человека, охватывающая возраст от 14-15 до 17-18 лет, что соответствует периоду обучения в старших классах общеобразовательной школы. // Рос.Пед.Энц., 1999, Т.2. - С.650.

Часть материала находится на сайте:
https://mgsu.ru/universityabout/Struktura/Kafedri/SPPK/mmaterials/osnovy-pedagogiki-i-andragogiki/gloss.pdf

https://www.s-vfu.ru/universitet/rukovodstvo-i-struktura/instituty/pi/ums/kpp/NO/slovar.pdf

6. Литература для самообразования // Literature for self-education

1. Актуальные проблемы туризма - 2001: Ежегодный сборник научных трудов / Российская международная академия туризма. - М.: Советский спорт, 2002. - Вып. 5. – 248 с.

2. Актуальные проблемы туризма 2001: Программа развития туризма в Юго-Восточном Подмосковье // Сб. докл. и тез. сообщ. науч.-практ. конф., г. Луховицы, 16 мая 2001г. - М.: РМАТ, 2001. – 195 с.

3. Актуальные проблемы туризма 1999: Программно-целевые принципы реализации концепции развития туризма в Подмосковье // Сб. докл. и тез. сообщ. науч.-практ. конф., г. Красногорск, 16 ноября 1999г. М.: РМАТ, 1999. – 246 с.

4. Алилуйко Е.А. Формирование коммуникативной компетентности менеджеров туризма в процессе изучения иностранного языка: Автореферат, дис. канд.пед.наук. М.: РМАТ, 2000. - 26с .

5. Ананьев Б.Г. Избранные психологические труды: В 2 т. М.: Педагогика, 1980. -Т. 1. -230 с.

6. Ананьев Б.Г. О проблемах современного человекознания. М.: Педагогика, 1982, С.242 - 261.

7. Андреева Г. А. Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 1996. – 375 с.

8. Анискин Ю.П. Общий менеджмент. М.: РМАТ, 1997, - 1 Юс.

9. Антология мировой философии. В 4-х т. М.: Мысль, 1969. - Т.1, ЧД.576 с.

10. Ю.Антонов Н.С, Слагаемые знаний (О межпредметных связях в учебном процессе). Архангельск.: Сев.-Зап. Кн. Изд-во, 1969. - 152с.

11. Н.Аристов Н.И., Загузов Н.И. Процедура подготовки и защиты диссертаций. -М.:Б. и., 1996.-50с.

12. Артемова А.Ф., Яеонович О.А. Новые материалы для чтения на английском языке: Учебное пособие для вузов. М.: "Книжный дом "Университет", 2000. - 160с.

13. Асеев В.Г. Мотивации поведения и формирование личности. М.: Мысль, 1976. - 160с.

14. Асмолов А.Г. Психология личности. ~М.: Изд-во МГУ, 1990. 367с.

15. Афанасьев В.Г. Человек в управлении обществом. М.: Политиздат, 1997. - 382с.

16. Бабанский Ю.К. Избранные педагогические труды, М.: Педагогика, 1989.-558с.

17. Бабанский Ю.К. Оптимизация процесса обучения. М.: Просвещение, 1972.-347с.

18. Бабанский Ю.К. Оптимизация учебно-воспитательного процесса. М.: Просвещение, 1982. - 192с.

19. Бабанский Ю.К. Проблемы повышения эффективности педагогических исследований. -М: Педагогика, 1982. 192с.

20. Бабий Г.И. Роль коммуникативной культуры в организации работы менеджера // Сборник докладов и тезисов сообщений II всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы туризма' 98». С. 121-124.

21. Байденко В.И. Стандарты в непрерывном образовании: современное состояние. М.: Исслед.ценгр проблем качества подгот.специалистов, 1998.-249с.

22. Бариной А.Я. Обучение топ менеджеров: опыт российско-шведской программы «Развивай свою фирму» // Бизнес-образование. 1998. № 1. С. 17-20.

23. Басова Н.В. Педагогика и практическая психология. Ростов н/Д.: Феникс, 2000. -416с.

24. Батышев С.Я. Задачи системы профессионально-технического образования в условиях перехода к рыночной экономике. М.: Ассоциация профессионального образования, 1993. - 191с.

25. Батышев С.Я. Реформа профессиональной школы: Опыт, поиск, задачи, пути реализации. М.: Высшая школа, 1987. - 340с.

26. Бейкер Жозефина Т. Искусство беседы. Двенадцать золотых правил (англ.яз.) Учебное пособие для взрослых М.: ООО "МНПК Элан", 2001. -32с.

27. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. -М.: Педагогика, 1992. С. 14.

28. Беспалько В.П. Основы теории педагогических систем. Воронеж.: Б.и., 1977. - 123с.

29. Беспалько В.П. Педагогика и прогрессивные технологии обучения. М.: ИР-ПО МО РФ, 1995. - 304с.

30. Веспалько В.П. Проблема образовательных стандартов в США и России И Педагогика. М.: 1995. -№ 1.-С. 89-94.

31. Беспалько В.П. Системно-методическое обеспечение учебно-воспитательного процесса подготовки специалистов. М.: Высш. школа, 1989. - 144с.

32. Беспалько В.П. Слагаемые педагогической технологии. М.: Высш. школа, 1989. - 191с.

33. Бим И.Л. Методика обучения иностранным языкам как наука и проблемы школьного учебника. М.: Просвещение, 1977, - С.23.

34. Бим И.Л. Обучение иностранным языкам: поиск новых путей / Иностранные языки в школе, М: 1989. -№ 1. -С. 34- 37.

35. Блаумберг И.В., Садовский В.Н., Юдин Э.Г. Системный подход: предпосылки, проблемы, трудности. М.; Знание, 1969. - 48с.

36. Блейк Р., Моутон Д. Научные методы управления / Перевод с английского. — М.: Прогресс, 1989. С. 56 - 59.

37. Бодалев А.А., Жуков В.И., Лаптев Л.Г., Сластенин. В.А. Психология и педагогика. Учебное пособие. М.: Высшая школа, 2002 - 585с.

38. Боголюбов В.И. Педагогическая технология: эволюция понятия. // Сов. Педагогика. ~ 1991. - N2 9. С. 123 -128.

39. Бондаревский В.Б. Воспитание интереса к знаниям и потребности к самообразованию. -М.: Просвещение, 1985. 143с.

40. Борисенко Н.Ф. Об основах межпредметных связей // Советская педагогика. 1971. - № 11. - С. 24 - 31.

41. Борисова Е.Н., Гуревич К.М. Психодиагностика интеллекта. М.: Наука,1998. 120с.

42. Бояринцева А.В. Психологические проблемы экономической социализации // Педагогика. М., 1995. - Ш 4. - С. 1.

43. Буева Л.П. Человек: деятельность и общение. М.: Мысль, 1978. - 216с.

44. Бусслснко Н.П. Моделирование сложных систем. М.: Наука, 1978. - 400с.

45. Вазина. К.Я. Коллективная мыследеятельность модель развития человека. ~Н.Новгород.: «Педагогика», 1990. - 196с.

46. Вербицкии А.А. Активное обучение в высшей школе: комплексный подход. М/. Высшая школа, 1991. - 204с.

47. Вербицкий А.А., Федорова А.А. Повышение педагогического мастерства в контекстном обучение. М.: НИИВШ, 1987. - 46с.

48. Володарская И.А., Арташкина Т.А. Использование профессиональных задач в процессе обучения // Практика создания модели специалистов в различных вузах. М.: Знание, 1989. - С. 69-76.

49. Володарская И.А., Арташкина Т.А. Профессиональные задачи и качество усвоения фундаментальных знаний. Владивосток.: Изд-во Дальневосточного ун-та, 1993. - 196с.

50. Володарская И.А., Митина А.М Проблема целей обучения в современной педагогике. -М.: Изд-во Моск. ун-та, 1989. 72с.

51. Волоколамский институт гостеприимства: на пути к профессиональному совершенству: Сборник статей / Волоколамский институт гостеприимства филиал РМАТ. - Волоколамск.: «ВИГ», 2004. - 103с. - Вып. 2.

52. Вопросы контроля обученности учащихся иностранному языку: Метод.пособие / Под редакцией А.А.Миролюбова. Обнинск.: Титул,1999.- 112с.

53. Воробьева С.А. Деловой английский язык для сферы туризма. Your Way to Tourism. М.: "Издательский дом "Филология три", 2002. 352с.

54. Второй международный конгресс по техническому и профессиональному образованию. Сеул, 26 30 апреля 1999г. - М.: Национальная обсерватория профессионального образования, 1999. - 113с.

55. Выготский Л.С. Педагогическая психология. М.: Педагогика, 1991. - 479с.

56. Гальперин П.Я. Основные результаты исследования по проблеме «Формирование умственных действий и понятий». М.: Изд-во.ун-та, 1965. - 51с.

57. Гальперин П.Я., Решетова З.А., Талызина Н.Ф. Психолого-педагогические проблемы программированного обучения на современном этапе. М.: Изд-во Моск.ун-та, 1996. - 39с.

58. Георшева Т.С. Высшая школа США на современном этапе. М.: Высшая школа, 1989. - 142с.

59. Геронимус Ю.В. Игра Модель. Экономика. М.: Знание, 1989. - 208с.

60. Гершунский Б.С. Стратегические приоритеты развития образования в России // Педагогика. № 5. - 1996. - С. 46 - 54,

61. Глухов В.В. Основы менеджмента; учебно-справочное пособие. СПб.: Специальная литература, 1995. - 100с.

62. Гордон Л.А. Потребности и интересы // Советская Педагогика. 1939. -№8/9.-С. 140-154.

63. Горигорьян Б.Т. Человек: его положение и призвание в современном мире. -М.: Мысль, 1986. 222с.

64. ГОСТ 2.105-79. Общие требования к текстовым документам. М.: Изд-во стандартов, 1982. - 23с.

65. ГОСТ 7. 103-84. Библиографическое описание документа. М.: Изд-во стандартов, 1987. - 72с.

66. ГОСТ Р 50762-95. Общественное питание. Классификация предприятий. -М.: Йзд-во стандартов, 1995. 15с.

67. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования. М.: Госкомитет РФ по высшему образованию, 1995. -382с.

68. Грузин Н.Е., Бащтовой А.Е. Методика составления рабочих программ учебных дисциплин // Проблемы высшей школы: Респуб.науч.-метод.сб,- Киев, 1976. Вып. 25: Психолого-педагогические аспекты высшего образования. - С. 11-14.

69. Гуревич П.С. Философия культуры. М.: Б.и., 1995. - 288с.

70. Данилов М.А., Есипов Б.П. Процесс обучения в современной школе. М.: Б.и., 1960.-231с.

71. Давидович В.Е., Жданов ЮЛ. Сущность культуры. Ростов н/Д.: Б.и., 1979.-263с.

72. Давыдов В.В. Проблемы развивающего обучения. М.: Педагогика, 1986.- 180с.

73. Деловое образование: технология Морозовского проекта. М.: Педагогика, 1997. - 268с.

74. Деловые справочники России. М.: Синергия, 1996. ~ 300с.

75. Джуринскии А.Н, История зарубежной педагогики. М.: Форум - Йнфра, 1998. -270с.

76. Добрович А.Б. Воспитателю о психологии и психогигиене общения. М.: Педагогика, 1987. -260с.

77. Дорошенко В.Ю., Зотова Л.И., Нартов Н.А. и др. Социальная психология и этика делового общения. Учебн, пособие для вузов / под общей ред. Проф. В.Н.Лавриненко. М.: Культура и спорт, ЮНЙТИ, 1995. С.64 - 69.

78. Евенко Л.И., Филонович С.Р. Новая госурсгвенная программа подготовки управленческих кадров // Бизнес-образование. 1997. ~ X» 2. -С. 26-30.

79. Ермоленко В.А. Технология разработки блочно-модульных учебных программ для учреждений профессионального образования. М.: Высшая школа, 1996,- 156с.

80. Ефремов В.С. Семь граней современного менеджмента // Менеджмент в России и за рубежом. М/. Наука, 1997. - Вып. 1. - С. 3 -12.

81. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Учебное пособие. ~ М.: Финпресс, 1998.-288с.

82. Жолдак В.И. Основы менеджмента: Учеб. пособие. М.: Советский спорт, 1994. - 127с.

83. Жолдак В.И., Квартальное В.А. Основы менеджмента в спорте и туризме.: Т.1.: Учебник. -М.: Советский спорт, 2001, ~ 288с.

84. Забов А.М. Ситуационное обучение: проблемы метода // Бизнес-образование. 1997. - № 2. - С. 56-61.

85. Загвязинский В.И. Методология и методика социально-педагогического исследования. -М.: Изд-во АСОШР, 1995. 155с.

86. Загузов Н.Н. Технология подготовки и защиты кандидатской диссертации. ~М.: Исслед. Центр, 1993. 114с.

87. Зайцев Г.П., Безлецкин В.В. Возможности целевой интенсивности подготовки // Вестник высш. школы. -1985, № 8. - С. 21 - 24,

88. Закон Российской Федерации «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» // Сборник нормативно-правовых и методических документов в сфере профессионального дополнительного образования. М., 1998. - С. 38 - 52.

89. Закон Российской Федерации «Об образовании» // Сборник нормативно-методических материалов по профессиональному обучению. — СПб.: УМЦ, 1995.-24с.

90. Запенкова Г.И., Никульшина М.Н. Вариант системного подхода // Вестник высш. школы. -1984. Ш 2. - С. 26 - 27.

91. Заремская С.Й., Слободчиков А.А. Развитие инициативной речи учащихся: (На материале англ. языка.). Кн. для учителя. М.: Просвещение, 1983. - 127с.

92. Захаров В.В. Компьютерные технологии в экономическом и бизнес-образовании // Бизнесс-образование. -1997. № 2. - С. 66 -,72.

93. Зверева Н.М., Маскаева Т.Е. Дидактика для учителя: Учебное пособие. -Н.Новгород.: Нижегородской гуманитарный центр, 1996. 131с.

94. Злобин Н.С. Культура и общественный прогресс. М.: Б.и., 1980. - 303с.

95. Зорин И., Квартальное В.А. Толковый словарь туристских терминов. -М. Афины: bifogroup, 1994 - 310с.

96. Зорин И.В. Менеджмент персонала. Планирование карьеры в туризме.-М.: РМАТ, 1997.-240с.

97. Зорин И.В. Образование и карьера в туризме: Учебное пособие. М.: Советский спорт, 2000. - 224с.

98. Зорин И.В. Теоретические основы профессионального туристского образования: Монография. М.: Советский спорт, 2001. - 264с.

99. Зорин Й.В., Штюрмер Ю.А. Туризм и охрана окружающей среды / Учебн. пособие. М.: Центр.рекл. - инф. Бюро «Турист», 1986, - С. 101.

100. Зорина Г.Й. Формирование содержания образования в профессиональном лицее туристского профиля: Автореф. дис. .канд. пед. наук., М.: РМАТ, 1998. 21с.

101. Зязюн И.А., Кривонос И.Ф., Тарасевич Н.Н. и др. Основы педагогического мастерства: Учеб. пособие для пед. спец. высш. учеб. заведений. -М.: Просвещение, 1989. -302с.

102. Ивлиева И.А. Методолого-теоретические основы оценочно-критериальной системы многоуровневой профессиональной подготовки. Автореф.дис. .докт.пед.наук. СПб.: Изд. университета, 1998.-35с.

103. Ильина Т.А. Структурно-системный подход к организаций обучения. -М.: Знание, 1972. Вып. 1. - 72с.; Вып.2. - 88с.; Выц.З. - 78с.

104. Информационный бюллетень Российского комитета ИКОМ. М.: ИКОМ, 1994. - № 4.

105. Искусство менеджмента: Практическое пособие. М.: Финпресс, 1998. - 288с.

106. Исмаев Д.К. Основы стратегии и планирования маркетинга в иностранном туризме. М. : ТОО «Луч», 1994. - 200с.

107. Кавтарадзе Д.Н. Обучение и игра: введение в активные методы обучения / Моск. психолого-соц. ин-т. М.: Флинта, 1998. - 98с.

108. Каган М.С. Человеческая деятельность. Опыт системного исследования. -М.: Политиздат, 1974. 328с.

109. Каган М.С. Мир общения: Проблема межсубъектных отношений. М.: Б.и., 1988 - С. 250

110. Кальней В.А., Кузнецов В.М., Роговский Ю.М. Подготовка молодежи к труду в системе непрерывного образования. М.: РМАТ, 1994. - 160с.

111. Кап-Калик В.А. Учителю о педагогическом общении. М.: Педагогика, 1981. - 157с.

112. Каптерев П.Ф. Избранные педагогические сочинения. М.: Педагогика, 1982. - 704с.

113. Квартальное В.А. Биосфера и туризм. М.: Наука, 2002. 367с,

114. Квартальное В.А. Теоретические основы становления и развития системы непрерывного профессионального образования в сферетуристской деятельности. Автореф. дис. .докт.пед.наук. — М.: РМАТ, 2000.-35с.

115. Квартальнов В.А. Мировой туризм на пороге 2000 года: прогнозы и реальность. ~М: Финансы и статистика, 1998. 96с.

116. Квартальнов В.А. Наши задачи в преддверии третьего тысячилетия: культура православие - образование - туризм. // Теория и практика физической культуры. - М.: РМАТ, 1999, - Jfe 11. - С. 2-6.

117. Квартальнов В.А. Педагогика и туризм: учебник. М.: Советский спорт, 2000. - 360с.

118. Квартальнов В.А. Становление системы образования для целей туризма: Содержание эксперимента на примере Российской международной академии туризма. М.: РМАТ, 1997. - 75с.

119. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления. М.: Финансы и статистика, 1999. - 496с.

120. Квартальнов В.А. Туризм, экскурсии, обмены: современная практика. -М.: Наука, 1992.-250с.

121. Квартальнов В.А. Туризм, экскурсии, обмены: современная практика. -М.: Наука, 1993.-512с.

122. Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика: Избр. В 5 т. т.5: Методика профессионального обучения и подготовки специалистов по туризму в России. М.: Финансы и статистика, 1998. - 248с.

123. Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика: Избр.тр. в 5 т. т.2: Социальный туризм. -М.: Финансы и статистика, 1998. 256с.

124. Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика: Избр.тр. в 5 т. т.З: Новые цели и функции туризма. -М.: Финансы и статистика, 1998. 384с.

125. Квартальное В.А., Зорин И.В. Туристский бизнес и система обучения кадров предприятий обслуживания. (Зарубеж. опыт). М.: ШЖРТЭО, 1990.-С. 12.

126. Квартальнов В.А., Солодухин И.Д, Методика и педагогика профессионального обучения и подготовки специалистов для целей туризма в России. Из опыта образовательных учреждений социального туризма. 1987-1997 гг. -М.: РМАТ, 1997.-214с.

127. Кинелев В.Г. Объективная необходимость, История, проблемы и перспективы реформирования высшего образования России. М,: Республика, 1995.-328с.

128. Китайгородская Г.А. Методические основы интенсивного обучения иностранным языкам. М.: Высшая школа, 1986. - 241с.

129. Кларин М.В. Личностная ориентация в непрерывном образовании // Педагогика. -1996. № 2. - С. 15-21.

130. Климов Е.А. Развивающийся человек в мире профессий. Обнинск.: Изд-во «Принтер», 1993. - 56с.

131. Козленко Н.Н. Деловые игры в принятии управленческих решений. -М.; Изд-во ВЗПИ, 1992. 173с.

132. Козлова О.В., Разу М.Л. Деловые игры и их роль в повышении квалификации кадров. М.: Знание, 1978. - 64с.

133. Козырева Н.Е. Межкультурная коммуникация в содержании туристского образования: Дисс.канд.пед.наук,- М.: РМАТ, 2001. С.26.

134. Комаровских М.М. Анализируя содержание курсов // Вестник высш. школы. 1969. - № 1. - С. 20-25.

135. Конфедератов И.Я. Наука и учебная дисциплина // Вестник высш.школы. 1971. - № 6. - С. 15-21.

136. Королев Ф.Ф. Системный подход и возможности его применения в педагогических исследованиях // Советская педагогика. 1970. - №> 9. -С. 103 - 115.

137. Косатая В.Н. Приемы познавательной деятельности как вид межпредметных связей: Дис. .канд.пед.наук. -М.: Б.и., 1975. 178с.

138. Котлер Ф. И др. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебник для вузов. Пер. с англ / Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж.; под ред. НоздревойР.Б. ~М.: ЮНЙТИ, 1998. -787с.

139. Крутецкий В.А. Основы педагогической психологии. М.: Просвещение, 1972. -255с.

140. Кудрявцев Т.В. О различных психологических уровнях управления творческой деятельностью // Теоретические проблемы управления познавательной деятельностью человека. М.: Изд-во Моск.ун-та, 1975, - С. 62-73.

141. Кузьмина Н.В. Методы системного педагогического исследования, -Л.: Изд-во ЛГУ, 1980. 172с.

142. Кузьмина Н.В. Опыт экспериментального моделирования деятельности преподавателя высшей школы // Современная высш. школа 1977. - № 3-С. 73-87.

143. Кузьмина Н.В. Профессионализм личности преподавателя и мастера производственного обучения. -М.: Высш. школа, 1990. 119с.

144. Кулаев К.В. Эстетическое воспитание: пути преемственности. М.: Знание, 1986.-59с.

145. Культурный туризм для мира и развития: Сб. докл. и тез. сообщ. межд. науч. конф. г. Москва, 26 28 сентября 2000 г. - М.: РИБ «Турист», 2000,-188с.

146. Кэррол К., Новикова М.Л. Holidays Go Round And Round. American Holidays: Traditions, Poems, and Songs; Учебное пособие для широкого круга изучающих английский язык. СПб.: "Химера", 1998. - 160с.: ил.

147. Лагусев Ю.М. Воспитательный процесс в туристском профессиональном образовании: Монография. М.: Советский спорт, 2000.-272с.

148. Лаиге Н.Н. О совеременном состоянии педагогической психологии и задач будущего // Труды всероссийского Съезда по педагогической психологии. СПб.: Б.и., 1910. - С. 24-30.

149. Леви В.Л. Искусство быть собой. М.: Политиздат, 1988. ~ 223с.

150. Левина М.М. Функциональное моделирование процесса обучения. -«Новые исследования в педагогических науках», 1971. №3 - С.17.

151. Леонтьев А.А. Педагогическое общение. М.: Политиздат, 1977. -304с.

152. Леонтьев А.Н. Мышление // Философская энциклопедия. М.: Сов.Энциклопедия, 1964.-С. 514-519.

153. Лернер И .Я. Дидактические основы методов обучения, М.: Педагогика, 1981. - 186с.

154. Лернер И.Я. Проблемное обучение. М.: Знание, 1974. - 64с.

155. Лихачев Б.Т. О функциях эстетического воспитания и критике буржуазных художественно-педагогических концепций М.: Педагогика, 1971.-26с.

156. Лихачев Б.Т. Эстетика воспитания М.: Педагогика, 1972. -159с.

157. Лихачев Б.Т. Педагогика: Курс лекций / Учеб. Пособие для студентов педагогич. Учеб. Заведений и слушателей ИПК и ФПК. 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт-М, 2001.- 606 с.

158. Лобанов А,А. Основы профессионально-педагогического общения: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2002. - 192с.

159. Ломов Б.Ф. Вопросы общей, педагогической и инженерной психологии. М.: Высшая школа, 1991. - С. 309,

160. Лопатин В., Лопатина Л, Русский толковый словарь М.: Просвещение, 1997. - 832с.

161. Ляпунов А.А. Система образования и систематизация наук // Вопросы философии -1968. -К2 3-С. 38-50.

162. Майор Ф., Тангян С. Высокий образовательный замысел. К 50-летию образования ЮНЕСКО // М.: Педагогика, 1996. 6-С. 3 - 13.

163. Максимова В.Н. Межпредметные связи и совершенствование процесса обучения: Кн. для учителя М.: Просвещение, 1984. - 192с.

164. Маркарян Э.С. Теория культуры и современная наука (логико-методол. Анализ) М.: Б.и,, 1983. - 284с.

165. Маркова А.К. и др. Формирование мотивации учения / Маркова А.К., Матис Т. А., Орлов А.Б. -М.: Просвещение, 1990. 190с.

166. Маркова А.К. Психология труда учителя М.: Просвещение, 1993. - 190с.

167. Маркова О.Ю. Страноведческий аспект профессиональной подготовки студентов туристского вуза в процессе изучения иностранного языка: Автореферат. дис.канд.пед.наук. -М.: РМАТ, 2000. -26с,

168. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. - Т. 42. М.: Просвещение, 1984. - С, 36.

169. Маслоу А. Мотивация и личность / пер. с англ. СПб.: Евразия, 1999. -487с.

170. Материалы Всемирной Конференции по туризму Мадрид, 1981. - 160с.

171. Международный форум «Молодежь. Спорт. Туризм». Квартальновские научные чтения, Москва, 18-20 февраля 2004 г. М.: Советский спорт, 2004.-496с.

172. Методология профессионального туристского образования: Монография. / М.Я. Виленскнй, В.А, Горский, В.И. Жолдак и др. М.: Советский спорт, 2001. - 200с.

173. Мидьруд Р.П. Организация ролевой игры на уроке. Журнал «Иностранные языки в шкоде». 1989. - №3 - С.43.

174. Минина II.М. Программа обучения активному владению иностранным языком студентов неязыковых специальностей и методические рекомендации М.: "НВИ" - "Тезаурус", 1998. - 62с.

175. Миролюбов АЛ. История отечественной методики обучения иностранным языкам. М.: Ступени, Инфра - М, 2002. - 448с.

176. Митина Й.Е., Петрова JI.C. Деловой английский. Путешествие: Учебное пособие, СПб.: Лениздат; Издательство "Союз", 2001. - 320с.

177. Мошняга Е.В. Английский язык. Учебно тематический план и учебная программа.- Российская международная академия туризма.-1996. - 54с.

178. Мудрик А.В. Введение в социальную педагогику М.: Ин-т практ.психологии, 1997. - 368с.

179. Набатова Н.В. Развитие профессиональной компетентности студентов туристского вуза: Дисс.канд.пед.наук. М.: РМАТ, 2000. - 26с.

180. Неверкович С.Д. Игровые методы подготовки кадров М/. Высш.шк., 1995.-206с.

181. Новиков А.М. Интеграция базового профессионального образования // Педагогика 1996. - № 3 - С. 3-8.

182. Новиков А.М. Профессиональное образование в России М.: ИЦП НПО РАО, 1997.-254с.

183. Нормативно-правовые акты туристской деятельности М.: Б.и., 1997. -С. 178-186.

184. Ньюстром Д.У., Скаааннел Э.Е. Деловые игры и современный бизнес. -М.: Бином, 1997. 140с.

185. Образование в туризме У/ Туризм: обзор материалов. Вып.4 М.: Онлайн, 1996.-98 с.

186. Обучение иностранным языкам в школе и в университете. СПб.: "Каро", 2001. -240с.

187. Ожегов С.Й. Словарь русского языка / под ред. Н.Ю. Шведовой М.: Русский язык, 1990. - 924с.

188. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / РАН -М.: Просвещение, 1993. 960с.

189. Олейник Л., Журнал. Образование и карьера. 2001. - № 6 - С.34.

190. Осипов Г.В., Москвичев Л.Н., Кабыша А.В. и др. Социология. Основы общей теории: учеб. пособие М.: Наука, 1996. - 164с.

191. Парыгин Б.Д. Анатомия общения: Учеб. пособие. СПб.: ГУ, 1999. - 322с.

192. Пассов Е.И. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению. 2-е изд. - М.: «Просвещение», 1991. — 223с.

193. Пассов Е.И. Основные вопросы обучения иноязычной речи. - Воронеж.: Волга, 1976. С. 23 - 30.

194. Педагогика: Учеб, пособие для студентов пед.институтов / Ю.К. Бабанский, В.А. Сластенин, Н.А. Сорокин и др.; под ред. Ю.К. Бабанского. М.: Просвещение, 1998. - 479с.

195. Педагогика: учебн.пособие для студентов пед.учеб.заведений / под ред. П.И, Пидкасистого М.: Педагогика, 1995. - 638с.

196. Питюков В.Ю. Основы педагогической технологии: Учебно-методическое пособие. 3-е изд., испр. и доп. М.: Издательство «Гном иД», 2001.-192с.

197. Подласый И.П. Педагогика: учебник для студентов высших пед.учеб.заведений М.: Просвещение: Гуманит.изд.центр ВЛАДОС, 1996.- 432с.

198. Подольский А.Й. Об общетеоретических и методологических взглядах П.Я.Гальперина // Вестник МГУ. Сер. 14, Психологая 1992. - № 4 - С. 3-10.

199. Познавательные задачи в обучении гуманитарным наукам / под ред. Лернера И.Я. М.: Педагогика, 1972. - 239с,

200. Полевой Ю.Л. Применение системного подхода к построению учебного предмета: Автореф.дис. .,.канд.пед.наук М.: Б.и., 1975. -19с.

201. Полонский В.М. Педагогические исследования и практика // Советская педагогика -1984. № 5 - С. 8-12.

202. Пономарев Я.А. Знание, мышление и умственное развитие М.: Просвещение, 1967. - 264с.

203. Понятийно-терминологический словарь по педагогике и образованию -НЛовгород.: Б.и., 1996. 28с.

204. Практикум по английскому языку. Менеджмент: Учебное пособие / Сост.: С.А. Колесниченко, Г.В. Варганова. СПб.: Лениздат; Издательство ,гСоюз", 2001. - 160с.

205. Психологический словарь / Под. Ред. В.П. Зинченко, Б.Г. Мещерякова. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Б.и., 1997. - 458с.

206. Пузиков П.Д. Диалектика как общая методологическая теория // Вопр. философий 1974. - № 12 - С. 61-67.

207. Решетова З.А., Шамсутдинов И.Г. Проекция системного анализа на учебную деятельность // Вестник высш. школы 1985. - № 6 ~ С. 24-28.

208. Рогов А.Т. Принцип научности в обучении и теория учения // К проблеме управления обучением и воспитанием М.: МГУ, 1970. - С. 178-191.

209. Российская педагогическая энциклопедия М.: Педагогика, 1993, - 187с.

210. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии СПб.: ЗАО «Издательство «Питер», 1999. - 720с.: (Серия «Мастера психологии»)

211. Рютингер Р. Культура предпринимательства. М.: Экономика, 1992. -238с.

212. Селевко Г.К. Современные образовательные технологии: Учебное пособие. М.: Народное образование, 1998. - 256с.

213. Скалкин В.Л. Коммуникативные упражнения на английском языке.: Пособие для учителя. М.: Просвещение, 1983. - 128с.

214. Скаткин М.Н. Основные направления исследований по проблемам дидактики // Советская педагогика-1996. № 8 - С. 21-34.

215. Скаткин М.Н. Проблемы современной дидактики М.: Педагогика, 1984. -96с.

216. Смирнова Е.Э. Пути формирования модели специалиста с высшим образованием Л.: Изд-во Ленингр.ун-та, 1977. - 136с.

217. Сохор А.М. Логическая структура учебного материала М.: Педагогика, 1974. - 192с.

218. Сухомлинский В.А. Методика воспитания коллектива М.: Просвещение, 1981. - 192с.

219. Талызина Н.Ф. Методика составления обучающих программ : Учебн.пособие М.: Изд-во Моск.ун-та, 1980. - 47с.

220. Талызина Н.Ф. и др. Пути разработки профиля специалиста / Талызина Н.Ф., Печенюк Н.Г., Хихловский Л.Б. Саратов.: СГУ, 1987. - 176с.

221. Талызина Н.Ф, Теоретические проблемы разработки модели специалиста // Современная высшая школа 1986. - № 2(54) - С. 75-83.

222. Талызина Н.Ф, Управление процессом усвоения знаний М.: МГУ, 1984.-344с.

223. Тер-Минасова С,Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000.-С. 12-23.

224. Тужилкин В., Траубенберг С. Воспитание личности будущего специалиста // Высшее образование в России -1995. № 4 - С. 21-26.

225. Туризм: обзор материалов (ТОМ) / Федеральная программа развития туризма в России М.: Он-лайн, 1996. - 54с.

226. Ульянов В.А. Деловые игры в помощь менеджеру туризма. М.: РМАТ, 1999, - Вып. 1. - С.7 ~ 9.

227. Ульянов В.А. Методы деловой игры в помощь менеджеру туризма. -М.: РИБ "Турист", 1999. Вып.З. - С 2 - 4.

228. Уроки английского языка. Из опыта работы учителей английского языка г. Санкт- Петербург. СПб.: "Каро", 2000. - 159с.

229. Фейгенберг И.М. Психолого-педагогические основы обучения М.: ЦО-ЛИУВ, 1981.-28с.

230. Филатов В.М. Методическая типология ролевых игр. Журнал «Иностранные языки в школе» 1990. - № 5 - С.45.

231. Филиппов Ф.В., Липинский В,К., Князев В.Н. Производственная социология, психология и педагогика: учебн.пособие М.: Высшая школа, 1989.-255с.

232. Философский энциклопедический словарь / гл. редакция: Л.Ф.Ильичев, П.Н. Федосеев, С.М. Ковалев, В.Г. Панов М.: Сов .энциклопедия, 1983,-840с.

233. Харламов И.Ф. Педагогика. 2-е изд. М.: Педагогика, 1990. 232с.

234. Хартия туризма // Нормативно-правовые акты туристской деятельности М.: Изд. центр «Бизнес и маркетинг» АНХ при правительстве РФ, 1997. - 176с.

235. Чепик В.Д., Кальней В.А., Сеселкин А.И. Подготовка научно-педагогических кадров для туризма // Актуальные проблемы туризма

236. Сборник докладов и тезисов сообщений 11-й Всероссийской научно-практической конференции. 4.1. М.: РМАТ, 1998. - С. 13-15.

237. Червова АЛ. Индивидуализация при фронтальном методе проведения лабораторных работ. Межвузовский научно-методический сборник МО РФ. Вып.8 Н.Новгород: НВЗРКУ ПВО, 1995. - С. 81-86.

238. Шадриков В.Д. Социальные науки и гуманизация высшего образования в России // Высшее образование в России -1992. № 3 - С. 45-49.

239. Шитов С.Е. О федеральном компоненте государственных образовательных стандартов для образовательных учреждений // тезисы докладов Всероссийской конференции «Измерения в педагогике». СПб.: Б.и., 1994. - С. 18 - 22.

240. Шишов С.Е. Образовательные стандарты и качество образования // Образовательные стандарты и контроль качества. Сборник научных трудов Вологда.: Б.и., 1996. - С. 25-34.

241. Шишов С.Е., Кальней В.А. Мониторинг качества образования. 2-е изд. - М.: РОД 1998. - 300с.

242. Шмидт О. Основной доклад // Второй международный конгресс по техническому и профессиональному образованию. Сеул, 26-30 апреля 1999г. М.: Национальная обсерватория профессионального образования, 1999. - 113с.

243. Штофф В.А. Моделирование и философия. М.: Наука, 1966. - 269с.

244. Щукина Г.И. Проблемы познавательного интереса в педагогике М.: Педагогика, 1971. - 351с.

245. Щукина Г.И. Формирование познавательных интересов важный фактор совершенствования современного обучения // Актуальныевопросы формирования интереса в обучении. М.: Педагогика, 1984. -С. 42-85.

246. Щуркова Н.Е. Педагогическая технология. М.: Педагогическое общество России, 2002. - 224с.

247. Щуркова Н.Е. Практикум по педагогической технологии. М.: Педагогическое общество России, 2001. - 250с.

248. Янцов А.И. О некоторых вопросах построения учебных предметов // Советская педагогика 1965. - № 5. - С. 59 - 67.

249. Anderson L.W., Block J.H. Masterly learning models // The international encyclopedia of teacher education. Oxford.: Un. Press, 1988.- P.58 67,

250. Bell-Gredler M.E. Analyzing deep structure in games and simulations // Simulation games for learning. 1990. - Vol.20, № 3.- P. 329 - 334.

251. Bransford J.D., Stein S.B. The IDEAL problem solver/ N-Y.: W.H.Freeman & C., 1984.- 143pp.

252. Byrne D. Teaching Oral English. London, 1976. - 231pp.

253. College English Fundamentals/ Chernet P.E., YA Publishers, London. 2000. 157pp.

254. David Cotton. Keys to Management. Pearson Education Limited, - Edinburgh Gate, Harlow, Essex CM20 2JE, England, 1999. 224 pp.

255. Fleming C.M. Teaching: Psychological analyses. London, 1963. - 76 pp.

256. Gall M.D. Discussion method 11 The international encyclopedia of teaching and teacher education. Oxford, 1988.- P. 232 237.

257. Goldschmidt B., Goldschmidt M. Modular Instruction in Higher Education К Higher Education. 1972. - №2. - P. 15 - 32.

258. Lamb M. Factions and Fictions. Exercises for Role-Play. Oxford, 1982,- 97 pp.

259. Littlewood W. Communicative Language Teaching. Cambridge, 1981. - 123 pp.

260. Littlewood W. Role Performance and Language Teaching / International Review of Applied Linguistics in Language Teaching. 1975.-Vol. 13 - №3,

261. Lynch M. It's Your Choice. London, 1979.- 76 pp.

262. Maiey A., Duff A., Drama Techniques in Language Learning. Cambridge.: University Press, 1978. 95 pp.

263. Master of Management in Hospitality Program, Application for Admission in the Fall of 2001, The Hotel School, Hospitality and Management, Cornell University, 2001.-117 pp.

264. Paul R.W. Critical linking. Fundamental to education in a free society 11 Educational Leadership, 1984.- Vol.42. P. 4-14.

265. Revell J. Teaching Techniques for Communicative English. London, 1979,-143 pp.

266. Sturtridge G. Role Play and Simulations/ Communication in the Classroom.- Harlow, 1981,- 43 pp.

267. Success at First Certificate. Robert O'Neill. Oxford.: University Press, 1989.- 190pp.

268. Taylor J., Walford R. Simulation in the Classroom. Harmondsworth, 1972.-234 pp.

269. Watcyn Jones P. Act English. - Harmondsworth, 1978. - 112 pp.

270. Watcyn Jones P. Impact: English for Social Interaction. - Harmondsworth, 1979.-154 pp.

271. Webster New International Dictionary, Hunt Publishing Company, New York, 1985.-236 pp.278. www.casemethod.ru.279. www.dofcIad.ru

PEDAGOGY AND PSYCHOLOGY OF HIGHER EDUCATION

Academic programme of the higher education institution in the academic discipline for the speciality 7-06-1012-01Physical Education and Sports

2024

The academic programme is based on the Educational Standard of Advanced Higher Education for the speciality 7-06 1012-01-2023 Physical Education and Sports (1-08 80 04-2019) and the curriculum for the speciality 7-06 1012-01 Physical Education and Sports (18.04.2024, No16-2024/ya).

DEVELOPED BY:

A.R.Borisevich, Head of the Department of Sports and Pedagogical Disciplines, Faculty of Physical Education, education institution “Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank”, Ph.D. in Pedagogy, Associate Professor;

REVIEWED BY:

O.S. Popova, Vice-Rector for Scientific and Methodological Support of Educational Work,education institution “Republican Institute for Vocational Education”, Ph.D. in Psychology, Professor;

N.V.Samuseva, Associate Professor, Department of Pedagogy, Faculty of Social and Pedagogical Technologies, education institution "Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank",Ph.D. in Pedagogy, Associate Professor.

RECOMMENDED FOR APPROVAL BY

Department of Sports and Pedagogical Disciplines of the education institution “Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank”
(Minutes No. 11 on 28.05.2024)

Head of the Department _____ A.R. Borisevich

The formatting of the curriculum and accompanying materials meet the current requirements of the Ministry of Education of the Republic of Belarus

Methodist of the Master’s Department
A.M.Kondybailo

Head of BSPU Library N.P.Siatkovskaya

7. Словарь спортивной психологии // Dictionary of Sports Psychology

Z Гриф — это специально изогнутый гриф, для тренировки мышц рук.

Абазия (от греч. a - отрицат. частица + basis - ходьба) - нарушение способности ходить при сохранности др. движений ног; встречается чаще при истерии.

Абсолютная шкала (англ. absolute scale) - вариант шкалы, предназначенный для измерения непрерывных свойств объекта, для которой выполняются все 4 типа отношений.

Абсолютный порог (англ. absolute threshold) - вид сенсорного порога.

Абулия (от греч. abulia - нерешительность) - психопатологический синдром, характеризующийся вялостью, отсутствием инициативы и побуждений к деятельности.

Аверсивная терапия (от лат. aversatio- отвращение) - общее название группы терапевтических методов, основанных на применении неприятных (аверсивных) стимулов.

Автоидентификация, Аутоидентификация (англ. Self-identification) - самоопределение, идентификация (отождествление) себя с другим или другими (группой).

Автоматизация движений (англ. Movement automatization) - один из способов формирования ответной реакции оператора, характерный для последнего этапа обучения.

Автоматизм (англ. automatism) - фоновая координация в нижних уровнях построения движений, создаваемая и активируемая вышележащим уровнем.

Агитационно-массовая работа – лекции и беседы, показательные выступления, оформление специальных стендов и газет, массовые соревнования, выступления и др.;

Адаптация (adaptation) — приспособление организма к нагрузкам.

Адаптивность (неадаптивность) - тенденции функционирования системы целеустремленной, определяемые соответствием или несоответствием ее целей и достигаемые в ходе деятельности результатов.

Активация психологическая - продолжение активации физиологической. Связана с расшифровкой внешних сигналов, зависимой от уровня бодрствования и от состояния сознания, а также от потребностей, вкусов, интересов и планов человека.

Активация физиологическая - связана с функцией центров, находящихся у основания головного мозга. В этих центрах заключены механизмы пробуждения; именно на этом уровне собираются и классифицируются сигналы, идущие от мира внешнего и от самого организма, прежде чем они - при их достаточной важности - отправляются в кору большого мозга. Происходящая в результате этого активация высших центров позволяет организму бодрствовать и внимательно следить за сигналами от окружения, что обеспечивает ему сохранение физиологического и психического равновесия.

Активная гибкость – это способность человека достигать больших амплитуд движения за счет сокращения мышечных групп, проходящих через тот или иной сустав. Например, амплитуда подъема ноги в равновесии «ласточка».

Активность психическая: биоритм (биоритмы психической активности человека) - периодическое чередование состояния напряжения и расслабления в психической деятельности человека.

Алекситимия - неспособность пациента называть эмоции, переживаемые им самим или другими людьми, т. е. переводить их в вербальный план.

Амплитуда движения (amplitude of movement) — это величина траектории движения снаряда по отношению к телу спортсмена.

Амплитуда движения – это величина пути перемещения отдельных частей тела относительно друг друга или от оси спортивного снаряда.

Амплитуда движений измеряется в угловых градусах либо в линейных мерах. Часто ее определяют относительно положения других частей тела или относительно каких-либо внешних ориентиров. Для определения суммарной амплитуды движений нескольких частей тела используют условные обозначения (например, полное приседание, полуприседание).

Анаэробные упражнения (anaerobic exercise) - тренинг силового направления. «Анаэробный» означает кратковременный интенсивный всплеск энергии.

Аскеза - античное понятие, означающее подготовку атлетов к спортивным состязаниям. В дальнейшем получило расширенное толкование и стало означать борьбу с пороками и стремление к добродетельной жизни. Так, для пифагорейцев аскеза являла собою свод правил, необходимых для достижения истины.

Атлет (athlete) – это человек располагающий атлетическим телосложением, занимающийся (атлетикой) физической культурой.

Атрофия (atrophy) – это снижение веса и разрушение мышечных тканей.

Аэробные возможности (aerobic capacity) – это уровень общей выносливости человека.

Аэробные упражнения (aerobic exercise)– умеренные и длительные упражнения.

Бег (running) – это быстрое передвижение человека на определенные дистанции за определенное время или без него.

Бедро (hip) – это часть ноги от таза до коленного сустава.

Белок-протеин (protein) – это сложные (азотосодержащие вещества), в состав которых входят аминокислоты, главный «строительный материал» для тканей и органов организма человека.

Беседа представляет собой вопросно-ответную форму овладения учебным материалом. На вопрос педагога следует ответ занимающихся.

Валидность - одна из важнейших характеристик психодиагностических методик и тестов, один из основных критериев их качества. Это понятие близко к понятию достоверности, но не вполне тождественно.

Вегетотерапия - вид терапии телесно-ориентированной, основанной В. Райхом. По его представлениям, любое сдерживание энергии приводит к формированию «мышечных панцирей»; поскольку душа и тело едины, «распуская» эти панцири, можно помочь клиенту высвободить сдержанную, застоявшуюся энергию и тем облегчить душевные страдания. Основные приемы вегетотерапии связаны с массажем и дыханием, а также с двигательными и голосовыми упражнениями разного типа.

Вербальный - в психологии - термин для обозначения форм знакового материала, а также процессов оперирования с этим материалом.

Верификация - при проверке научных понятий - доказательство или иная убедительная демонстрация того, что явления, включенные в объем и содержание данного понятия, действительно существуют и соответствуют определению понятия. Это же предполагает наличие методики опытной проверки явления, описываемого понятием. Проверка выполняется посредством соответственной психодиагностической процедуры.

Взаимодействие анализаторов - одно из проявлений единства сферы сенсорной. Особенно полно изучены изменения функционального состояния одного анализатора в результате стимуляции другого. Выявленные закономерности нарушения взаимодействия анализаторов применяются в диагностике заболеваний.

Взаимодействие групповое - процесс непосредственного или опосредованного воздействия множественных объектов (субъектов) друг на друга, порождающий их взаимную обусловленность и связь; происходит и между частями групп, и между целыми группами. Выступает как интегрирующий фактор, способствующий образованию структур.

Вис – это положение тела спортсмена на снаряде, где плечи должны находится ниже «точки хвата».

Витамин (vitamin) — это целая группа (низкомолекулярных) веществ, которые нужны для биохимических реакций.

Влияние функционально-ролевое - вид влияния, характер, интенсивность и направленность коего определяются не личностными особенностями партнеров по взаимодействию, а их ролевыми позициями. В отличие от влияния индивидуально-специфического происходит благодаря трансляции образцов активности, регламентированных ролевой расстановкой сил, и за счет демонстрации определенного набора способов действия, не выходящих за пределы ролевых предписаний.

Внимание - сосредоточенность деятельности субъекта в данный момент времени на некоем реальном или идеальном объекте - предмете, событии, образе, рассуждении и пр. Вниманием характеризуется и согласованность различных звеньев функциональной структуры действия, определяющая успешность его выполнения (например, скорость и точность решения задачи). Внимание занимает особое место среди явлений психических.

Внушаемость - повышенная податливость по отношению к побуждениям.

Внушение постгипнотическое (внушение послегипнотическое) - феномен поведения, когда заданная в гипнотическом состоянии задача затем беспрекословно исполняется в нормальном состоянии, причем сам факт наличия задачи не осознается.

Возбудимость - свойство живых существ приходить в состояние возбуждения под влиянием раздражителей или стимулов - с сохранением его следов на некое время.

Воля - способность человека достигать поставленных им целей.

Воспитательная работа – доклады, беседы, лекции, встречи со спортсменами, заслуженными педагогами и др.;

Врачебный контроль – сроки медицинских осмотров занимающихся, участников соревнований, специальные врачебные наблюдения и

исследования, контроль за санитарным состоянием мест занятий, консультации врача;

Выносливость (endurance) – это способность в течение большого промежутка времени выносить нагрузки. Характеры нагрузок: общая, скоростная и силовая.

Выносливость – способность человека к длительному выполнению какой-либо двигательной деятельности без снижения ее эффективности. Выполнение ведущего звена техники в движениях обычно происходит в сравнительно короткий промежуток времени и требует больших мышечных усилий.

Вытеснение - форма психологической защиты.

Гейнер (Gainer) – это добавка в состав которой входит большое кол-во углеводов, с небольшим составом белка (и возможны витамины).

Гибкость (flexibility) – это способность суставов спортсмена выполнять определенные движения, амплитуда которых максимальна. Она бывает: пассивная и активная.

Гибкость – комплекс морфологических свойств опорно-двигательного аппарата, обусловливающих подвижность отдельных звеньев человеческого тела относительно друг друга. Термин «гибкость» целесообразно применять для характеристики суммарной подвижности целой цепи сочленений или всего тела. Например, движения позвоночника часто называют «гибкими». Когда же речь идет об отдельных суставах, правильнее говорить о подвижности в них (подвижность в голеностопных суставах, подвижность в плечевых суставах).

Гиперстеник (hypersthenic) – это человек, имеющий мощный костяк и как правило рыхлую мускулатуру.

Гипертрофия (hypertrophy) — это рост мышечных клеток в объеме, путем внешних воздействий на них.

Гипотеза – научно обоснованное, но неочевидное предположение, требующее специального доказательства для своего окончательного утверждения в качестве теоретического положения или его опровержения.

Двигательная координация – согласованное сочетание движений звеньев тела в пространстве и во времени, одновременное и последовательное, соответствующее двигательной задаче, внешнему окружению и состоянию человека.

Двигательная реабилитация – вид физической культуры: целенаправленный процесс использования физических упражнений для восстановления или компенсации частично или временно утраченных двигательных способностей, лечения травм и их последствий.

Двигательное умение – это такой уровень овладения двигательным действием, при котором управление движениями осуществляется при активной роли мышления.

Двигательные навыки – это автоматизированный способ управления движениями.

Двигательные умения – это управление движениями (неавтоматизированные).

Двигательный навык – это такая степень владения действием, при которой управление движениями происходит автоматизированно, т.е. не требуется специально направленного на них внимания.

Дельты - небольшая мышца (плеч) которая делится на три пучка (задний, передний и средний).

Десинхроз – это нарушение биоритма человека, приводящие к ухудшению работоспособности и остальных негативных последствий для организма.

Детали техники – это такие особенности движения, которые могут в известных пределах видоизменяться, не вызывая нарушений его основного механизма (основы техники).

Диагностика психологическая – это метод определения индивидуально-психологических особенностей человека, который используется для выявления различных качеств, черт и особенностей его психики. Она позволяет не только оценить текущее состояние психики, но и выявить причины проблем, определить сильные стороны и перспективы развития.

Длительность движения – это время, затраченное на выполнение движения.

Допинг (dope)– это запрещенные искусственные фармакологические вещества, используются для стимуляции физических нагрузок.

Жиры (fats) — это липиды, группа масел, разных жировых субстанций.

Закаливание — это система тренировки механизма терморегуляции организма, направленное к устойчивости организма человека к перегреванию и переохлаждению.

Заминка — это термин, она используется для плавного перехода в спокойное состояние организма, для снижения сердцебиения и дополнительного растяжения мышц или возвращения их в первичную длину, в зависимости от типа тренировки. Т.е. заминка должна замедлять ваш пульс. Всегда делается в конце тренировки.

Здоровый образ жизни (Healthy Lifestyle) – это целый комплекс действий (мер) направленных на улучшение и сохранение здоровья. Благодаря правильному питанию, нагрузкам и морального настроя.

Здоровье (health) — состояние здорового организма прим полном выполнении свои функции и отсутствием всяких заболеваний.

Знания – один из ведущих компонентов содержания физического образования личности.

Идентификация - форма психологической защиты.

Идеомоторная тренировка – мысленное выполнение действий. Установлено, что этот метод ускоряет овладение действиями, повышает качество обучения. Большое значение он приобретает, когда невозможно

практически выполнить действия (длительный переезд, болезнь, травма и пр.). В этих условиях мысленное их выполнение способствует быстрому восстановлению и даже совершенствованию двигательных навыков.

Изоляция (в психологии личности**)** - форма психологической защиты.

Импульсивность - черта характера, выражающаяся в склонности действовать без раздумий.

Индивидуальность (от лат. indiduum - неделимое, особь) - понятие, обозначающее в индивидуальный темп и ритм психических процессов, степень устойчивости чувств.

Инновации педагогические – распространение в образовательной практике педагогических новшеств и нововведений.

Инсайт - момент озарения, схватывания тех или иных отношений и структуры ситуации в целом, не выводимый из прошлого опыта субъекта.

Интеллектуализация - форма психологической защиты, проявляющаяся в абстрагировании от психотравмирующих переживаний.

Интенсивность нагрузки – это сила воздействия физической работы на организм человека в данный момент, ее напряженность и степень концентрации объема нагрузки во времени.

Интернализация - форма психологической защиты, при которой непреодолимые препятствия отвергаются как «нежеланные».

Интроекция - противоположность проекции, замещение внешних объектов их внутренними образами, играющими важную роль в формировании "сверх-Я", совести и пр.

Интроспекция - метод психологического анализа, наблюдение собственных психических процессов без использования каких либо инструментов или эталонов.

Интуиция - неформализуемые знания, основанные на опыте.

Информативность теста – это степень его точности для оценки определенных свойств конкретного человека (передвижение ребенка). Если используется тест, не прошедший проверку на информативность, можно

прийти к ложным заключениям относительно того или иного показателя физической подготовленности занимающихся (при тестировании скоростных качеств широко и слишком вольно используют бег на 100 м.).

Информативность теста – это степень его точности для оценки определенных свойств конкретного человека (например, передвижение ребенка). Если используется тест, не прошедший проверку на информативность, можно прийти к ложным заключениям относительно того или иного показателя физической подготовленности занимающихся (при тестировании скоростных качеств широко и слишком вольно используют бег на 100 м.). К сожалению, в литературе существуют весьма противоречивые точки зрения на определение и взаимосвязь данных понятий.

Истерия - патохарактерологическое нарушение, связанное с чрезмерной склонностью к внушению и самовнушению, а также слабостью сознательного контроля за поведением.

Кардио тренировка (cardio) — это тренировка на укрепление (аэробная нагрузка) сердечно-сосудистой системы.

Катарсис (абреакция) - эмоциональное отреагирование на ранее подавляемые тягостные переживания.

Катексис - направленность психической энергии (либидо) на объект и фиксацию на нем. В качестве объекта может выступать реальный предмет, идея, форма поведения

Комплекс - совокупность представлений (сознательных и бессознательных), оказывающих влияние на поведение человека. (Эдипов комплекс и др.).

Комплекс неполноценности - теоретическое понятие в индивидуальной психологии, это состояние, при котором человек испытывает глубокое убеждение в своей неполноценности, ущербности и неуверенность в себе. Это состояние может проявляться в различных формах, включая низкую самооценку, застенчивость, боязнь совершить ошибки, избегание общения и даже чувство превосходства над другими .

Конверсия - форма психологической защиты, проявляющаяся в соматизации психопатологических проявлений.

Контрперенесение - «перенесение» в процессе терапии отношения врача к пациенту (и наоборот).

Координация (coordination) – (взаимоупорядочение) процесс согласной работы активности мышц тела.

Координированность – есть результат согласованного сочетания движений в соответствии с поставленной задачей, состоянием организма и условиями деятельности. Она имеет разную меру выраженности у конкретного индивида.

Либидо - совокупность «жизнеутверждающих» инстинктов (в узком смысле слова -половое влечение).

Ловкость (agility) – это физическое качество, способность быстро координировать движения.

Ловкость – это сложное и комплексное психофизическое качество человека.

Мазохизм - феномен, охватывающий широкий спектр способов получения удовольствия от страдания: нормального или патологического, физического или морального.

Меланхолик - темперамент в классификации Гиппократа.

Метод тренировки – совокупность способов работы тренера и спортсменов, с помощью которых решаются конкретные задачи повышения уровня спортивной подготовленности: воспитываются необходимые качества, осваиваются умения и навыки, происходит познание закономерностей спортивной подготовки.

Метод – это разработанная с учетом педагогических закономерностей система действий педагога (учителя, преподавателя, тренера), целенаправленное применение которой позволяет организовать определенным способом теоретическую и практическую деятельность учащегося, обеспечивающую освоение им двигательных действий,

направленных на развитие физических качеств и формирование свойств личности.

Методика (понятие) употребляется в теории физической культуры в двух смыслах: в узком, *как совокупность различных методов, обеспечивающих успешность овладения отдельными упражнениями* (бега, прыжков, метаний, лазанья, плавания и т.д.); в широком, *как совокупность не только методов, приемов, но и форм организации занятий* (методики физического воспитания – в дошкольных учреждениях, в школе, в вузе и пр.).

Методика тренировки – система методов, методических приемов, упражнений, направленных на достижение наибольшего эффекта в процессе спортивного совершенствования.

Методические приемы понимаются способы реализации того или иного метода в конкретной педагогической ситуации.

Методический подход представляет собой совокупность способов воздействия педагога на занимающихся, выбор которых обусловлен определенной научной концепцией, логикой организации и осуществления процесса обучения, воспитания и развития.

Методическое направление – это один из путей в методике обучения двигательным действиям или развития физических качеств, ориентирующий на использование однородных, однотипных заданий, методов и методических приемов, позволяющих решить поставленную задачу за счет воздействия какого-то одного доминирующего фактора.

Методология – наиболее общая система принципов организации научного исследования, способов достижения и построения научного знания.

Миозит (myositis) – это процесс воспаления мышц.

Моделирование – процесс создания моделей, схем, знаковых или реальных аналогов, отражающих существенные свойства более сложных объектов (прототипов). Служит исследовательским инструментарием для изучения отдельных аспектов и свойств прототипа.

Мониторинг (лат. monitor – предостерегающий) – система контроля, слежения за процессом и результатами исследования, включает сбор, обработку и анализ информации для коррекции, принятия решений, улучшающих образовательный и исследовательский процессы.

Мышечная координация – это согласование напряжения мышц, передающих команды управления на звенья тела, как от нервной системы, так и от других факторов. Мышечная координация не однозначна нервной, хотя и управляется ею.

Мышечная сила как характеристика физических возможностей человека - это способность преодолевать внешнее сопротивление или противодействовать ему за счет мышечных напряжений.

Наблюдение – исследовательский метод, который заключается в систематическом и целенаправленном восприятии изучаемого объекта с целью сбора информации, фиксации действий и проявлений поведения объекта для изучения его.

Навязчивости - состояния, когда неконтролируемо непреодолимо воспроизводятся мысли, воспоминания, страхи, влечения, действия, чувства, приводящие к нарушению деятельности.

Нагрузка - это определенная величина воздействия физических упражнений на организм занимающихся, а также степень преодолеваемых при этом объективных и субъективных трудностей.

Надежность отражает степень сходства результатов при повторном тестировании одних и тех же испытуемых в одинаковых условиях. Тест можно считать надежным, если он гарантирует получение близких друг к другу или одинаковых показателей измеряемого свойства в следующих одна за другой нескольких попытках. Игнорирование этого требования сводит на нет объективность числовых показателей и затрудняет оценку динамики физической подготовленности.

Направление движения – это изменение положения тела и его частей в пространстве, относительно какой-либо плоскости (фронтальной,

сагиттальной, горизонтальной) или какого-либо внешнего ориентира (собственного тела занимающихся, партнера, спортивного снаряда и др.). Различают направления: основные (вверх-вниз, вперед-назад, направо-налево) и промежуточные (вперед-кверху, вперед-книзу и т.п.).

Невроз - психогенный аффект или симптом расстройства личности, являющийся символическим проявлением конфликта, коренящегося в детской психике субъекта и представляющего собой компромисс между желанием и защитой от него.

Нервная координация – согласование нервных процессов, управляющих движениями через мышечные напряжения. Это согласованное сочетание нервных процессов, приводящее в конкретных условиях (внешних и внутренних) к решению двигательной задачи.

Новации педагогические – разработка таких прогрессивных образовательных систем, методик, технологий, образовательных программ, которые отвечают актуальным запросам общества и личности и которые в данном конкретном виде еще не были представлены.

Обратный хват (нижний) – это когда ладони смотрят на вас.

Обучение – составная часть любого педагогического процесса, в том числе и в сфере физической культуры. Обучение осуществляется при взаимодействии педагога и ученика. Деятельность педагога называется преподаванием, деятельность учеников – учением.

Общая выносливость – это способность человека к продолжительному и эффективному выполнению работы неспецифического характера, оказывающая положительное влияние на развитие специфических компонентов работоспособности человека, благодаря повышению адаптации к нагрузкам и наличию явлений «переноса» тренированности с неспецифических видов деятельности на специфические.

Общая гибкость – это подвижность во всех суставах человеческого тела, позволяющая выполнять разнообразные движения с максимальной амплитудой.

Общеподготовительные упражнения – это все остальные упражнения, включаемые в спортивную тренировку и служащие, прежде всего, средствами общей подготовки спортсмена.

Объект - предмет, используемый для снятия эмоционального напряжения в процессе психотерапии.

Объект – область социальной реальности, включенную в процесс научного познания.

Объективность теста отражает независимость результатов измерений от личных особенностей специалистов (экспертов, судей и т.п.), проводящих тестирование, или использованной аппаратуры. При этом объективность оценок увеличивается с ростом числа экспертов. Однако она в значительной степени зависит и от точности измерительных средств, способов, в целом - от всей процедуры измерения. Если объективность теста низка, то сопоставление результатов будет сведено к сопоставлению ошибок экспертов, проводивших тестирование.

Объяснение предполагает раскрытие существенных закономерностей выполняемых движений. Главная особенность этого метода – теоретические доказательства обсуждаемого вопроса (эффективности предлагаемого способа решения двигательной задачи, предлагаемого учебного задания и др.

Описание – это подробный перечень признаков, особенностей изучаемого упражнения. При его применении говорится, что надо делать, но не указывается, почему надо делать так.

Опорно-двигательная система (Musculoskeletal system) – это структуры образующие каркас, который дает форму и опору организму, для защиты и передвижения органов.

Опытная педагогическая работа – специально организованная исследовательская работа, проводимая по заранее разработанной программе или проекту.

Организационная работа – комплектование учебных групп, подбор преподавателей и распределение обязанностей между ними, подготовка

актива (инструкторов-общественников, судей), проведение собраний по организационным вопросам, отчеты;

Осанка — привычная позиция мышечно-скелетного каркаса.

Основа техники – это совокупность относительно неизменных и достаточных для решения двигательной задачи движений. Например, в прыжках в высоту способом «перешагивание» основой техники будут являться постепенно ускоряющийся разбег с определенным ритмом беговых шагов, отталкивание с одновременным выносом маховой ноги, переход через планку, приземление.

Основное (ведущее) звено техники – это наиболее важная и решающая часть в технике данного способа выполнения двигательной задачи.

Отреагирование - адекватное осознание ранее «вытесненной» психотравмирующей ситуации с целью снятия эмоционального напряжения. В психоаналитической ситуации создаются безопасные условия для этого.

Отрицание - форма психологической защиты, заключающаяся в полном или частичном отказе от осознания психотравмирующей ситуации; бессознательное игнорирование событий во внешнем и внутреннем мире.

Оценивание – исследовательский метод, связанный с привлечением к оценке изучаемых явлений наиболее компетентных лиц, мнения которых, дополняя друг друга, позволяют объективно охарактеризовать изучаемые явления. Оценивание конкретно проявляется в методах экспертных оценок, обобщения независимых характеристик, диагностических ситуаций и в проведении психолого-педагогического консилиума.

Пассивная гибкость определяется наибольшей амплитудой движений, которую можно достичь за счет приложения к движущейся части тела внешних сил: какого-либо отягощения, снаряда, усилий партнера и т.д. Показатели пассивной гибкости, прежде всего, зависят от величины прикладываемой силы (т.е. от степени насильственного растягивания определенных мышц и связок), от порога болевых ощущений у конкретного индивида и его способности терпеть неприятные ощущения.

Пекторальные мышцы — это область грудных мышц.

Перенос / трансфер - эмпирический феномен, зафиксированный в психоанализе. Перенос пациентом на терапевта своих чувств, которые он испытывал в раннем детстве по отношению к значимым другим, например, родителям

Перцептивная защита - форма психологической защиты, проявляющаяся в бессознательном «затруднении» восприятия психотравмирующей информации.

Повторение (repetition) - повторное выполнение движения упражнения (в одном сете).

Подсознание - термин, объединяющий предсознательное (факты, которые могут быть осознаны) и бессознательное.

Подход (approach) - непрерывная серия повторений.

Подъём (выход) — переход положения тела из виса (ниже точки хвата) в положение тела в упоре.

Половая идентичность - осознание индивидом своей половой принадлежности.

Предплечье (forearm) - часть руки от локтевого сустава.

Представление - форма «психического образа» (сознательного или подсознательного).

Пресс – это мышцы живота в сокращенном названии.

Привязанность - комплекс положительных чувств, исключающий сексуальность.

Прием - это составная часть метода, выражающая единичные, одноактные действия педагога. Внутри каждого метода используются разнообразные методические приемы. Поэтому не случайно иногда методы рассматривают как определенное сочетание, совокупность различных приемов. С другой стороны - при одном и том же методе реализация его может осуществляться за счет разных приемов.

Присед (squatting) – это движение тела от прямых до согнутых ногах.

Проблема – конкретное знание о незнании, представление об узловых задачах, которые нужно решить, о существенных вопросах, на которые следует найти ответ.

Проекция - форма психологическиой защиты, неосознанное наделение другого собственными чертами и свойствами.

Проекция (от лат. projectio - бросание вперед) - психологический механизм.

Психоанализ (З.Фрейд в кон.XIX в) - как метод изучения и лечения истерических неврозов; в дальнейшем вылился в теорию, в центре внимания которой движущие силы душевной жизни, мотивы, влечения, смыслы. Структурная схема психики определяется как 3-уровневая: сознательный, подсознательный, бессознательный. Изучение и осознание отношений между уровнями в процессе психоаналитической терапии ведет к устранению болезненных симптомов.

Психодинамика - одна из психоаналитических теорий, описывающих человеческое поведение и мотивацию.

Психоз - общее психическое расстройство, характеризующееся дезинтеграцией личности и неспособностью соотносить себя с другими.

Психологическая защита - система механизмов, направленных на минимизацию отрицательных переживаний, связанных с конфликтами, которые ставят под угрозу целостность личности. Подобные конфликты могут провоцироваться как противоречивыми установками в самой личности, так и рассогласованием внешней информации и сформированного у личности образа мира и образа Я.

Психология - наука о закономерностях, механизме и фактах психической жизни человека и животных.

Пульсометрия – определение и измерение частоты сердечных сокращений (ЧСС), то есть количество ударов сердца в минуту, применяется для выяснения реакции сердечно-сосудистой системы на нагрузку.

Равновесие (balance) – устойчивое положения тела в пространстве.

Развитие – приобретение новых качеств, способ прогрессивного преобразования человека или системы.

Разгибание – это приводящее движение в суставе за счет мышц, к увеличению угла между конечностями.

Рассказ – это изложение событий в повествовательной форме. В рассказе сообщаются истории научных открытий в области физического воспитания, развития вида спорта, техники движений, методики тренировки и др. Он часто применяется при организации игровой деятельности.

Рационализация - форма психологической защиты, проявляющаяся стремлением к «разумному» объяснению собственных неправильных или бессознательных действий.

Рационализация - форма психологической защиты.

Рациональное питание – это грамотное соотношение применения продуктов по калорийности и энергоемкости и содержанию питательных веществ.

Реверсия - «обращение» инстинкта в противоположный по знаку.

Регрессия - «возвращение» к более инфантильному реагированию.

Режим дня (mode of the day) – это распределение определенных действий на целый день.

Репрессия - форма психологической защиты, подавлении, изгнании из памяти неприятных, вызывающих боль и неудовольствие воспоминаний, образов, мыслей.

Рефлексия - анализ собственного психического состояния; принцип человеческого мышления, направляющий его на осмысление и осознание собственных форм и предпосылок.

Ригидность - (от лат. rigidus - жесткий, твердый) - неготовность к изменениям, неготовность к изменениям программы действия в соответствии с новыми ситуационными требованиями.

Росто-весовые показатели — это соотношение между длинной тела и его массой.

Садизм - половое удовлетворение путем причинения страданий или унижения сексуальному партнеру.

Самовоспитание (self-education) — это работа воспитательного характера над самим собой.

Самоконтроль (Self Control) — это процесс управления действиями и эмоциями человеком.

Самоутверждение - стремление индивида к достижению и поддержанию определенного самоутверждения.

Сангвиник - темперамент в классификации Гиппократа.

Сгущение - один из бессознательных психических процессов, определяющий возникновение сна.

Сила (power) — это способность за счет мышц преодолевать сопротивления и противодействия за счет усилий.

Сила движения – это мера физического воздействия движущейся части тела (или всего тела) на какие-либо материальные объекты, например, почву (при беге, прыжках и т.д.), какие-либо предметы (при поднимании, метании и т.п.) и т.д. Именно такую меру физического воздействия необходимо иметь в виду, когда говорят о силе отталкивания в прыжках, силе удара в боксе, силе рывка в метаниях и т.д.

Символизация - один из бессознательных психических процессов, определяющих «искажение сновидений».

Скоростные способности – это комплекс функциональных свойств человека, обеспечивающих выполнение двигательных действий в минимальный для данных условий отрезок времени.

Скорость движения – это отношение длины пути, пройденного телом (или какой-то частью тела), к затраченному на этот путь времени.

Словесная саморегуляиия – методы, основанные на применении внутренней речи при выполнении действий**.** Они весьма разнообразны. Регуляция двигательной деятельности при обучении движениям может осуществляться с помощью *самоприказов, самоубеждений, самовнушений* и

др. К примеру, метод самоприказов предполагает произнесение про себя таких слов приказов, как «сильнее», «выше», «энергичнее», «бодрее» и т.д. Включение внутренней речи в саморегуляцию действий способствует интеллектуализации процесса обучения движениям.

Социализация - процесс присвоения человеком социального выработанного опыта, прежде всего системы социальных ролей. Этот процесс осуществляется в семье, дошкольных учреждениях, школе, трудовых и других коллективах.

Специализация (specialization) – это освоение элементами спортивной дисциплины.

Специальная выносливость – это способность к эффективному выполнению работы и преодолению утомления в условиях, определяемых требованиями конкретного вида деятельности.

Специальная гибкость – это значительная или даже предельная подвижность лишь в отдельных суставах, соответствующая требованиям конкретного вида деятельности.

Специально-подготовительные упражнения – это упражнения, представляющие те или иные варианты соревновательного упражнения.

Спорт – форма соревновательной деятельности и система подготовки к соревнованиям, являющаяся частью физической культуры. Как вид физической культуры, игровая, соревновательная деятельность и подготовка к ней, основанные на использовании физических упражнений и направленные на достижение наивысших результатов.

Спорт — это упражнения которые ведут к укреплению организма, а также соревновательная система.

Спортивная классификация (sports classification) – единая установка по всем видам спорта.

Спортивная магнезия (magnesia) — это порошок, который служит для большего укрепления хвата (вызывает подсушивающий эффект).

Стретчинг (Stretching) – это целая система упражнений которые ведут к растяжению мышц и суставов вашего тела и его гибкости.

Структура урока – это упорядоченность всех сторон и компонентов содержания урока с учетом закономерностей физического воспитания, имеющихся ресурсов времени и условий работы.

Сублимация - форма психологической защиты, при которой инстинктивные влечения, неприемлемые для сознания, направляются на социально- и личностно- допустимые цели.

Темп движения – это частота относительно равномерного повторения каких-либо движений, например, шагов в беге, гребков в гребле, и т.п. При однократных движениях (одиночных прыжках, метании) темп, естественно, не наблюдается.

Тест (англ. test) – стандартизированное задание, позволяющее выявить наличие или отсутствие каких-либо характеристик у изучаемого объекта, знаний, умений, способностей, а также отношение к тем или иным объектам.

Тестирование (метод тестов) – исследовательский метод в психологии и педагогике, который позволяет выявить уровень знаний, умений и навыков, а также способностей и других качеств личности путем анализа способов выполнения испытуемыми ряда специальных заданий.

Тестостерон (testosterone) —основной мужской половой гормон.

Травма (injury) – внешнее воздействие на ткани организма повреждая их.

Траектория движения – это путь, совершаемый той или иной частью (точкой) тела в пространстве. Траектория движения характеризуется формой, направлением и амплитудой.

Трансфер / перенос - эмпирический феномен, зафиксированный в психоанализе. Перенос пациентом на терапевта своих чувств, которые он испытывал в раннем детстве по отношению к значимым другим, например родителям. Бывает позитивный и негативный.

Тревога - отрицательные эмоциональные переживания, обусловленные ожиданием чего-то опасного, несвязанные с конкретными событиями.

Тревожность - личностная черта, проявляющаяся в легком и частом возникновении состояний тревоги.

Тренинг психологический – это вид практического обучения, направленный на развитие определенных навыков, умений, знаний или личностных качеств, а также изменение установок и поведения; предполагает активное участие в различных упражнениях и ситуациях, где участники практикуют новые способы взаимодействия, коммуникации и решения проблем. Это упражнения, обучающие практики, разработанные для развития конкретных навыков, компетенций.

Тренировка (training) – это модель активного обучения, направленная на физическое развитие.

Тренировочный процесс – последовательный ход развития чередующихся циклов тренировки спортсмена, сопровождающийся изменением его состояния, уровня подготовленности.

Углеводы (carbohydrates) — это природные органические соединения и главный источник энергии для спортсмена.

Удовлетворение - мысль (действие), снимающая эмоциональное напряжение.

Уличная (дворовая) гимнастика (Street (yard) Gymnastics) — разновидность гимнастики, ей как правило, занимаются непрофессиональные спортсмены для общей гибкости, ловкости, гибкости суставов и развития или поддержания мышечного тонуса.

Упор – это положение тела при котором плечи спортсмена находятся выше точки опоры.

Утомление (fatigue) – сопровождается ощущением усталости в следствии длительной деятельности (умственной или физической).

Учебно-методическая работа – составление учебно-методической документации и расписания, проведение мероприятий по повышению

квалификации преподавателей, тренеров (открытые и показательные уроки, взаимопосещения) и др.;

Учебно-тренировочная работа – сроки занятий по тренировочным периодам, расписание по группам, календарь и положение о спортивных соревнованиях, сроки подготовки и выполнения нормативных требований;

Физическая культура – это вид культуры, который представляет собой специфический процесс и результат человеческой деятельности, средство и способ физического совершенствования людей для выполнения ими своих социальных обязанностей.

Физическая нагрузка (exercise stress) – это размер воздействия физических тренировок на организм спортсмена.

Физическая подготовка – вид неспециального физкультурного образования: процесс формирования двигательных навыков и развития физических способностей (качеств), необходимых в конкретной профессиональной или спортивной деятельности (физическая подготовка летчика, монтажника, сталевара и т.п.).

Физическая рекреация – вид физической культуры: использование физических упражнений, а также видов спорта в упрощенных формах для активного отдыха людей, получения удовольствия от этого процесса, развлечения, переключения с одного вида деятельности на другой, отвлечения от обычных видов трудовой, бытовой, спортивной, военной деятельности.

Физические качества (physical qualities) – это совокупность качеств таких как: (гибкость, сила, выносливость, быстрота, координация).

Физические способности – это комплекс морфологических и психофизиологических свойств человека, отвечающих требованиям какого-либо вида мышечной деятельности и обеспечивающих эффективность ее выполнения. Физические способности развиваются в процессе деятельности, требующей не только их проявления, но и определенного режима ее выполнения.

Физические упражнения – движения или действия, используемые для развития физических способностей (качеств), органов и систем, для формирования и совершенствования двигательных навыков.

Физические упражнения - это механические действия, которые направлены на реализацию физических качеств человека.

Физические упражнения – двигательные действия, с помощью которых решаются образовательные, воспитательные задачи и задачи физического развития. Многократное выполнение двигательных действий образует двигательную деятельность.

Физическое воспитание – вид физической культуры, процесс формирования потребности в занятиях физическими упражнениями в интересах всестороннего развития личности, положительного отношения к физической культуре, выработке ценностных ориентации, убеждений, вкусов, привычек, наклонностей (Педагогический процесс).

Физическое развитие – процесс изменения форм и функций организма либо под воздействием естественных условий (питания, труда, быта), либо под воздействием целенаправленного использования специальных физических упражнений. Это также и результат воздействия указанных средств и процессов, который можно измерить в данный конкретный момент (размеры тела и его частей, показатели различных двигательных качеств и способностей, функциональные возможности систем организма).

Физкультурно-оздоровительная работа – занятия в режиме учебного дня (гимнастика до занятий, игры, спортивные развлечения, прогулки), соревнования спортивные вечера и праздники, туристские походы и др.;

Флегматик - темперамент в классификации Гиппократа. ФОБИИ - навязчиво возникающие состояния страха.

Фрустрация - негативное психическое состояние, обусловленное невозможностью удовлетворения тех или иных потребностей.

Характеристика – это обобщенное перечисление наиболее важных признаков действия. Используется она в тех случаях, когда нет смысла давать

полное и точное описание изучаемого действия. Отвечает на вопрос «Как делать?» К примеру, выполнять действия слитно, плавно, энергично, медленно, непринужденно и т.д.

Хват – это прием удерживания снаряда в процессе выполнения упражнений.

Хозяйственная работа – обеспечение занятий необходимым оборудованием, инвентарем, наглядными пособиями и др.

Холерик - темперамент в классификации Гиппократа.

Цель в педагогическом исследовании – образ потребного (желаемого) будущего, предвосхищение результатов преобразований образовательной системы или ее элементов в интересах человека, общества и государства. Это получение новых знаний о процессах обучения, воспитания и развития личности, а также выявление и объяснение закономерностей, влияющих на эффективность этих процессов. Другими словами, педагогическое исследование стремится улучшить качество обучения и воспитания путем углубления понимания педагогических явлений.

Чувства - эмоциональные переживания человека, в которых отражается устойчивое отношение индивида к определенным предметам или процессам окружающего мира.

Шпагат (twine) – это упражнение, при котором расставлены ноги в противоположных направлениях находятся на одной линии.

Шраги (Shrugs) – упражнение для «накачки» трапеций (пожимания плечами).

Эго (Ид) - понятие, характеризующее «разумную» («инстинктивную») деятельность.

Эксперимент – научно поставленный опыт – исследовательский метод, который заключается в том, чтобы путем активного вмешательства создать исследовательскую ситуацию и сделать доступным и возможным изучение психических процессов через их проявления и регистрацию соответствующих изменений в поведении человека.

Экстернализация - форма психологической защиты (противоположная интернализации), при которой непреодолимые препятствия осознаются как «вынужденные», обусловленные внешними факторами (по К. Хорни).

Эмпатия - способность человека к параллельному переживанию тех эмоций, которые возникают у другого человека в процессе общения с ним.

Ядро (core) — снаряд для метания в атлетике (лёгкой).

Источник: http://niv.ru/doc/sport/slovar/slovar-sportivnoj-psihologii.htm

8. Авторская методическая разработка «Известные ученые в области педагогики и психологии: направления деятельности, основные труды» (А.Р.Борисевич): в помощь начинающему исследователю, молодому ученому, педагогу

1. **АДАМС ДЖОН** (1857 - 1934), английский педагог, первый профессор педагогики в Великобритании. В области теории обучения выступал против формального образования; занимался упорядочиванием категориального аппарата педагогики; уточнением ее основных понятий; определением функций учителя и ученика; большое значение придавал системности знаний и межпредметным связям. *Основные научные труды*: «Эволюция педагогической теории» (1912); «Современные тенденции в практике образования» (1927).

2. **АДЛЕР АЛЬФРЕД** (1870 - 1937), австрийский врач и психолог, создатель системы индивидуальной психологии. Главной задачей воспитания является нейтрализация чувства неполноценности за счет направления его компенсации в полезное для общества русло и укрепления «социального чувства»; считал, что при неправильном педагогическом воздействии чувство неполноценности может перерасти в невроз. *Основные научные труды*: «Индивидуально-психологическое лечение неврозов» (1913), «О неврозах личности» (1922), «Индивидуальная психология в школе» (1929).

3. **АЗБУКИН ДМИТРИЙ ИВАНОВИЧ** (1883 - 1953), дефектолог и психиатр; изучал историю специальной педагогики и специальной психологии; являлся организатором подготовки в вузах учителей-дефектологов. *Основные научные труды:* «Умственная отсталость детей и как с ней бороться» (1926), «Основы психопатологии и психогигиены детского возраста для педагогов» (1930), «Проблемы специальной педагогики и психологии» (1948).

4. **АЙЗЕНК ХАНС ЮРГЕН** (р.1916), английский психолог, профессор Лондонского университета с 1955 г. В выдвинутой концепции личности в качестве основных характеристик выступают экстраверсия и интроверсия (направленность индивида вовне или внутрь, проявляющаяся в его мироощущении и поведении). Также считает, что умственная одаренность человека в решающей степени (на 80 %) обусловлена наследственностью и может быть измерена с помощью тестов. Ряд работ посвящен политической психологии, психотерапии, психологии пола.

5. **АМОНАШВИЛИ ШАЛВА АЛЕКСАНДРОВИЧ (р. 1931),** грузинский педагог и психолог, доктор психологических наук (1973), профессор (1980). С 1964 года руководит экспериментом по определению нового содержания, форм и методов начального обучения, в том числе обучения детей с 6 лет в условиях школы. Система воспитания и обучения строится на началах гуманности и веры в ребенка, на основе воспитания творчеством и сотрудничества педагогов с детьми. *Основные научные труды*: «Обучение. Оценка. Отметка» (1980), «В школу – с 6 лет» (1986), «Личностно-гуманная основа педагогического процесса» (1990).

6. **АНАНЬЕВ БОРИС ГЕРАСИМОВИЧ (1907 - 1972),** психолог, доктор педагогических наук (1940), с 1944 г. профессор Ленинградского ГУ. Занимался разработкой научного направления «онтопсихология», которая объединяет в себе возрастную и дифференциальную психологию и направлена на изучение целостного жизненного пути человека. В области детской и педагогической психологии разрабатывал проблемы формирования умственной деятельности, сознания и самосознания, характера и воли в условиях

школьного обучения, изучал пространственное восприятие и представления детей. *Основные научные труды*: «Очерки истории русской психологии» (1947), «Психология чувственного познания» (1960), «О проблемах современного человекознания» (1977).

7. АРИСТОТЕЛЬ СТАГИРИТ (384 г. до н.э. – 322 г. до н.э.), древнегреческий философ и ученый – энциклопедист. Философия Аристотеля делится на теоретическую (умозрительную), цель которой – знание ради деятельности и пойетическую (творческую), цель которой – знание ради творчества. Педагогика трактуется как часть теории государства и общества. *Основные научные труды*: «Большая этика», «Политика», «Риторика».

8. АРМСТРОНГ ГЕНРИ ЭДУАРД (1848 - 1937), английский химик, профессор (1871), в педагогике – основатель и пропагандист эвристического метода обучения естественно-научным дисциплинам. Основным источником знаний в этой области считал экспериментальную работу: ученик должен самостоятельно решить поставленную проблему и сделать выводы. *Основные научные труды*: «Эвристический метод обучения или искусство предоставлять детям самим доходить до познания предметов» (1900).

9. БАБАНСКИЙ ЮРИЙ КОНСТАНТИНОВИЧ (1927 - 1987), доктор пед. наук, профессор (1974). Разработал теорию оптимизации обучения как научно обоснованного выбора и осуществления варианта обучения, который рассматривался с точки зрения успешности решения задач развития, образования и воспитания учащихся. Предложил систему конкретных рекомендаций по выбору эффективных форм и методов предупреждения неуспеваемости и второгодничества, основанную на всестороннем изучении причин неудач школьников. Под его редакцией вышли учебные пособия для

педагогических институтов «Педагогика» (1983). *Основные научные труды*: «Оптимизация процесса обучения. Общедидактический аспект» (1977); «Оптимизация педагогического процесса» (1984); «Методы обучения в современной общеобразовательной школе» (1985); «Избранные педагогические труды» (1989).

10. **БАБЁФ ГРАКХ (1760 - 1797)**, наст. имя – Франсуа Ноэль, - французский революционер, коммунист-утопист. Считал широкие социальные преобразования общества необходимым условием организации правильного воспитания. Выдвинул требование всеобщего светского образования (1788), разработал план воспитания подрастающего поколения в период перехода к новому общественному устройству. Сторонник природосообразного воспитания, выступал за разностороннее воспитание, а также особо выделял трудовое воспитание – приобщение детей к общественно полезной деятельности в соответствии с их склонностями. *Основные научные труды*: «Сочинения», 1 – 4 тт. (1796).

11. **БЕЛЛ ЭНДРЮ (1753 - 1832)**, английский педагог, один из основателей Белл-Ланкастерской системы взаимного обучения. В Индии, близ г.Мадраса в 1791 году ввел систему взаимного обучения в связи с острой нехваткой учителей. Главной целью обучения считал распространение влияния англиканской церкви, поэтому в школу Э.Белла не допускались дети, исповедовавшие другую религию. *Основные научные труды*: «Опыт обучения, проведенный в Мадрасе и рекомендующий систему, при которой дети в школе и в семье могут обучать друг друга под руководством учителя или родителя» (1797); «Руководство для школ, организованных по методу взаимного обучения» (1812, 1827).

12. БЕХТЕРЕВ ВЛАДИМИР МИХАЙЛОВИЧ (1857 - 1927), невропатолог, физиолог, психиатр, психолог. Профессор Военно-медицинской академии в Петербурге (1893); директор Института по изучению мозга и психической деятельности в Петрограде (1918). Свою систему психологических воззрений называл объективной психологией (1904), рефлексологией (1917). Трактовал психологию как науку о поведении – совокупности врожденных и индивидуально приобретенных «сочетательных рефлексов» (аналогичных условным рефлексам И.П.Павлова), считая необходимым отказаться от изучения сознания. Взгляд на деятельность человека как на простую совокупность рефлексов распространил и на общество в целом. Подчеркивал необходимость воспитания человека с раннего детства (воспитание «социального героизма», трудовое воспитание, половое воспитание и др.), понимая воспитание как создание «привычек в сфере физической, нравственной и умственной». *Основные научные труды*: «Психика и жизнь» (1903); «Личность и условия ее развития и здоровья» (1905); «Объективная психология» (1907); «Вопросы общественного воспитания» (1910); «О социально-трудовом воспитании» (1917).

13. БЕЦКОЙ ИВАН ИВАНОВИЧ (1704 - 1795), государственный и общественный деятель. Президент Академии художеств в Петербурге (1764 – 1794 гг.). Представил план школьной реформы, основным условием которого считал строгую изоляцию воспитанников от пагубного влияния общества, предрассудков и пороков старого поколения. Создал систему закрытых учебно-воспитательных учреждений сословного характера для детей от 5 – 6 до 18 – 20 лет. Основной задачей новых учреждений считал воспитание совершенного человека и гражданина, обучению отводилась вторая роль. Однако идеи оказались несостоятельными, что положило начало подготовки новой школьной реформы 1782 – 1786 г. *Основные научные*

труды: «Собрание учреждений и предписаний, касательно воспитания в России обоего пола благородного и мещанского юношества» (1789).

14. БИНЕ АЛЬФРЕД (1857 - 1911), французский психолог, возглавлял лабораторию физиологической психологии в Сорбонне (1895), открыл лабораторию экспериментальной педагогики (1899). Исследовал особенности мышления у знаменитых вычислителей и шахматистов, проблему умственного утомления, интеллектуального развития детей, психофизическую проблему. Экспериментально изучал механизмы и закономерности психической регуляции поведения. Разработал и усовершенствовал ряд исследовательских и диагностических методов: опросники, тесты, метод клинической беседы. Для отбора умственно отсталых детей в специальные школы разработал шкалу развития интеллекта, в основе которой лежит идея различия хронологического и умственного возраста. Создал систему простых испытаний для соответствующих измерений (1905). В модифицированном виде тест используется в современной психологии для диагностики умственного развития. *Основные научные труды*: «Психология умозаключения» (1889); «Умственное утомление» (1899); «Введение в экспериментальную психологию» (1903); «Ненормальные дети»; «Методы измерения умственной одаренности» (1911).

15. БЛОНСКИЙ ПАВЕЛ ПЕТРОВИЧ (1884 - 1941), педагог и психолог, профессор (1918), доктор пед. наук (1935); был одним из создателей и руководителей Академии социального воспитания; заведовал лабораторией памяти, а затем лабораторией мышления и речи в Государственном НИИ психологии (1930-е гг.). Сформулировал собственные педагогические идеи: обучение и воспитание должно осуществляться на основе знаний закономерностей развития ребенка, уважение личности ребенка, его потребностей и интересов,

разностороннее умственное, нравственное, эстетическое и трудовое воспитание, трудовое обучение и политехническое образование. Был убежден, что правильно построить педагогический процесс невозможно без знания возрастных и индивидуальных особенностей детей. Экспериментально изучал особенности функционирования мышления в ходе возрастного развития. *Основные научные труды*: «Курс педагогики» (1916); «Задачи и методы народной школы» (1916); «Трудовая школа» (1919); «Очерк научной психологии» (1921); «Педагогика» (1922); «Основы педагогики» (1925); «Психологические очерки» (1927); «Педология» (1934).

16. БЛУМ БЕНДЖАМИН (р. 1913), американский психолог и педагог, профессор педагогики Чикагского университета (1938). Создал таксономию (иерархическую последовательность) педагогических целей в познавательной и эмоциональной областях. Изучал конкретные показатели психологической готовности учащихся к учебной деятельности, экспериментально показал их обусловленность факторами среды, выделил сензитивные периоды, определяющих формирование познавательных и эмоциональных характеристик готовности. Показал возможность их целенаправленного формирования педагогическими средствами. *Основные научные труды*: «Таксономия педагогических целей» (1964).

17. БОДАЛЁВ АЛЕКСЕЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ (р. 1923), психолог, доктор педагогических наук (1966), профессор (1968). Работал деканом факультета психологии МГУ (1979 - 1986), вице президент АПН СССР (1986 - 1989). Исследования посвящены психологическим проблемам формирования личности школьника. В рудах по психологии общения раскрыты общие, возрастные, индивидуальные, профессиональные и другие особенности межличностного восприятия и

познания; рассматривает роль общения в воспитании; разрабатывает комплексный подход к воспитанию личности. *Основные научные труды*: «Психология и педагогика самовоспитания» (1958); «восприятие человека человеком» (1965); «Формирование понятия о другом человеке как личности» (1970); «Личность и общение. Избранные труды» (1983).

18. ОЖОВИЧ ЛИДИЯ ИЛЬИНИЧНА (1908 - 1981), психолог, доктор педагогических наук (1966), профессор (1967). Заведовала лабораторией психологии формирования личности (до 1978). Разрабатывала вопросы развития и социального формирования личности. Основной чертой развития человека считала способность к активной целенаправленной деятельности; в этой связи изучала механизмы мотивации и волевой регуляции поведения, выделила главные этапы развития личности ребенка. *Основные научные труды*: «Очерки психологии детей» (1950); «изучение личности школьника и проблемы воспитания» (1960); «Личность и её формирование в детском возрасте» (1968); «Воспитание как целенаправленное формирование личности ребенка» (1974); «Этапы формирования личности в онтогенезе» (1979).

19. БОЛДУИН ДЖЕЙМС (1861 - 1934), американский психолог, социолог, историк. Профессор университетов Принстона, Торонто, Мехико. Один из основателей американской социальной психологии. Задачу психологии видел в изучении индивидуальных различий. Стремился внести в психологию принцип эволюционизма, причем развитие психики ребенка рассматривал с позиций биогенетического закона. В педагогике стремился обосновать необходимость индивидуального подхода к учащимся, опираясь на данные экспериментальной психологии. Основным предметом школьного обучения считал математику, развивающую способность к

абстрагированию, и естественные науки, развивающие наблюдательность. *Основные научные труды*: «Очерки по психологии» (1890); «Психология и ее применение к воспитанию» (1904); «Психология и ее методы» (1908); «Духовное развитие детского индивида и человеческого рода» (1911); «Введение в психологию» (1912).

20. БОЛТУНОВ АЛЕКСАНДР ПАВЛОВИЧ (1883 - 1942), психолог и педагог, профессор (1917), доктор пед. наук (1936). Заведовал школьной психотехнической лабораторией Ленинградского государственного педагогического института им. А.И.Герцена (1925 - 1936). Разработал на основе теста Бине «измерительную шкалу ума» - психодиагностическую методику для группового применения. Одним из первых в СССР разрабатывал вопросы профессиональной ориентации школьников. *Основные научные труды*: «Педагогическая характеристика ребенка» (1926); «Практикум по теории психологических испытаний» (1927); «Педагогический эксперимент в массовой школе» (1929); «Помощь семьи в выборе профессии» (1935); «Слушание и чтение в процессе обучения» (1945).

21. БУДНЫЙ СИМОН (1530 – 1593), белорусский просветитель, с 1558 года учитель протестантской школы в Вильнюсе. Издал «Катехизис» - первый печатный учебник для школы на территории Беларуси. Выступал за предоставление права на образование для всех сословий, за разностороннее развитие человека, основой воспитания считая труд. Под влиянием С.Будного в школах использовались наглядные учебные пособия, применялись прогрессивные методы обучения: беседы, диспуты, лекции, демонстрации, самостоятельные и практические работы учащихся.

22. БУНАКОВ НИКОЛАЙ ФЕДОРОВИЧ (1837 - 1904), педагог. Теоретик и практик начального обучения. Преподаватель русского языка в военной гимназии (1866 - 1879). Исходил из идеи всеобщего бесплатного начального обучения. Условиями осуществления всеобщего обучения считал организацию подготовки народных учителей и привлечение широкой общественной и частной инициативы для строительства и оборудования школ и организации в них учебного процесса на принципах научной педагогики. В системе учебных занятий выделял три решающих элемента: обучение грамоте, объяснительное чтение и письменные упражнения. *Основные научные труды*: «Азбука и уроки чтения и письма» (1871); «Школьное дело» (1903).

23. ВАХТЕРОВ ВАСИЛИЙ ПОРФИРЬЕВИЧ (1853 - 1924), педагог, деятель народного образования. Разрабатывал самостоятельную педагогическую концепцию, которая получила название эволюционной («новой», «научной») педагогики. Формирование ребенка зависит от внутреннего стремления к развитию и от влияния окружающей среды. Задача педагога – способствовать благоприятному сочетанию этих условий, изучать индивидуальные особенности ребенка. Обосновывал самостоятельность педагогики как науки. Своеобразие методов педагогического исследования. Разработал и теоретически обосновал методику естественного эксперимента, обеспечивающего объективность оценки организационных форм, средств, приемов обучения и при этом не нарушавшего естественного хода учебного процесса. Сторонник развивающего обучения; выступал за обновление и расширение содержания обучения в народной школе, за активные методы, способствующие развитию самостоятельного мышления ребенка. *Основные научные труды*: «Внешкольное образование народа» (1896); «Всеобщее обучение» (1897);

«Нравственное воспитание и начальная школа» (1901); «предметный метод обучения» (1907).

24. ВЕНТЦЕЛЬ КОНСТАНТИН НИКОЛАЕВИЧ (1857 - 1947), педагог, теоретик и пропагандист свободного воспитания. С 1919 года преподавал в педагогическом техникуме и университете. Выделял три важнейшие сферы человеческой деятельности: этическую, направленную на осуществление нравственного идеала; педагогическую, имеющую в виду воспитательные задачи; политическую, задача которой – изменение форм общественной жизни. Разрабатывал основы и принципы свободной школы и свободного воспитания. Главная задача воспитания – развитие творческой, независимой, самобытной личности, чувствующей свою неразрывную связь и солидарность со всем человечеством. Разрабатывал новое направление в воспитании – космическую педагогику, высшая цель которой – полное освобождение и раскрепощение личности, обладающей собственной нравственной религией и осознающей себя Гражданином Вселенной. *Основные научные труды*: «Задачи нравственного воспитания» (1896); «Борьба за свободную школу» (1906); «Этика и педагогика творческой личности» (1912); «Теория свободного воспитания» (1923).

25. ВЕРНАДСКИЙ ВЛАДИМИР ИВАНОВИЧ (1863 - 1945), естествоиспытатель, историк науки, историк, общественный деятель, академик АН СССР. Разрабатывал проблемы биогеохимии и эволюции Земли, значительное внимание уделял исследованию деятельности человека на планете, которую впервые начал рассматривать как естественное продолжение активности живого – биогенеза, т.е. преобразования планеты живым веществом. Сформулировал теорию ноосферы – сферы разума и духовного единения человечества.

Представляя человеческое общество как часть биосферы, этап её эволюции, Вернадский открыл возможность исследовать глобальную деятельность человека, в том числе явления интеллектуальной деятельности. Сформулировал идею возрастания роли науки в системе культуры, внедрения научных знаний в массовое сознание и формирования на основе фактов и эмпирических обобщений такого мировоззрения, в котором возможно существований как теорий и гипотез, так и религиозных и философских взглядов. *Основные научные труды*: «Очерки и речи» (1922); «Химическое строение биосферы Земли и её окружения» (1965); «Избранные труды по истории науки» (1981); «Философские мысли натуралиста» (1988).

26. ВЕРТХАЙМЕР МАКС (1880 - 1843), немецкий психолог, один из основателей гештальтпсихологии, профессор (1922). Впервые выдвинул гипотезу о целостной структуре восприятия. Этот подход явился основным принципом гештальтпсихологии и был распространен и на другие психические процессы, в том числе и мышление, которое представлялось как процесс последовательной смены разных типов видения ситуации под воздействием естественно возникшей или специально поставленной задачи. Считал, что обучение не должно быть ориентировано только на решение сравнительно узких, специальных задач. Для детей важно получать радость от открытия для себя мира, и в этом заключается содержательность и привлекательность учебных заданий. *Основные научные труды*: «Продуктивное мышление» (1925).

27. ВЕССЕЛЬ НИКОЛАЙ ХРИСТИАНОВИЧ (1834 - 1906), педагог и публицист. Один из основателей и секретарь Петербургского педагогического общества (1869). Высшим принципом воспитания считал принцип природосообразности. Педагогическое искусство заключается в побуждении к самовоспитанию и должно всегда

учитывать особенности личности учащегося и современное состояние просвещения. Пытался разработать и психологически обосновать теорию общего образования, целью которого считал полное развитие способностей каждого человека, а результатом – осознание учащимся своих способностей и выбор соответствующей профессии. Решающим для преодоления отрыва школы от жизни считал использование в обучении местного материала. Собиратель народных, детских, исторических, военных песен, - пригодных для изучения в школе. *Основные научные труды*: «Руководства к преподаванию общеобразовательных предметов» (1873); «Профшколы и обучение ремёслам» (1881); «Школьные песни» (1879).

28. ВИЛЬМАН ОТТО (1839 - 1920), немецкий педагог, профессор (1872). Основатель Союза христианской педагогики (1907). Разделял педагогику на историческую, теоретическую и практическую. Основной функцией воспитания признавал передачу от поколения к поколению «вечных идей» и культурно-исторических традиций. Процесс обучения должен учитывать психологию учащихся и логику предметов. Предложил выделить три ступени усвоения (восприятие, понимание, применение), каждой из которых должна соответствовать особая форма обучения. *Основные научные труды*: «Дидактика как теория образования» (1904).

29. ВИТТОРИНО ДЕ ФИЛЬТРЕ (1378 - 1446), итальянский педагог эпохи Возрождения. Цель воспитания видел в формировании гармонически развитого человека. Основал среднюю школу «Дом радости» при дворе герцога Гонзага в Мантуе. Большое внимание уделялось нравственному и физическому воспитанию. Ввел новые методы преподавания, использовал в обучении элементы игры, применял наглядные пособия и практические методы, отказался от

телесных наказаний. Педагогических сочинений не оставил, его деятельность известна по воспоминаниям учеников.

30. ВОДОВОЗОВ ВАСИЛИЙ ИВАНОВИЧ (1825 - 1886), педагог. Преподавал словесность в Варшавской и Петербургской гимназиях; по приглашению К.Д.Ушинского работал в Смольном институте. Выступал с критикой системы народного образования в России. Реформу обучения связывал с освоением «реального» или практического метода: свободное исследование, строгая последовательность в рассмотрении материала, индуктивные приемы анализа. «Реальный» метод был направлен на воспитание инициативы и творческой самостоятельности. Для обучения взрослых в народных школах составил и издал пособия. *Основные научные труды* «Элементарные рассказы из физики и химии» (1873); «Русские сказки в стихах» (1883).

31. ВЫГОТСКИЙ ЛЕВ СЕМЕНОВИЧ (1896 - 1934), психолог, профессор (1928). Исследовал психологические закономерности восприятия литературных произведений. Дал глубокий критический анализ мировой психологии1920 – 1930-х годов. Создал культурно-историческую теорию развития поведения и психики человека, в которой рассмотрел процесс онтогенетического развития психики. Обосновал идеи активности учебно-воспитательного процесса, - в котором активен ученик, активен учитель и активна социальная среда. Разработал понятие о зоне ближайшего развития: «правильно организованное обучение ребенка ведет за собой детское умственное развитие, вызывает к жизни целый ряд таких процессов развития. Которые вне обучения вообще бы делались невозможными». *Основные научные труды*: «Психология искусства» (1925); «Педагогическая психология. Краткий курс» (1926); «Умственное развитие детей в

процессе обучения» (опубл. в 1935); «Игра и её роль в психическом развитии ребенка» (опубл. в 1966); «Воображение и творчество в детском возрасте» (опубл. в 1991).

32. ГАЛЬПЕРИН ПЕТР ЯКОВЛЕВИЧ (1902 - 1988), психолог, доктор педагогических наук (1965), заведующий кафедрой возрастной психологии МГУ (1967), заслуженный деятель науки РСФСР (1980). Специалист в области теории и методологии психологии, истории психологии, возрастной психологии. Разработал теорию поэтапного формирования умственных действий. Процесс формирования умственных действий проходит пять этапов: выяснение ориентировочной основы действия; формирование действия в материальном виде, в плане громкой речи; во внешней речи для себя; во внутренней речи. *Основные научные труды*: «Развитие исследований по формированию умственных действий» (1959); «Введение в психологию» (1976); «Актуальные проблемы возрастной психологии» (1978).

33. ГЕЛЬВЕЦИЙ КЛОД АДРИАН (1715 - 1771), французский философ, деятель Просвещения. Строил учение о морали, развивал педагогические идеи. Во взглядах можно выделить четыре основные идеи: врожденное равенство всех людей; личный интерес как движущая сила индивидуального развития и решающее начало в деятельности людей; воспитание как направляющая сила в развитии интересов; политическая система как определяющее начало воспитания. *Основные научные труды*: «Об уме» (1758); «О человеке, его умственных способностях и его воспитании» (1773).

34. ГЕРБАРТ ИОГАНН ФРИДРИХ (1776 - 1841), немецкий философ, психологи и педагог, профессор университета (1808). Был

сторонником ассоциативной психологии, но считал, что превращение её в науку требует соединения философских положений о психических явлениях с математических расчетом психических процессов. Определил главную цель воспитания как гармонию воли с этическими идеями и выработку многостороннего интереса, основными путями её достижения считал воспитывающее обучение и нравственное воспитание, а также «управление» (подавление «дикой резвости» ребёнка). *Основные научные труды*: «главные пункты метафизики» (1806); «Общая педагогика, выведенная из целей воспитания» (1806); «Учебник психологии» (1816); «Очерк лекций по педагогике» (1835).

35. ГИЛФОРД ДЖОЙ ПОЛ (1897 - 1976), американский психолог, профессор Южно-Калифорнийского университета (1940). Один из лидеров психометрического направления в исследованиях мышления и личности. Автор трехмерной теоретической модели «структуры интеллекта» («куб Гилфорда»), согласно которой интеллект может быть представлен тремя сторонами: операции, продукты и содержание мышления. Различные компоненты мыслительной деятельности (оригинальность, гибкость интеллекта и др., всего до 120) могут быть выявлены методами факторного анализа, с помощью которого определяется уровень мыслительных способностей. Опираясь на свою модель и связанные с ней математические методы, выступил инициатором разработки систем психологических тестов для изучения продуктивного мышления и творческих способностей. *Основные научные труды*: «Три стороны интеллекта» (1965).

36. ГОЛАНТ ЕВГЕНИЙ ЯКОВЛЕВИЧ (1888 - 1971), педагог, профессор (1938). Работал в институте внешкольного образования и в институте научной педагогики. Создал буквари и книги для чтения взрослых, в которых сочетаются метод целых слов и аналитико-

синтетическая работа. Подготовил курс лекций по педагогике на педагогическом факультете ЛГПИ им. А.И.Герцена, отличавшийся тесной связью с философией и историей культуры. Принципы обучения ставил в зависимость от личного производственно-бытового и политического опыта учащихся. В работах по истории педагогики особое внимание уделял развитию школьного образования в странах Европы и Америки. *Основные научные труды*: «Букварь крестьянина» (1922); «Школьная работа для взрослых» (1931); «История педагогики» (1940); «Организация учебной работы в советской школе» (1957); «Руководство школой» (1957).

37. ГРОСС КАРЛ (1861 - 1946), немецкий психолог, профессор университета в Тюбингене (1911 - 1929). Создал теории игры, противопоставив ее биогенетической концепции Холла. Считал, что возникновение игры вызвано недостаточностью врожденных механизмов приспособления к среде. Игра побуждается не прошлым, а будущим и служит школой подготовки организма к жизненным испытаниям. Главный механизм игры – упражнение. Однако в теории не нашла отражение социальная функция игровой деятельности; игра не связывалась с педагогическим воздействием. Не утратило значение только представление о развивающем характере игры. В области психологии мышления впервые выделил в качестве этапа формирования понятий, - так называемые потенциальные понятия. Этот подход послужил одним из источников теорий мышления, разработанных Ж.Пиаже и Л.С.Выготским. *Основные научные труды*: «Душевная жизнь ребенка» (1916).

38. ГУРЛИТТ ЛЮДВИГ (1855 - 1931), немецкий педагог, представитель теории свободного воспитания. Преподавал в классических гимназиях и пришел к выводу о несоответствии

существовавшей системы школьного воспитания потребностям развития личности. Воспитание призвано направлять пробуждающиеся силу и активность детей. Декларируя важность связи обучения и воспитания с нуждами практической жизни, пришел к отрицанию необходимости систематических учебных занятий в школе; их место должны были занять спортивные игры, прогулки, беседы на свободные темы, - которые призваны воспитывать волю, разумную дисциплину, независимость суждений. Требовал тщательного отбора учебного материала, улучшения эстетического воспитания, введения занятий по ручному ремесленному труду. *Основные научные труды*: «Немец и его школа» (1905); «О творческом воспитании» (1911); «Проблемы всеобщей единой школы» (1914).

39. ДАВЫДОВ ВАСИЛИЙ ВАСИЛЬЕВИЧ (р. 1930), психолог и педагог, доктор психологических наук (1971), профессор (1973), академик и вице-президент Рос. академии образования (1992). Выявил условия организации развивающего обучения в процессе усвоения учащимися знаний и умений (совместно с Д.Б.Элькониным). Разработал логико-психологическую концепцию о двух основных типах мышления человека – рассудочно-эмпирическом и разумно-теоретическом. Разработал теорию учебной деятельности, опирающуюся на понятие содержательного обобщения. На основе этой теории созданы программы и учебно-методические пособия по школьным предметам. Их практическое использование способствует эффективному освоению школьниками учебной деятельности, развитию у них разумно-теоретического мышления, формированию личности. *Основные научные труды*: «Связь теорий обобщения с программированием обучения» (1966); «Виды обобщения в обучении» (1972); «Учебная деятельность и моделирование» (1981); «Проблемы

развивающего обучения» (1986); «О понятии личности в современной психологии» (1988).

40. ДАНИЛОВ МИХАИЛ АЛЕКСАНДРОВИЧ (1899 - 1973), педагог, доктор педагогических наук (1960), профессор (1961). Разрабатывал проблемы методологии педагогики, педагогического образования, методики педагогических исследований. Создал концепцию начального образования, в основе которой идеи отбора знаний, стимулирования внутренних сил личности, организации учебного труда, требующего самостоятельности мысли и действия. Изучая и анализируя массовую практику и передовой педагогический опыт, показал, что главной причиной отставания учащихся является недостаточное влияние традиционного процесса обучения на воспитание и развитие личности школьника. Сформулировал ряд концептуальных положений: направленность учебного процесса на воспитание у учащихся устойчивой познавательной потребности; обеспечение каждому ученику позиции субъекта учебно-познавательной деятельности. *Основные научные труды*: «Задачи и особенности начального образования» (1943); «Дидактические условия прочного усвоения знаний» (1945); «Пути повышения качества знаний» (1948); «Процесс обучения в советской школе» (1960); «Проблемы методологии педагогики и методики исследований» (1971).

41. ДИДРО ДЕНИ (1713 - 1784), французский философ, просветитель, магистр искусств (1732). Участвовал в разработке демократической программы воспитания и образования. Предлагал формировать личность в полезном для общества направлении; настаивал на равном воспитании людей всех сословий. Задача просвещения состоит в том, чтобы выявить природные способности детей и дать им полное развитие. В целях повышения уровня знаний

рекомендовал проводить 4 раза в год публичные экзамены в средней школе. Для более тщательного подбора учителей советовал объявлять конкурсы; требовал хорошего материального обеспечения учительства. Задача учителя – сделать из каждого своего воспитанника честного человека, сформировать такие качества как твердость и справедливость, развивать в нем здравый ум, широту кругозора. *Основные научные труды*: «Философские мысли» (1746); «Энциклопедия, или Толковый словарь наук, искусств и ремесел» (1751); «план университета, или Школы публичного преподавания наук для Российского правительства» (1775); «Собрание сочинений в 10-тт.».

42. ДИСТЕРВЕГ ФРИДРИХ АДОЛЬФ (1790 - 1866), немецкий педагог, директор учительских семинарий, преподавал педагогику, математику, немецкий язык. Разделял идеи общечеловеческого воспитания. Задачу школы видел в воспитании гуманных и сознательных граждан; любовь к своему народу неотделима от любви к человечеству. Основными принципами воспитания считал природосообразность, культуросообразность, самодеятельность. Самодеятельность понимал как активность и инициативу и считал ее важнейшей чертой личности. Считал, что педагог может обеспечить гармоничное развитие детей при условии знания психологии и физиологии детей. *Основные научные труды*: «Руководство к образованию немецких учителей» (1835); «Педагогические сочинения».

43. ДОБРОЛЮБОВ НИКОЛАЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ (1836 - 1861), литературный критик, публицист, просветитель. Цель воспитания определял как формирование активной личности, способной применить «высшие человеческие убеждения» в реальной жизни. Сформулировал основные направления нового типа воспитания; важнейшее значение в воспитании придавал труду, который, физически совершенствуя

человека, одновременно воспитывает в нем нравственное ответственное отношение к жизни, так как нравственность проявляется в жизненном поведении. *Основные научные труды*: «О значении авторитета в воспитании», «Новый кодекс русской практической мудрости», «Основные законы воспитания», «Собрание сочинений в 9 томах» (опубл. в 1961).

44. ДЬЮИ ДЖОН (1859 - 1952), американский философ, психолог и педагог. Профессор Мичиганского и Чикагского университетов (1894 - 1904). Развил новый вариант прагматизма – инструментализм, разработал прагмастическую методологию в области логики и теории познания. Различные виды человеческой деятельности – это инструменты, созданные человеком для разрешения индивидуальных и социальных проблем. Цель теории воспитания – формирование личности, умеющей «приспособиться к различным ситуациям» в условиях «свободного предпринимательства». *Основные научные труды*: «Введение в философию воспитания» (1921); «Психология и педагогика мышления» (1922); «Школы будущего» (1923); «Школа и общество» (1925).

45. ЕСИПОВ БОРИС ПЕТРОВИЧ (1894 - 1967), педагог, доктор пед. наук, профессор (1963). Разрабатывал проблемы дидактики: дал определение понятия «самостоятельная работа учащихся», выявил степень самостоятельности работы школьников в зависимости от характера их деятельности; охарактеризовал виды самостоятельных работ на различных этапах усвоения знаний. Большое место в научной деятельности занимали проблемы методов и организационных форм обучения, теория урока, вопросы классификации уроков по основным дидактическим задачам и целям. *Основные научные труды*: «урок в начальной школе» (1944); «Педагогика для пед.училищ» (1950);

«Дидактика» (1957); «Самостоятельная работа учащихся на уроках» (1961); «Пути совершенствования методов обучения» (1963).

46. ЗАЗЗО РЕНЕ (р. 1910), французский психолог, руководитель лаборатории по изучению психобиологии ребенка, профессор Высшей школы практических знаний в Париже. Разрабатывал проблемы развития в норме и патологии (олигофрения), вопросы дифференциальной психологии. Стремился сблизить так называемый клинический метод изучения нормального ребенка со статистическим, количественным подходом. Большое внимание уделяет изучению близнецов, причем помимо установления роли традиционных факторов наследственности и среды он делает акцент на собственно психологическую сторону проблемы: влияние, оказываемое на формирование личности близнецов, их взаимоотношения друг с другом и с ближайшим окружением, складывающимся в процессе развития. *Основные научные труды*: «Психическое развитие ребенка и влияние среды» (1967); «Стадии психического развития ребенка» (1968).

47. Зайцев Иван Прокопьевич (р. 1920), педагог, преподаватель в вузе МВД (с 1983); создатель системы перевоспитания осужденных в исправительно-трудовых учреждениях. Эта система имела цель гуманизации процесса отбывания наказания, защиту осужденных, вставших на путь исправления, от произвола уголовных элементов. Основа системы – формирование из групп осужденных первичных коллективов, оказывающих положительное влияние на личность отбывающих наказание. Индивидуальный подход к осужденным, учет разновозрастного состава, различной степени криминальной зараженности осужденных, образовательной и профессиональной подготовки позволяют создать в коллективе общественно ценные традиции, противостоящие обычаям преступной

среды. *Основные научные труды*: «Формирование коллектива осужденных» (1975); «Исправительно-трудовая педагогика» (1978).

48. ЗАКС АРТ ЯКОВЛЕВИЧ (1878 - 1938), педагог, методист внешкольной работы. Преподавал историю и был воспитателем в училище, вел спецкурс экскурсионного дела в Пед. академии (1908 - 1915); один из организаторов Центрального музейно-экскурсионного института (1921); директор института методов внешкольной работы (1923 - 1931). Развивал школьно-экскурсионную работу в РСФСР. Предложил разнообразные формы переподготовки учителей. *Основные научные труды*: «Ведение экскурсий» (1910); «Массовые школьные экскурсии» (1926).

49. ЗАНКОВ ЛЕОНИД ВЛАДИМИРОВИЧ (1901 - 1977), педагог, психолог, дефектолог, доктор пед. наук (1943), работал в НИИ дефектологии (1929 - 1951), НИИ теории и истории педагогики АПН (1951 - 1977). Разрабатывал проблемы психологии памяти, мышления и речи нормальных и аномальных детей. Обосновал возможность применения в педагогических исследованиях различных видов педагогического эксперимента, выдвинул и реализовал идею включения в педагогический эксперимент психологических методов изучения общего развития учащихся как средства объективной оценки результативности педагогических нововведений. Также были выявлены разные формы сочетания слова и наглядности, применяемых для решения одних и тех же учебных задач. *Основные научные труды*: «Очерки психологии умственно отсталого ребенка» (1935); «Память школьника, ее психология и педагогика» (1944); «Сочетание слова учителя и средств наглядности в обучении» (1958); «Обучение и развитие» (1975).

50. ЗВЕРЕВ ИВАН ДМИТРИЕВИЧ (р.1918), педагог, доктор пед. наук (1965), профессор (1967).Руководил лабораторией экологического образования. Разрабатывал дидактические проблемы содержания, методов и средств обучения, методику преподавания биологии в школе; выявил типы и динамику связей отдельных элементов системы обучения в целостной структуре учебного предмета, показал межпредметные связи курса, раскрыл его воспитывающее воздействие на формирование личности. В его трудах прослежен путь образования и развития системы знаний в области, охватывающей окружающую природу и собственно природу человека. *Основные научные труды*: «Основы системы обучения анатомии, физиологии и гигиене в средней школе» (1971); «Экология в школьном обучении. Новый аспект образования» (1980); «Экологическое образование школьников» (1983); «Отношение школьников к природе» (1988).

51. ЗИЗАНИЙ ЛАВРЕНТИЙ ИВАНОВИЧ (? - 1634), *(наст фам. Кукиль).* Белорусский и украинский гуманист-просветитель, церковный деятель, переводчик. Преподавал в братских школах Львова (до 1591), Бреста (до 1594), Вильно (до 1597), затем – домашний учитель. С 1619 – редактор и переводчик в типографии Киево-Печёрской лавры. Написал «Азбуку» с рисунками в тексте, в котором дан алфавит, а затем отдельные буквы, но не по порядку, а вразбивку для осмысленного усвоения букв в противовес зазубриванию. Также был составлен «Лексис» - словарь из 1061 слова, - своеобразная энциклопедия, содержащая сведения по истории, географии, естествознанию, а также по вопросам воспитания и обучения. *Основные научные труды*: «Грамматика словенская» (1596); «Азбука», «Лексис».

52. ЗИНЧЕНКО ВЛАДИМИР ПЕТРОВИЧ (р. 1931), психолог, доктор психологических наук (1967), профессор (1968). Сын

П.И.Зинченко. Разрабатывал проблемы методологии и теории психологии, эргономики, функциональной структуры восприятия, памяти, двигательных навыков. Заведовал кафедрой инженерной психологии в МГУ с 1971 г. *Основные научные труды*: «Психология восприятия» (1973); «Методологические проблемы эргономики» (1974); «Психометрика утомления» (1977); «Функциональная структура действия» (1982).

53. ЗИНЧЕНКО ПЕТР ИВАНОВИЧ (1903 - 1969), психолог, доктор педагогических наук (1959), профессор (1960). Работал учителем с 1921 года, с 1932 – в различных учебных и научных учреждениях Харькова (Украинском. НИИ педагогики, Всеукраинской психоневрологической академии). Является одним из создателей теории деятельности. Разрабатывал проблемы памяти, в частности, непроизвольного запоминания; развил принцип единства сознания и деятельности и указал на возможность управления её развитием в процессе обучения. *Основные научные труды*: «О запоминании и воспроизведении школьных знаний» (1939); «Непроизвольное запоминание» (1961).

54. ИВАН ФЁДОРОВ (ок. 1510 - 1583), *(наст. фам. Москвитин)* русский и украинский первопечатник, просветитель. Был во главе первой русской государственной типографии, где вместе с Петром Тимофеевым Мстиславцем напечатал «Апостол» (1564), ставший первой русской датированной печатной книгой. В 1574 году во Львове напечатал «Азбуку» - первый печатный восточно-славянский учебник (сохранился в 2-х экземплярах, находящихся в библиотеке Гарвардского университета в США и Британской библиотеке в Лондоне). В книге помещены алфавиты в прямом и обратном порядке, сочетания согласных с гласными, грамматические примеры, тексты для

закрепления навыков чтения и письма. *Основные научные труды*: «Букварь Ивана Федорова», «Острожская азбука Ивана Федорова».

55. ИГНАТЬЕВ ВАРНАВА ЕФИМОВИЧ (1859 - 1927), врач-гигиенист и педагог, специалист в области физического воспитания. Преподавал на педагогических курсах; в 1903 году защитил диссертацию «Рассеянное искусственное освещение классных комнат». С 1918 года – профессор, является одним из организаторов Московского института физической культуры, а в 1918 – 1923 – его директор. Считал физическую культуру неотъемлемой частью воспитания и образования; развивал идеи Петра Лесгафта о необходимости упражнений, которые обеспечили бы активное участие всех групп мышц и благотворно влияли на растущий организм. *Основные научные труды*: «Требования школьной гигиены при постройке школьных знаний и классных помещений для народных школ» (1902); «Школы в лесу, их организация и современное состояние» (1913); «Биологические особенности детей дошкольного возраста и его гигиена» (1916); «Гигиена в школе» (1926); «Основы физической культуры» (1927).

56. ИЛЬЕНКОВ ЭВАЛЬД ВАСИЛЬЕВИЧ (1924 - 1979), философ и психолог, доктор филос. наук (1968). Занимался проблемами универсальности человека как субъекта продуктивной деятельности, способного не только к воспроизведению действительности, но и к созданию такого материального или духовного продукта, который ранее не был присущ объективной действительности (в качестве создаваемых продуктов выступают все объекты культуры и цивилизации). Опираясь на идеи Спинозы, обосновал положение о том, что человек является универсальным «мыслящим телом», отражающим в своих действиях формы множества иных тел. универсальность – не прирожденная, а формирующаяся исторически черта, приобретаемая человеком в ходе

индивидуального развития. *Основные научные труды*: «Школа должна учить мыслить» (1964); «Психика и мозг» (1970); «Философия и культура» (опубл. в 1991).

57. ИТАР ЖАН МАРИ ГАСПАР (1775 - 1838), французский врач. Работая в Парижском училище для глухонемых, положил начало систематическим исследованиям слуховой функции глухонемых. Подчеркивал влияние деятельности органов чувств на развитие ума. Эти идеи легли в основу метода воспитания, названного им медицинским. Представил научное описание попыток воспитания ребенка, который до 12-летнего возраста был изолирован от человеческого общества, - «авейронского дикаря». Незначительные результаты многолетних попыток приобщения такого ребенка к культуре показали важность ранних этапов развития для достижения интеллектуальной, эмоциональной и социальной зрелости. *Основные научные труды*: «Трактаты о заболеваниях уха и слуха» (1821); «Авейронский дикарь».

58. КАЙГОРОДОВ ДМИТРИЙ НИКИФОРОВИЧ (1846 - 1924), педагог, естествоиспытатель, профессор (1882). Один из основателей «Русского общества любителей мировидения», организатор и руководитель его фенологического отдела. Рекомендовал экскурсионный метод обучения, позволяющий воспитать у школьников интерес и привить любовь к окружающей природе. Считал природу источником музыкального, поэтического творчества. *Основные научные труды*: «краткий обзор растительного царства по климатическим поясам» (1885); «Комплексная программа по естествознанию» (1901); «Беседы о русском лесе» (1911); «Из зеленого царства» (1916).

59. КАМПАНЕЛЛА ТОММАЗО (1568 - 1639) *(Джованни Доменико)*, итальянский философ и поэт; с 1582 года – монах-

доменикане. Участвовал в заговоре против испанского владычества и церкви, был схвачен и провел в темнице более 33 лет. Считал, что идеалы всестороннего развития человека могут быть осуществлены только тогда, когда будет покончено с господством собственников и духом наживы, характерными для эпохи первоначального накопления капитала. Одним из первых связал принцип «общественного воспитания» с уничтожением частной собственности. В физическом воспитании торжествует спартанское начало: лишь закаленные люди способны хорошо трудиться, защищать Родину, давать здоровое потомство. *Основные научные труды*: «Город Солнца» (1601).

60. **КАПТЕРЕВ ПЕТР ФЕДОРОВИЧ (1849 - 1922)**, педагог и психолог, профессор (1912). Преподавал логику, педагогику, психологию, историю педагогики в средних и высших учебных заведениях г. Петербурга, в том числе и женской гимназии, женском педагогическом институте; активно участвовал в организации и проведении Всероссийских съездов по педагогической психологии (1906, 1909), экспериментальной педагогике (1910, 1913, 1916), семейному воспитанию (1912, 1913). Разрабатывал проблемы теории общего образования, определил сущность и содержание образовательного процесса, формы и методы общего образования. Обосновал необходимость вариативности общеобразовательных школ, дифференциации учебных курсов и всей структуры учебного процесса, а также целесообразность деления школ на классы, исходя из положения о существовании различных «типов ума» (продуктивный, непродуктивный, смешанный) и соответственно жизненных призваний юношества. *Основные научные труды*: «Очерки по истории ума» (1890); «Современные задачи народного образования в России» (1913); «История русской педагогики» (1915); «Дидактические очерки. Теория образования» (1915).

61. КАРАКОВСКИЙ ВЛАДИМИР АБРАМОВИЧ (р. 1922), педагог, доктор педагогических наук (1989), народный учитель СССР (1991). Один из авторов педагогики сотрудничества. Применял методику коллективного творческого воспитания (коммунарскую методику). Воспитательная система ориентирована на внутренний мир учащегося и его развитие. Основная форма организации жизнедеятельности школьного коллектива – подготовка и проведение неформальных творческих дел, имеющих нравственный смысл для учащихся. Коммунарские сборы, дидактический театр, творческая учёба, «читай-город», аукционы знаний, научные экспедиции представляют собой результат постоянного поиска дел, которые объединяют воспитателя и воспитанников в творчески работающий разновозрастный коллектив. *Основные научные труды*: «Пути формирования школьного ученического коллектива» (1978); «Чтобы воспитание было успешным» (1979); «Директор – учитель - ученик» (1982); «Воспитательная система школы: педагогические идеи и опыт формирования» (1992).

62. КАЩЕНКО ВСЕВОЛОД ПЕТРОВИЧ (1870 - 1943), дефектолог. Организовал в 1908 году в Москве частную школу-санаторий – одно из первых в России учреждений для детей с интеллектуальной недостаточностью и трудностями поведения. Руководил учреждениями, сформированными на базе этой школы, - Домом изучения ребёнка (1918), Медицинско-педагогической опытной станцией (1921). Был ректором и профессором Педагогического института детской дефективности (1920-1924). Разрабатывал вопросы клинического и психолого-педагогического изучения аномальности ребенка, создал оригинальную систему обучения и воспитания детей с нарушениями центральной нервной системы и трудных детей. Считал,

что в основе учебно-воспитательного процесса лежит развитие творческих возможностей детей, их инициативы; основные педагогические средства – широкое использование наглядности и ручного труда, поощрение самостоятельности. Подчёркивал роль лечебно-оздоровительных мероприятий в процессе компенсации дефектов. *Основные научные труды*: «Дефективные дети и школа» (1912); «Путём творчества» (1922); «Исключительные дети» (1929); «Педагогическая коррекция» (опубл. в 1992).

63. КВИНТИЛИАН (35 - 96), древне-римский теоретик ораторского искусства, педагог, стал адвокатом, затем учителем риторики. Считал, что ребенка следует воспитывать с момента рождения; с особым вниманием нужно выбирать тех людей, с которыми постоянно общаются дети (кормилиц, учителей). Рекомендовал начинать обучение ребенка до 7 лет, одновременно формируя его нравственность и вкус, что составляет основу воспитания оратора. Уделял значительное внимание индивидуальному подходу к ученику (в зависимости от его ума и способностей). Призывал воспитывать в ребенке доброту и резко осуждал телесные наказания в школе. *Основные научные труды*: «О причинах упадка красноречия» (ок.95); «об образовании оратора» (ок.95); «Двенадцать книг риторических наставлений» (опубл. в 1834).

64. КЕРШЕНШТЕЙНЕР ГЕОРГ (1854 – 1932), немецкий педагог, автор теории гражданского воспитания. Считал, что цель народной школы – в последовательном приучении детей к прилежанию, добросовестной работа на благо государства. Народную школу и армию рассматривал как важнейшие государственные воспитательные учреждения. Способствовал введению активных методов обучения с

широким использованием наглядных пособий, практических работ, экскурсий. *Основные научные труды*: «Развитие художественного творчества ребенка» (1914); «Избранные сочинения» (1915); «Основные вопросы школьной организации» (1920).

65. КЕТТЕЛ ДЖЕЙМС МАККИН (1860 - 1944), американский психолог, первый в мире профессор психологии (1888). Первым употребил английское слово «тест» (испытание) в качестве термина, обозначающего психодиагностическую методику. Разработал 50 тестов, включавших измерения чувствительности, времени реакции и др. Полагал, что с помощью этих тестов могут быть оценены интеллектуальные способности индивида. Провёл эксперименты по изучению объема внимания и навыка чтения: объём внимания был зафиксирован в пределах пяти элементов, в качестве которых могли выступать не только отдельные знаки (буквы), но и более крупные смысловые единицы (слова и даже предложения). В 1894 году основал журнал «Психологическое обозрение», с 1895 года издавал журнал «Наука»; с 1915 года – журнал «Школа и общество». *Основные научные труды*: «Психодиагностические тесты» (1890); «Дж.Кеттел, мужчина в науке» (опубл. в 1947).

66. КИЛПАТРИК УИЛЬЯМ ХЕРД (1871 - 1965), американский педагог, ученик и последователь Дж. Дьюи, В 1909 – 1938 гг. преподаватель, профессор педагогического колледжа Колумбийского университета в Нью-Йорке. Сторонник прагматической педагогики, рассматривал школу как инструмент демократии в сфере образования. Разработанная им педагогическая система («экспериментализм») опирается на философию прагматизма и психологию бихевиоризма. Процесс обучения предлагал строить на основе расширения и обогащения индивидуального жизненного опыта

учащихся. Широкую известность приобрела его работа «Метод проектов» (1918), в которой он развивал идею обучения через организацию «целевых актов» Различал 4 вида проектов: созидательный (производительный), потребительский (в широком смысле слова, включая и развлечения), проект решения проблемы (интеллектуальных затруднений), проект-упражнение. Учение рассматривал не как усвоение или запоминание, не как подготовку «рабочей силы», а как ориентацию ребёнка в конкретных жизненных ситуациях и включение ребенка в процесс осмысления и переустройства окружающей действительности. *Основные научные труды*: «Метод проектов» (1918); «Основы метода» (1925); «Хрестоматия по философии педагогики» (1923); «образование и социальный кризис» (1932); «Философия образования» (1951).

67. КИРИЛЛ (827 - 869) и МЕФОДИЙ (815 - 885), *(мирское имя Кирилла – Константин)*, братья, создатели славянской азбуки, «первоучители славянские», проповедники христианства. Создали первый славянский алфавит – глаголицу (кириллица появилась позднее); вели проповеди, переводили с греческого важнейшие богослужебные тексты; отстаивали равенство всех языков и народов. Заложили основы славянской письменности, литературы, философии и богословия. Ввели основные понятия: сущность. Существо, бытие, мудрость, свойство, природа и др. Литературное наследие Кирилла и Мефодия включает сочинения на греческом, славянском и латинском языках, свыше 2 тысяч публикаций.

68. КЛАПАРЕД ЭДУАР (1873 - 1940), швейцарский психолог, профессор Женевского университета с 1908 г. Утверждал активность сознания, выделяя в поведении роль интересов, мотивов, потребностей. В своих трудах показал важность знания психологии и для успешного

воспитательного воздействия на характер, волю и другие стороны личности, и для организации процесса обучения. Ввёл в педагогическую практику метод так называемого «мышления вслух», при котором ученик, решая сложную для себя задачу, рассказывает о ходе поисков решения. Занимался вопросами профориентации, предостерегая против излишнего доверия тестам при прогнозировании результатов обучения. Выдвинул теорию игры ребенка с опорой на психологическое содержание. *Основные научные труды*: «Психология ребенка и экспериментальная педагогика» (1911); «Профессиональная ориентация, её проблемы и методы» (1925); «Как определять умственные способности школьников» (1927).

69. КОЛАС ЯКУБ (1882 - 1956), наст. имя Константин Михайлович Мицкевич; народный поэт Белоруссии (1926), академик АН БССР с 1928 г., вице-президент с 1929 года. Окончил Несвижскую учительскую семинарию (1902) и работал учителем в Полесье; опубликовал ряд педагогических статей; отстаивал право на получение образования на родном языке, был сторонником воспитывающего обучения. Одни из инициаторов проведения нелегального съезда учителей Белоруссии (1906). В 1926 году издал «Методику родного языка», которая явилась значительным этапом в развитии школьного преподавания белорусского языка и литературы. Педагогические идеи отразились и в его художественных произведениях: поэмах «Симон - музыкант», «Новая земля»; в повести «На просторах жизни»; трилогии «На ростанях». *Основные научные труды*: «Белорусский язык в казённой школе» (1906); «О народном учителе» (1907); «Второе чтение для детей белорусов» (1909); «Методика родного языка» (1926); «Задачи советской школы» (1948).

70. КОМЕНСКИЙ ЯН АМОС (1592 - 1670), чешский педагог, философ, лингвист, историк, основоположник педагогической науки. Первоначальное образование получил в братской школе, затем учился в Герборнской академии Гейдельбергском университете (1611 - 1614). Преподавал и был проповедником в Першерове. Деятельность была посвящена проблемам образования и воспитания, исправления общества в целях взаимопонимания и сотрудничества между народами для «достижения лучшей жизни во всем мире». Написал ряд исторических работ и литературно-философский трактат «Лабиринт света и рай сердца» (1623). Теорию всеобщего универсального образования изложил в «Дидактике» на чешском языке (1628). Образование должно помогать человеку правильно ориентироваться в мире в поисках смысла жизни. Далее, в 1631 – 1632 этот труд был переработан и назван «Рай церкви или рай чешский». Переработал и перевёл на латинский язык «Дидактику» и назвал её «Великой дидактикой». Предпочитал предметный принцип и был автором ряда учебников по физике, геометрии, геодезии, географии, астрономии, истории. Далее пришел к убеждению о необходимости получения человеком системы знаний о мире и подготовил учебник «Открытая дверь языков» (1631). Цель воспитания видел не только в приобретении знаний, но и в системе моральных качеств, из которых наиболее важными считал справедливость, мужество, умеренность. *Основные научные труды*: «Великая дидактика» (1632); «Преддверие латинского языка» (1643); «Зал латинизма» (1649); «Новейший метод языков» (1649); «Пансофическая школа» (1651); «Школа - игра» (1656); «Мир чувственных вещей в картинках» (1658).

71. КОНСТАНТИНОВ НИКОЛАЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ (1894 - 1958), педагог, историк педагогики, доктор педагогических наук (1942), заведующий кафедрой, профессор МГУ и МГПИ им.

В.П.Потёмкина (1945). Разрабатывал теоретические основы истории педагогики, усовершенствовал методы её исследования. Предложил самостоятельное направление в изучении истории отечественной педагогики и школы народов СССР. Один из основных авторов и редакторов программ по истории педагогики для педагогических вузов и учебника по истории педагогики. *Основные научные труды*: «Школьная политика в колониальных странах» (1948); «Очерки по истории советской школы РСФСР за последние 30 лет» (1948); «Очерки по истории педагогики» (1952); «Система народного образования» (1956).

72. КОНФУЦИЙ (551 – 479 до н.э.), китайский мыслитель, моралист и педагог. Главные принципы в этическом учении – «человечность», «гуманность», «правила», «нормы поведения», - лежащие в основе жизни человека и определяющие отношения между людьми в семье и обществе. Основал первую в Китае частную школу. Придавал большое значение воспитанию и образованию как важному средству нравственного совершенствования человека, указывал, что путь к просвещению народа лежит в обучении. Считал, что люди умственного труда не должны заниматься физическим трудом и поэтому отрицал трудовое воспитание.

73. КОРФ НИКОЛАЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ (1834 - 1883), педагог и методист, земский деятель. Создал тип одноклассной сельской земской школы с 3-годичным сроком обучения. Детально разработал методику ведения занятий одним учителем одновременно в трех отделениях школы. Подчеркивал, что успех народной школы зависит от личности учителя. Разрабатывая принципы народной школы, указывал, что множеству национальных типов населения необходимы соответствующие типы школ, требовал обучения на родном языке

учащихся. Пропагандировал идею повторительных воскресных школ, в задачу которых входило закрепление знаний бывших учеников начальной школы. *Основные научные труды*: «Земский вопрос. О народном образовании» (1867); «Русская начальная школа. Руководство для учителей» (1879); «Руководитель для воскресных повторительных школ» (1882).

74. КОРЧАК ЯНУШ (1878 - 1942), *наст имя – Генрик Гольдшмит,* польский педагог, детский писатель, публицист и общественный деятель. Работал врачом в детской больнице после окончания медицинского факультета Варшавского университета, работал воспитателем в детских летних колониях; директор «Дома сирот» в Варшаве (1911). Разработал собственную концепцию детства и путей формирования ребёнка как личности. Цель воспитания – полное, свободное и гармоничное развитие внутренних сил и способностей каждого конкретного ребёнка, формирование его личности в духе идеалов добра, красоты и свободы, личности, обладающей внутренней самостоятельностью и чувством собственного достоинства. Детство – это не подготовительный этап взрослой жизни, детство – это и есть жизнь. *Основные научные труды*: «Школа жизни» (1908); «Как любить детей» (1914); «Воспитательные моменты» (1919); «Интернат» (1922); «Право ребенка на уважение» (1929); «Шутливая педагогика» (1939)

75. КОФФКА КУРТ (1886 - 1941), немецко-американский психолог, один из основателей гештальтпсихологии. Профессор университета в Германии (1918-1924); профессор колледжа Смита в Нортхемптоне (1927). Изучал проблему психического развития ребенка. Считал, что развитие ребёнка слагается из созревания и обучения, которые участвуют в процессе формирования новых психических структур; считал, что этот процесс определяется прежде всего внутренними свойствами психики, недооценивал роль внешних (в т.ч.

социальных) влияний. Автор большого числа работ по восприятию, памяти, мышлению, навыкам, содержащих ценный для психологии и педагогики экспериментальный материал. *Основные научные труды*: «Основы психического развития» (1934).

76. КРУПСКАЯ НАДЕЖДА КОНСТАНТИНОВНА (1869 - 1939), теоретик и организатор советской педагогики и системы народного образования, доктор педагогических наук (1936). Работала в Смоленской воскресно-вечерней школе для рабочих. С 1901 по 1917 была за границей, изучала зарубежную и отечественную литературу по вопросам теории и истории педагогики. Особо подчёркивала роль школы как центра воспитательной работы с населением по повышению его общей культуры. Определила важнейшие принципы построения пионерской организации: пионеры, проявляя себя в творчестве, общественно полезном труде, в общественной активности, стремятся изменить жизнь к лучшему; атмосфера романтики, игры стимулирует эмоциональную сферу их деятельности. *Основные научные труды*: «Школа и жизнь» (1901); «Русская школа» (1917); «Основные принципы единой трудовой школы» (1918); «РКСМ и бойскаутизм» (1922).

77. КУЛЮТКИН ЮВЕНАЛИЙ НИКОЛАЕВИЧ (р. 1932), педагог и психолог, доктор психологических наук (1973), профессор (1981). В 1954 году окончил Гродненский педагогический институт, работал в средней школе; с 1962 года работал в НИИ образования взрослых в Ленинграде. Труды в области психологии познавательных процессов, по психологическим вопросам повышения квалификации педагогических кадров, общего образования работающей молодёжи и взрослых. *Основные научные труды*: «Развитие творческого мышления взрослых» (1967); «Эвристические методы в структуре решений» (1970);

«Индивидуальные различия в мыслительной деятельности взрослых учащихся» (1971); «Психология обучения взрослых» (1985).

78. КУПИСЕВИЧ ЧЕСЛАВ (р.1924), польский педагог, профессор (1969), член-корр. Польской АН (1976). Окончил Варшавский университет, в 1966 – 1969 – зам.директора Института педагогики в Варшаве; в 1969 – 1972 – проректор Варшавского университета. Разрабатывал теорию и практику проблемного обучения, в связи с чем проводил экспериментальные исследования по предупреждению и ликвидации неуспеваемости школьников в учебных заведениях различных типов и ступеней. В области программированного обучения разработал и внедрил оригинальный способ программирования, названный им «варшавской» или «блочной» системой, который облегчает учащимся выполнение различных интеллектуальных операций и эффективное использование приобретенных знаний при решении определенных проблем. *Основные научные труды*: «Об эффективности проблемного обучения» (1965); «Основы общей дидактики» (1973); «Метод дидактического программирования» (1975).

79. ЛАЙ ВИЛЬГЕЛЬМ АВГУСТ (1862 - 1926), немецкий педагог, теоретик экспериментальной педагогики, доктор философии (1903). С 1892 года преподаватель в учительской семинарии в Карлсруэ. Исходил из биолого-психологической трактовки единства восприятия, умственной переработки воспринятого и выражения сложившихся представлений соответствующим действием. Решающее значение в педагогической практике придавал организации действия, в понятие которого включал любую практическую и творческую деятельность учащихся и их поведение. Именно действие ученика совместно со сверстниками составляет смысл воспитания, решающим образом

способствуя социализации учащихся. Основное значение придавал учебному моделированию, школьному эксперименту, рисованию. *Основные научные труды*: «Экспериментальная дидактика» (1910); «Школа действия» (1920); «Экспериментальная педагогика» (1927).

80. ЛАНГЕ НИКОЛАЙ НИКОЛАЕВИЧ (1858 - 1921), психолог, один из основоположников экспериментальной психологии в России. По окончании Петербургского университета (1922) работал в Лейпциге (Германия). С 1888 – приват-доцент, профессор Новороссийского университета (Одесса), где в 1896 году организовал одну из первых в стране лабораторию экспериментальной психологии. Сформулировал закон перцепции, устанавливающий стадиальный (фазовый) характер процесса восприятия (от обобщенного чувственного образа предмета ко всё более дифференцированному). Разработал моторную теорию внимания, которое рассматривал как двигательную реакцию организма, улучшающую условия восприятия. *Основные научные труды*: «Душа ребенка в первые годы жизни» (1892); «Психологические исследования. Закон перцепции. Теория волевого внимания» (1893); «Психология» (1914).

81. ЛАНКАСТЕР ДЖОЗЕФ (1778 - 1828), английский педагог, один из создателей Белл-Ланкастерской систем взаимного обучения. В 1798 году открыл бесплатную школу, где стал учить младших учеников с помощью старших и более подготовленных. Система Ланкастера, которую он изобрел независимо от Э.Белла, отличалась подробной регламентацией занятий, применением системы поощрений и наказаний, в школу принимались все дети, исповедовавшие любую религию. *Основные научные труды*: «Усовершенствование обучения» (1803); «Британская система обучения» (1810).

82. ЛЕОНТЬЕВ АЛЕКСЕЙ НИКОЛАЕВИЧ (1903 - 1979), психолог, доктор педагогических наук (1940), профессор (1932). Ученик и последователь Л.С.Выготского, в 1924 – 1931 вел научную и преподавательскую работу в Москве, 1931 – 1935 – в Харькове, в 1936 – 1952 – в Институте психологии АПН. Главное научное достижение связано с разработкой общепедагогической теории деятельности. В области детской психологии исследовал различные формы активности ребенка в процессе усвоения, роль в нем предметной деятельности, оптимальные способы организации этой деятельности взрослым в ходе обучения. Сформулировал положение об определяющем влиянии ведущей деятельности ребенка на развитие его психики. *Основные научные труды*: «Развитие памяти» (1931); «Восстановление движения» (1945); «Очерк развития психики» (1947); «Умственное развитие ребенка» (1950); «Потребности, мотивы и эмоции» (1973); «Деятельность. Сознание. Личность» (1977); «Проблемы развития психики» (опубл. в 1981).

83. ЛЕПЕШИНСКИЙ ПАНТЕЛЕЙМОН НИКОЛАЕВИЧ (1868 - 1944), деятель революционного движения, один из организаторов народного образования в СССР, доктор исторических наук (1935). Учился на физ.-мат. фак-те Петербургского университета (1886-1890), преподавал в Оршанском реальном училище (1907 - 1909). Является одним из инициаторов разработки и авторов «Положения о единой трудовой школе РСФСР» (1918). Выдвинул и обосновал «Московский проект» - наиболее радикальный вариант реформы, предусматривающий наряду с общедемократическими положениями (всеобщее бесплатное светское, равное для всех образование) установление непрерывного учебного года с 7-дневной рабочей неделей (в том числе и 2 дня на экскурсии), разработку примерных базовых программ, заменой классов по возрастам группировкой учащихся по

уровню подготовленности. Главным фактором образования и основой деятельности школы считал производительный труд. *Основные научные труды*: «Основные принципы единой трудовой школы» (1918); «Опыт культурной работы в деревне» (1919); «Школьный вопрос в обстановке социалистической революции» (1920).

84. ЛЕРНЕР ИСААК ЯКОВЛЕВИЧ (р. 1917), доктор педагогических наук (1971), профессор (1990), академик РАО (1992). В 1939 году окончил исторический факультет МГУ, преподавал в педагогических вузах Москвы, Мичуринска, Воронежа. Развил теорию проблемного обучения. Раскрыл дидактические основы и разработал систему методов обучения, которая охватывает информационно-рецептивный, инструктивно-репродуктивный, эвристический, исследовательский, проблемного изложения и метод соотнесения каждого акта обучения с потребностями и мотивами учащихся. В 1985 – 1989 году разработал целостную концепцию учебно-воспитательного процесса как системы. Предложил концепцию базового содержания общего образования (1990). *Основные научные труды*: «Содержание и основные методы обучения истории» (1963); «Проблемное обучение» (1974); «Процесс обучения и его закономерности» (1980); «Дидактические основы методов обучения» (1981); «Теоретические основы содержания общего среднего образования» (1983).

85. ЛЕСГАФТ ПЁТР ФРАНЦЕВИЧ (1837 - 1909), педагог, анатом и врач, один из основоположников школьной гигиены и врачебно-педагогического контроля в физическом воспитании, доктор медицины (1865); доктор хирургии (1868), профессор, заведующий кафедрой физиол. (нормальной) анатомии Казанского университета. В основу теоретической педагогики ставил антропологический принцип, целью которого было выяснение для педагога значения личности

ребенка как самой большой ценности. Главный принцип – единство физического и умственного развития человека. Систему направленных упражнений рассматривал как средство не только физического, но и умственного, нравственного и эстетического воспитания. Основой физического развития считал естественные движения, соответствующие особенностям каждой группы мышц. Большое значение придавал подвижным играм как средству формирования характера ребенка. *Основные научные труды*: «Избранные педагогические сочинения» (опубл. в 1952).

86. ЛИХАЧЁВ БОРИС ТИМОФЕЕВИЧ (р. 1929), педагог, доктор педагогических наук, профессор (1970), академик РАО (1993). С 1992 года – заведует лабораторией экологической культуры личности в Институте развития личности. Исследованы проблемы эстетического воспитания, а также закономерности воспитания как саморазвития детской личности и как целенаправленный педагогический процесс системы методов воспитания и психологического воздействия. *Основные научные труды*: «Эстетика воспитания» (1972); «Общие проблемы воспитания школьников» (1979); «Система эстетического воспитания школьников» (1983); «Педагогика» (1991).

87. ЛОКК ДЖОН (1632 - 1704), английский философ, педагог, политический деятель. Окончил Оксфордский университет. Разработал эмпирическую теорию познания, исходным пунктом которой является принципиальный отказ от концепции существования врожденных идей и обоснование опытного происхождения человеческого знания. Душа человека – «белая бумага. Без всяких знаков и идей», заполнить которую надлежит воспитанием. Педагогическая система ориентирована на воспитание «делового человека», «джентельмена». Система сочетает в себе три аспекта – физическое воспитание, нравственное воспитание

(воспитание души), умственное воспитание. *Основные научные труды*: «Опыт о человеческом разуме» (1690); «Некоторые мысли о воспитании» (1693); «Записка о рабочих школах» (1696).

88. ЛОМОНОСОВ МИХАИЛ ВАСИЛЬЕВИЧ (1711 - 1765), первый русский ученый-естествоиспытатель, поэт, филолог, художник, историк, просветитель. Учился в Славяно-греко-латинской академии (1730). По инициативе Ломоносова и его проекту был открыт Московский университет (1755). Основой обучения считал родной язык. Добивался переводов на русский язык множества учебных пособий. *Основные научные труды*: «Элементы математической химии» (1741); «Краткое руководство к риторике» (1743); «Российская грамматика» (1755); «Полное собрание сочинений в 10 тт.».

89. ЛОРКИПАНИДЗЕ ДАВИД (р. 1905), грузинский педагог, доктор пед. наук (1947), профессор (1963). Окончил философский факультет Тбилисского университета (1927), с 1963 года – заведующий кафедрой педагогики Тбилисского университета. Занимался исследованиями в области истории педагогики. Автор монографических работ о Коменском Я.А., Ушинском К.Д. Подготовил к изданию на грузинском языке сочинения Коменского. Автор вузовского курса «Дидактика» на русском и грузинском языках. *Основные научные труды*: «Дидактика Яна Амоса Коменского» (1949); «Принципы организации и методы обучения» (1957); «Педагогика на службе школы» (1978); «Дидактика» (1985).

90. ЛУНАЧАРСКИЙ АНАТОЛИЙ ВАСИЛЬЕВИЧ (1875 - 1933), государственный деятель, писатель, критик, искусствовед, академик АН СССР (1930). По окончании Киевской гимназии, обучался в Цюрихском университете (Швейцария), где изучал философию и

естествознание. Образование рассматривал как процесс формирования «человеческого образа» личности, представляющий собой единство обучения и воспитания; духовность для него – основа социального бытия. Задача школы – приучать человека работать, мыслить, сознавая себя активным продолжателем общего дела. Внешкольным воспитанием является весь жизненный опыт человека. Школа, всемерно способствуя развитию талантов каждой личности, должна также научить ребенка с раннего возраста уважать своеобразие другого человека, жить в дружном согласии с окружающими, чувствовать и мыслить социально. *Основные научные труды*: «О народном образовании» (опубл. в 1958); «О воспитании и образовании» (опубл. в 1976).

91. ЛЫСЕНКОВА СОФЬЯ НИКОЛАЕВНА (р. 1924), педагог-новатор, народный учитель СССР (1990). С 1946 года работал учителем начальных классов. Подтвердила многолетними положительными результатами методику перспективного обучения учащихся начальных классов с использованием опорных схем при комментированном управлении учебным процессом. Педагогический приём «комментированное управление» заключается в том, что деятельностью класса на уроке руководит не только учитель, но и ученики, которые при выполнении заданий мыслят вслух и тем самым ведут за собой остальных, задавая уроку общий темп. Главное место отводится творческой самостоятельности учащихся, логике, доказательности рассуждений, а также языку, терминологии предмета. Постепенно, к 4-му классу «комментированное управление» переходит в «доказательное комментирование». *Основные научные труды*: «когда легко учиться» (1985).

92. МАГНИЦКИЙ ЛЕОНТИЙ ФИЛИППОВИЧ (1669 - 1739), математик, педагог. Учился в Славяно-греко-латинской академии

в Москве; с 1701 года до конца жизни преподавал математику в Школе математических и навигационных наук. Его учебник по арифметике являлся основным учебником математики до середины 18 века. В книге строго и последовательно проводится одна форма изложения: каждое новое правило начинается с простого примера, затем даётся его общая формулировка, и, наконец, оно закрепляется большим количеством задач. М.В.Ломоносов называл эту книгу «вратами учёности». *Основные научные труды*: «Арифметика» (1703).

93. МАКАРЕНКО АНТОН СЕМЁНОВИЧ (1888 - 1939), педагог, писатель. По окончании Кременчугского училища и педагогических курсов при нём (1905) учительствовал на Украине. В 1917 году окончил Полтавский учительский институт; с 1920 года руководил трудовой колонией им. М.Горького для несовершеннолетних правонарушителей; с 1927 совмещал работу в колонии с организацией детской трудовой коммуны им. Ф.Э.Дзержинского. В 1937 работал заместителем начальника отдела трудовых колоний НКВД УССР. Разработал теорию воспитательного коллектива как формы педагогического процесса, в котором формируются присущие объединению людей нормы, стиль жизни и отношения. Также разработал методику организации трудового и эстетического воспитания, формирования сознательной дисциплины, создания воспитывающих традиций в коллективе. *Основные научные труды*: «Педагогическая поэма» (1933 - 1935); «Книга для родителей» (1937); «Флаги на башнях» (1938).

94. МАСЛОУ АБРАХАМ ГАРОЛЬД (1908 - 1970), американский психолог, ведущий представитель гуманистической психологии. В 1951 – 1969 гг. – профессор университета Брандайс (штат Массачусетс); с 1967 – президент Американской психологической

ассоциации. Разработал стратегию целостного анализа высших сущностных проявлений человека – любви, творчества, «высших ценностей». Мотивационную сферу личности образует ряд иерархически соподчиненных групп потребностей: физиологические потребности, потребность в безопасности, любви, уважении. Высшее место в этой иерархии занимает потребность в самоактуализации: человек стремиться максимально реализовать весь свой потенциал способностей, чтобы «быть тем, кем он может стать». Введение понятия самоактуализации призвано перенести центр анализа в психологии личности на рассмотрение психически здоровой и полноценно себя реализующей творческой личности, подчеркнуть активный и продуктивный характер её развития. *Основные научные труды*: «Самоактуализация» (русск. перевод 1982).

95. МАТЮШКИН АЛЕКСЕЙ МИХАЙЛОВИЧ (р. 1927), психолог, доктор психологических наук (1974); академик РАО (1993). Изучал условия осуществления человеком анализа и обобщения, роль отношений при решении системы мыслительных задач. Теоретически и экспериментально разрабатывал психологическую основу проблемности в обучении как фактора порождения познавательной мотивации, исследовательской активности. Сформулировал принципы психологической классификации и оптимальной последовательности проблемных ситуаций в процессе обучения, соотношения проблемных форм обучения; положения о диалоге и межличностных отношениях как факторах творческого развития личности. Также разрабатывал проблемы одаренности детей, развития профессионального мышления студентов. *Основные научные труды*: «Проблемные ситуации в мышлении и обучении» (1972); «Актуальные проблемы психологии в высшей школе» (1977); «Развитие творческой активности школьников» (1991).

96. МАХМУТОВ МИРЗА ИСМАИЛОВИЧ (р. 1926), педагог, доктор педагогических наук (1973); профессор (1978); академик РАО (1993). В 1955 году окончил Военный институт иностранных языков; преподавал в Казанском университете (1956 - 1958); с 1958 по 1976 гг. – министр просвещения Татарской АССР. С 1992 г. – ректор татарско-американского колледжа в Казани. Исследовал вопросы проблемного обучения, его роль в развитии творческих способностей учащихся. Разрабатывал вопросы теории обучения и образования. *Основные научные труды*: «Проблемное обучение» (1975); «Современный урок: вопросы теории» (1981); «Толковы словарь русского языка для учащихся национальных школ» (1981); «Современный урок» (1985).

97. МЕДЫНСКИЙ ЕВГЕНИЙ НИКОЛАЕВИЧ (1885 - 1957), педагог, доктор педагогических наук (1935); профессор (1926). Окончил юридический факультет Петербургского университета (1914). В 1912 – 1915 гг. в Санкт-Петербургской педагогической академии прочитал впервые в России курс лекций по внешкольному образованию. Основное внимание в своей педагогической деятельности уделял проблеме внешкольного образования. Разработал систему работы земских учреждений по просвещению, школьному и внешкольному образованию (народные дома, библиотеки, выставки, лекционная деятельность, организация курсов). Автор первого советского учебника по истории педагогики «История педагогики в связи с экономическим развитием общества» (т. 1-3, 1925 - 1929). *Основные научные труды*: «Внешкольное образование. Его значение, организация и техника» (1918); «Методы внешкольного образования в РСФСР» (1923); «Всеобщая история педагогики», «История русской педагогики до Великой Октябрьской социалистической революции» (1938); «История

педагогики» (в соавторстве с Н.А. Константиновым и М.Ф. Шабаевой, 1956).

98. МОНОСЗОН ЭЛЕ ИСАЕВИЧ (1908 - 1987), доктор педагогических наук (1968); профессор (1970). Окончил Вятский педагогический институт (1929). Работал ученым секретарем Отделения дидактики и частных методик (1967); отделения теории и истории педагогики (1968 - 1971). Направления деятельности: по теории воспитания, проблемам формирования мировоззрения школьников, содержания образования в современной школе. *Основные научные труды*: «Содержание образования в современной школе» (1944); «Формирование мировоззрения школьников» (1978); «Становление и развитие советской педагогики. 1917 – 1987 гг.» (1987).

99. МОНТЕНЬ МИШЕЛЬ (1533 - 1592), французский философ эпохи Возрождения. Окончил коллеж в Бордо, изучал право. Выступал против того, чтобы загружать память учащихся механически заученными сведениями. Процесс обучения должен носить творческий характер. Учащийся должен сам выносить суждение об истинности полученных знаний на основе опытных данных, доставляемых чувствами и ощущениями. Целью воспитания провозглашал гармоничное совершенствование человеческой личности, полное выявление заложенных в человеке способностей. В правильно организованном воспитании и образовании – путь усовершенствования человеческой природы, формирования здоровых и честных людей. *Основные научные труды*: «Опыты» (1580).

100. МОНТЕССОРИ МАРИЯ (1870 - 1952), итальянский педагог, врач. В 1894 году окончила Римский университет. Первая женщина в Италии – доктор медицинских наук (1896); профессор в Высшей женской школе (1896 - 1906); читала курс педагогической антропологии в Римском университете (1900 - 1907). Практическую деятельность начала в детской психиатрической клинике (1895 – 1898), разработала метод развития органов чувств у умственно отсталых детей. Успех метода позволил применить его к нормальным детям дошкольного возраста. Система основана на идеях свободного воспитания, поддерживала идею о недопустимости насилия над ребенком, требовала уважения к личности воспитанников. Утверждала, что существует особый мир детства и что развитие ребенка подчиняется особым законам; пришла к отрицанию активной воспитывающей роли педагога: взрослые, навязывая детям собственные установки, тормозят их естественное развитие. *Основные научные труды*: «руководство к моему методу» (1916); «метод научной педагогики, применяемый к

детскому воспитанию» (1920); «Самовоспитание и самообучение в начальной школе» (1922).

101. МОР ТОМАС (1477 - 1535), английский гуманист, писатель, государственный деятель. Учился в Оксфордском университете, юридической школе Лондона; член королевского совета (с 1517), лорд-канцлер (1529 - 1532). Критический ум, большой опыт юриста и сострадание к бедам народа в период первоначального накопления капитала убедили в кризисе существовавшей общественной системы. Пришел к выводу, что основное зло – частная собственность и погоня за наживой. Представления о наилучшем строе изложил в своем главном труде «Утопия» - о вымышленном государстве; радость жизни – в духовной свободе. Все дети получают одинаковое начальное образование и приобщаются к труду. *Основные научные труды*: «Утопия» (1516).

102. МЯСИЩЕВ ВЛАДИМИР НИКОЛАЕВИЧ (1893 - 1073), психолог, заслуженный деятель науки РСФСР (1964); член-корр. АПН СССР (1968). Окончил медицинский факультет Психоневрологического института в Петрограде (1919). В 1944 – 1973 работал в ЛГУ, заведовал кафедрой психологии (1953 - 1960). Специалист по общей и медицинской психологии, разрабатывал теорию неврозов и на ее основе вопросы психотерапии. В исследованиях по проблемам личности определяющее значение имеет концепция отношений и активной связи личности с людьми и предметами действительности. *Основные научные труды*: «Психические особенности человека» (1957); «Личность и неврозы» (1960); «Основные проблемы и современное состояние психологии отношений человека» (1960).

103. НАТОРП ПАУЛЬ(1854 - 1924), немецкий философ, теоретик социального воспитания; доктор философии (1881); профессор (1885). После завершения университетского образования (1876), был домашним учителем, преподавателем гимназии в Страсбурге. Показал, что воспитание определяется всеобщим, творческим по характеру, познавательным отношением. Воспитание рассматривал как пробуждение духовной самостоятельности воспитанника во взаимопересечении волевых устремлений его и воспитателя. Также исследовал проблему научного статуса и содержания педагогики; стал крупнейшим теоретиком социальной педагогики. *Основные научные труды*: «социальная педагогика» (1911); «Культура народа и культура личности» (1912).

104. ОКОНЬ ВИНЦЕНТ (р. 1914), польский педагог и психолог; доктор философии (1948); профессор (1956). Окончил Лодзинский университет (1946). Работал деканом педагогического отделения и заведующим кафедрой дидактики Варшавского университета. Исследовал фундаментальные закономерности процесса обучения как «союза преподавания и учения»; разрабатывал теорию проблемного обучения. *Основные научные труды*: «Процесс обучения» (1954); «Основы проблемного обучения» (1964); «Педагогический словарь» (1975); «Введение в общую дидактику» (1987).

105. ОУЭН РОБЕРТ (1771 - 1858), английский социалист-утопист. В 1800 году стал совладельцем прядильной фабрики в Шотландии, где провел реформы, облегчившие условия труда и жизни рабочих. В 1815 году выступил с проектом закона, который ограничивал рабочий день для детей и устанавливал обязательное школьное обучение. В 1816 году открыл воспитательно-образовательный комплекс «институт формирования характера», куда входили: ясли, сад, дневная и вечерняя школа для подростков, лекции и консультации для

взрослых. Пришел к выводу, что педагогические методы принесут мало пользы. Если человеку не будут созданы условия жизни, препятствующие зарождению дурных чувств и побуждений. *Основные научные труды*: «Новый взгляд на общество, или Опыты формирования характера» (1813).

106. ПАВЛОВ ИВАН ПЕТРОВИЧ (1849 - 1936), физиолог, создатель учения о высшей нервной деятельности, академик Петербургской АН (1907), академик АН СССР, лауреат Нобелевской премии (1904). В 1870 году поступил на юридический факультет, вскоре перешел на естественное отделение физико-математического факультета Петербургского университета, по окончании которого (1875) поступил в Медико-хирургическую академию. Работал в Германии (1884 - 1886); С 1896 по 1924 г. – заведующий кафедрой физиологии Военно-медицинской академии в Петербурге. С 1925 года – директор института физиологии АН СССР. Учение о высшей нервной деятельности развивало идеи И.М.Сеченова. Основное понятие этого учения – условный рефлекс – определял как элементарное явление жизнедеятельности, интегрирующее как физиологическое, так и психическое. Это позволило объяснить приобретение организмом новых форм поведения. Открытие условных рефлексов как механизма построения новых форм поведения оказало значительное влияние на мировую психологическую мысль, в частности, в США учение Павлова стало одним из источников бихевиоризма. *Основные научные труды*: «Полное собрание сочинений», т. 1-6, (1951).

107. ПАРКХЕРСТ ЕЛЕНА (1887 - 1973), американский педагог, создательница Дальтон-плана; последовательница М.Монтессори. В 1911 – 1915 гг. преподавала в учительских колледжах шт.Вашингтон. В 1917 – 1918 – возглавляла отделение подготовки учителей в Колледже

Монтессори (Нью-Йорк). В 1910 году разработала Лабораторный план учебно-воспитательной работы в школе, который был применен в школе г. Долтон и переименован в Дальтон-план. План основывался на принципе индивидуального обучения, на убеждении, что наиболее эффективно дети учатся и развиваются в ситуации раскованности и свободы выбора. Учащийся не связывался общей классной работой, ему предоставлялась свобода в выборе занятий и в использовании учебного времени. *Основные научные труды*: «Обучение по Дальтон-плану» (1922).

108. ПЕСТАЛОЦЦИ ИОГАНН ГЕНРИХ (1746 - 1827), швейцарский педагог, один из основоположников начального обучения. Окончил два курса коллегиума Каролинум. Возглавлял «Учреждение для бедных в Нойхофе» (1774 - 1780); приют для сирот в Станце (1798 - 1799); институты в Бургдорфе (1800 - 1804) и Ивердоне (1805 - 1825). Считал, что воспитание должно дать детям из народа хорошую трудовую подготовку и одновременно развить их физические и духовные силы. В содержание начального образования включил такие предметы, как географию и природоведение, рисование, пение, гимнастику. *Основные научные труды*: «Лингард и Гертруда» (1781 - 1787); «Как Гертруда учит своих детей» (1801); «Письмо к другу о пребывании в Станце» (1799); «Лебединая песня» (1826).

109. ПЕТЕРСЕН ПЕТЕР (1884 - 1952), немецкий педагог. Преподавал философию и педагогику в Гамбургском университете (1920); профессор кафедры педагогики Йенского университета (1923). Проводил эксперименты по апробации новых форм обучения и воспитания в рамках дифференцированного подхода к способностям и склонностям детей. Полученные результаты и их теоретическое обоснование привели к созданию концепции, названной Йена-планом. Также им разработана особая методика изучения педагогического

факта, его регистрации и анализа. *Основные научные труды*: «Школьная реформа и облразование» (1925); «Йена-план» (1927).

110. ПИАЖЕ ЖАН (1896 - 1980), швейцарский психолог. Окончил Невшательский университет (1915); доктор естеств. наук (1918); профессор Института Ж.Ж.Руссо в Женеве (1921); первый президент Швейцарского психологического общества (1942); основатель Женевской школы генетической психологии (1957). Основная задача всех исследований – изучение механизмов познавательной деятельности ребенка, которые скрыты за внешней картиной его поведения. Основной единицей мышления является операция (поэтому учение Пиаже было названо операциональной концепцией интеллекта). Также крупным открытием в области детской психологии было описание периодов и стадий развития интеллекта. *Основные научные труды*: «речь и мышление ребенка» (1932); «проблемы генетической психологии» (1956); «Генезис элементарных логических структур» (1963); «Экспериментальная психология» (1966 - 1078).

111. ПИРОГОВ НИКОЛАЙ ИВАНОВИЧ (1810 - 1881), анатом, хирург, педагог, общественный деятель. В 1828 году окончил медицинский факультет Московского университета; с 1841 года профессор Медико-хирургической академии в Петербурге. Считал, что формирование личности необходимо осуществлять на основе принципов гуманизма и демократизма на всех ступенях и во всех формах воспитания и обучения. Содержание образования и организация учебной работы должны обеспечить развитие умственных способностей, приобретение широких знаний, планомерную подготовку ума к самостоятельной деятельности. *Основные научные труды*:

«Вопросы жизни» (1856); «Избранные педагогические сочинения» (1880).

112. ПИСКУНОВ АЛЕКСЕЙ ИВАНОВИЧ (р. 1921), педагог. Окончил Ставропольский педагогический институт (1942); доктор педагогических наук (1965); профессор (1968). Работал в Институте теории и истории педагогики АПН РСФСР (с 1955); заведующий кафедрой педагогики МГПИ (1980 - 1992). Разрабатывал вопросы истории педагогики; под его руководством проводилось изучение истории экспериментальных учебно-воспитательных учреждений в СССР и за рубежом. Разрабатывал проблемы подготовки учителей, подчеркивая приоритетную роль психологической подготовки в содержании педагогического образования и общекультурного развития в совершенствовании профессионального мастерства педагога. Считал необходимым изучение в педагогических вузах истории педагогики как основы формирования профессионального мышления и мировоззрения будущих педагогов. *Основные научные труды*: «Советская историко-педагогическая литература (1917 - 1957)» (1960); «Хрестоматия по истории зарубежной педагогики» (1971); «Очерки истории школы и педагогической мысли народов СССР» (1976); «Методы педагогических исследований» (1979); «Теория и практика педагогического эксперимента» (1979); «Методология педагогических исследований» (1980).

113. ПЛАТОН (427 – 347 до н. э.), древне-греческий философ, ученик Сократа. В 387 г. основал философскую школу – Академию. Понимал под воспитанием «то, что с детства ведет к добродетели, заставляя человека страстно желать и стремиться стать совершенным гражданином, умеющим справедливо подчиняться и властвовать».

Основные научные труды: «Государство» (390 - 363); «Законы» (363 - 367).

114. ПУНИ АВКСЕНТИЙ ЦЕЗАРЕВИЧ (1898 - 1985), психолог, основоположник отечественной психологии спорта. Доктор педагогических наук (1952); профессор (1953). После окончания Ленинградского института физической культуры им. П.Ф.Лесгафта (1932) работал там же. В 1946/1947 учебном году ввел лекционный курс «Психология физического воспитания и спорта», ставший впоследствии обязательным предметом в подготовке спортивных педагогов, тренеров, преподавателей физкультуры. Впервые в отечественной науке представил психологическую характеристику спортивной деятельности. На основе экспериментальных исследований разработал теорию навыка, его природы, особенностей и закономерностей формирования. Также изучал вопросы психологической готовности к соревнованиям. *Основные научные труды*: «Роль представлений в формировании двигательных навыков» (1957); «Очерки психологии спорта» (1959); «Волевая подготовка юных спортсменов» (1961); «Психология физического воспитания и спорта» (1973); «Психология» (1984).

115. РАДИЩЕВ АЛЕКСАНДР НИКОЛАЕВИЧ (1749 - 1802), просветитель, писатель, философ. Учился в Пажеском корпусе (1762 - 1766), затем для изучения юридических наук был отправлен в Лейпцигский университет. Был на государственной службе (1771 - 1790). Утверждал, что природные способности людей различны и во многом зависят от воздействия внешней среды (природной и социальной) на протяжении жизни нескольких поколений. В развитии способностей. В первую очередь активного мышления, решающую роль отводил физическому, умственному и нравственному воспитанию. *Основные научные труды*: «Путешествие из Петербурга в Москву»

(1790); «О человеке, его смертности и бессмертии» (1792 - 1796); «Беседа о том, что есть сын отечества»; «Рассуждение о труде и праздности» (1789).

116. РОДЖЕРС КАРЛ (1902 - 1987), американский психолог, один из лидеров «гуманистической психологии». В 1940 – 1963 гг. – профессор университетов Огайо, Чикаго. С 1964 – директор Центра по изучению личности в Калифорнии. Центральной является категория самооценки: в результате взаимодействия ребенка со взрослыми и другими детьми у него создается представление о себе. Придает кардинальное значение ситуациям межличностного общения. Самоактуализация личности хотя и «запрограммирована» изнутри, но нуждается в оптимальных внешних условиях. Только создание благоприятной межличностной атмосферы устраняет преграды на пути подлинно продуктивного учения, здорового развития личности. *Основные научные труды*: «Теория личности» (1939).

117. РУБИНШТЕЙН МОИСЕЙ МАТВЕЕВИЧ (1878 - 1953), психолог и педагог. Окончил в 1905 году философское отделение Фрайбургского университета в Германии. Преподавал психологию и философию в университете Шанявского (с 1908 г.). Профессор московского университета с 1912 г. Изучал проблемы развития личности. Понятие личности неразрывно связывал с понятием культуры. Основной педагогической задачей считал «воспитать творца культуры». Исследовал вопрос о влиянии военных событий на представления детей и пришел к выводу, что дети очень рано включаются в окружающую социальную жизнь. Будучи сторонником идей гражданского воспитания, считал главной целью развитие личности человека, самобытной индивидуальности, которая реализует себя в творчестве (культурно-антропологическое направление). *Основные научные труды*: «Идея личности как основа мировоззрения»

(1909); «Эстетическое воспитание детей» (1924); «Социально-правовые представления и самоуправление у детей» (1925).

118. РУБИНШТЕЙН СЕРГЕЙ ЛЕОНИДОВИЧ (1889 - 1960), психолог и философ, доктор педагогических наук, профессор (1937). Высшее образование получил в Германии в университетах Фрайбурга, Берлина (1909 - 1913). С 1915 г. преподавал в частных гимназиях Одессы. С 1919 г. – доцент Новороссийского университета. В 1942 году создал и возглавил кафедру психологии МГУ, в 1945 – сектор психологии в Институте философии Академии Наук. Является создателем оригинальной философско-психологической концепции человека, его деятельности и психики; основоположник деятельностного подхода в психолого-педагогической науке. Разработал систему психологии на основе принципа единства сознания и деятельности. Субъектом этого единства является личность; в её деятельности выделены основные компоненты в их взаимосвязях: мотивы, цели, действия, операции и т.д. Действие – это «единица» деятельности. Практическое действие – первичная форма мышления. *Основные научные труды*: «Основы психологии» (1935); «Психология и педагогика» (1941); «Основы общей психологии» (1946); «О мышлении и путях его исследования» (1958); «Проблемы общей психологии» (опубл. в 1976).

119. РУМЕР МАРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА (1888 - 1981), деятель в области музыкального воспитания и образования детей, кандидат искусствоведения (1935). Окончила Музыкальную школу им. Гнесиных, в 1913 г. – курс в Школе музыки и ритмики в Германии. В 1919 – 1921 – заведовала секцией внешкольного образования; с 1924 года преподавала ритмику и методику ритмики в Московской консерватории. Одним из главных направлений в работе стало

ритмичное воспитание детей. Музыкально-ритмичное движение рассматривалось как важнейшее средство развития эмоционально-творческой сферы учащихся и как путь к постижению учениками художественно-образного содержания произведения, его формы, средств выразительности. *Основные научные труды*: «Музыкальная грамота на основе пения» (1926); «Книга по пению для первого класса» (1960).

120. РУССО ЖАН ЖАК (1712 - 1778), французский философ-просветитель, писатель, странствовал по Швейцарии и Франции. В нач. 1740-х гг. поселился в Париже, однако в 1762 году пришлось покинуть Францию, преследуемый за вольнодумство, много лет прожил изгнанником в Англии. Считал, что воспитание является опорой любой формы правления и потому носит общественный характер. Качества совершенного человека складываются под воздействием трех сил: природы, наделяющей индивида определенными способностями и устанавливающей законы их развития; окружающего мира, влияющего на сознание через ощущения и опыт; людей, помогающих либо препятствующих раскрытию природных задатков ребенка. Особую роль в естественном воспитании играют два свойства человеческой натуры: способность воспринимать мир через ощущения и любовь к себе. *Основные научные труды*: «Рассуждение о науках и искусствах» (1750); «Эмиль, или о воспитании» (1762); «Рассуждение о происхождении и основаниях неравенства между людьми» (1777).

121. СЕН-СИМОН КЛОД АНРИ (1760 - 1826), французский мыслитель, социолог; будучи офицером французской армии, участвовал в войне за независимость США. Считал, что процветание страны зависит не только от материального благополучия, но и от просвещенности народа. Также говорил о необходимости учета

педагогами законов формирования личности, в том числе и «критических периодов» в семь лет (когда наступает кризис «прорезывания зубов» и стремительно развивается память и чувства), в четырнадцать лет (освобождение от родительской зависимости, образование социальных связей по собственному выбору)и в двадцать один год (завершается физическое и нравственное развитие человека). *Основные научные труды* ы: «Обществу начального образования» (1816); «Избр.сочинения» (опубл. в 1948).

122. СЕЧЕНОВ ИВАН МИХАЙЛОВИЧ (1829 - 1905), естествоиспытатель, основоположник отечественной физиологической школы и естественно-научного направления в психологии; почетный академик Петербургской Академии Наук (1904). Окончил Главное инженерное училище в Петербурге (1848) и медицинский факультет Московского университета (1856). В 1860 году возглавил кафедру физиологии в Медико-хирургической академии в Петербурге. В 1871–1876 гг. – заведовал кафедрой физиологии в Новороссийском университете (Одесса). С 1891 года – профессор физиологии МГУ. Разработал новаторское учение о поведении живых существ, механизмах сознания и воли человека, в котором доказано, что все акты сознательной и бессознательной жизни рефлекторны по способу совершения. Экспериментальное изучение головного мозга привело к открытию центрального торможения (в дальнейшем получившего название «сеченовское»), то есть «задерживающего» влияния одного из отделов мозга на реакции организма. *Основные научные труды*: «Рефлексы головного мозга» (1863); «Кому и как разрабатывать психологию?» (1873); «Элементы мысли» (1878).

123. СИМЕОН ПОЛОЦКИЙ (1629 - 1680), до монашества – Самуил Гаврилович Петровский-Ситнянович; церковный и

общественный деятель, педагог, писатель. Учился в Киево-Могилянской академии, затем в Виленской иезуитской академии (1650). В 1656 году принял монашество в Полоцком Богоявленском монастыре и стал преподавателем местной братской школы. В 1664 году жил и работал в Москве; с 1667 года – был учителем царевича Алексея, а после его смерти – царевича Федора и царевны Софьи. В 1678 году открыл в Кремле независимую от патриаршей цензуры Верхнюю типографию. Считал, что о человеке надо судить по его способностям и делам, а не по родословной и титулам. Поддерживал прогрессивные для своего времени принципы и методы обучения: наглядность, доступность, увлекательность. *Основные научные труды*: «Букварь языка словенска» (1679).

124. СКАТКИН МИХАИЛ НИКОЛАЕВИЧ (1900 - 1991), педагог. С 1919 – учитель начальной школы. В 1920-1930-е гг. работал на Опытной станции по народному образованию Наркомпроса РСФСР под руководством С.Т.Шацкого. С 1930 – вёл научно-исследовательскую работу в Институте научной педагогики. Занимался методологией педагогической науки, в том числе вопросами совершенствования процесса обучения, содержания образования. Одним из первых начал разработку теории конструирования учебных программ; разработал принцип научности обучения. *Основные научные труды*: «Научные основы методики преподавания естествознания в начальной школе» (1946); «Вопросы теории построения учебных программ в советской школе» (1949); «Совершенствование процесса обучения» (1971); «Дидактика современной школы» (1982); «Методология и методика педагогических исследований» (1986).

125. СКИННЕР БЕРРЕС ФРЕДЕРИК (1904 - 1990), американский психолог, представитель бихевиоризма, основоположник теории программированного обучения. Профессор (с 1939 г.) в

университетах Миннесоты, Индианы и Гарварда; член Национальной Академии Наук США. Выдвинул концепцию оперантного поведения, которое считал принципиально отличным от условно-рефлекторного. Процесс приспособления к среде (исследовал сначала поведение животных) строится на основе активных проб – воздействий на окружающий мир; некоторые из них случайно могут оказаться удачными и поэтому закрепляются – оперантные реакции. Главным средством формирования поведения выступает подкрепление. На этой основе разработана система программированного обучения, направленного на получение и закрепление требуемых реакций. *Основные научные труды*: «Поведение организмов» (1938); «Оперантное поведение» (1957).

126. СКОРИНА ФРАНЦИСК (ок.1486 - 1541), первопечатник, ученый – просветитель. В 1504 году учился в Ягеллонском университете (Краков). В Падуанском университете успешно выдержал экзамен на степень доктора медицины (1512). Перевел Библию на славянский язык. В 1517 – 1519 гг. в Праге в организованной им типографии кирилловской печати выпустил 20 изданий, содержащих 23 книги Ветхого Завета. Первым из них была Псалтырь, вышедшая 6 авг.1517 г. В 1522 году организовал первую типографию в Великом Княжестве Литовском (в Вильне), где примерно за три года выпустил 22 издания. Названы в общем послесловии «Малая подорожная книжица» (1522); «Апостол» (1525).Книги были хорошо иллюстрированы и орнаментированы; главные мысли и выражения выделены красной краской. В предисловиях к книгам высказывал мысли о возможности использования в педагогических целях любой книги; считал важным эстетическое воспитание молодежи.

127. СМОТРИЦКИЙ МЕЛЕТИЙ (ок.1577 - 1633), церковный деятель, автор грамматики церковно-славянского языка. Учился в

Острожской школе, в Виленской иезуитской академии (1604). Один из основателей Минского православного братства (1607). Преподавал на латыни свободные искусства в Виленской братской школе (1608-1614). В 1617/1618 учебном году избран ректором Киевской братской школы (впоследствии Киево-Могилянской академия). С 1620 – настоятель Виленского Свято-Духовского монастыря. *Основные научные труды*: «Грамматика славянска» (изд. в 1619); «Букварь языка славенска» (1618).

128. СОКРАТ (ок.470 до н.э. – 399 до н.э.), древне-греческий философ, в центре его философии – учение о нравственности. Рассматривал человека как нравственное существо, носителя доброго начала от природы; девиз: «познай самого себя». Главную цель педагогической деятельности видел в освобождении человека от всех дурных внешних влияний и в создании гармоничного единства его жизненных потребностей и способностей. Для осуществления основной цели воспитания – личного морального совершенствования – рекомендовал изучать этику. Смысл деятельности Сократа состоял в том, чтобы с помощью определённым образом подобранных вопросов помочь собеседнику найти истинный ответ и тем самым привести его от неопределенных представлений к логически ясному знанию обсуждаемых предметов (так называемая «сократическая беседа»). Учениками являлись Платон и Ксенофонт.

129. СОРОКА-РОСИНСКИЙ ВИКТОР НИКОЛАЕВИЧ (1882 - 1960), педагог. По окончании историко-филологического факультета Петербургского университета (1906) работал в Военно-медицинской академии, где изучал проблемы психологии под руководством В.М.Бехтерева. Одновременно преподавал историю и литературу в средних учебных заведениях Петрограда. В 1920 – 1925 гг.

возглавлял «Петроградский отдел народно-индивидуального воспитания имени Ф.М.Достоевского для трудновоспитуемых» (известен под названием «Школа-коммуна им.Достоевского», ШКИД). Директор школы для трудных подростков (1925 – 1928 гг.); с 1942 года в эвакуации, преподавал в Горно-Алтайском педагогическом училище, Пржевальском педагогическом институте. Теоретически обосновал и апробировал на практике оригинальную систему воспитания трудных подростков – сирот на основе развития их творческих способностей. *Основные научные труды*: «Психология и самовоспитание» (1907); «Педагогические сочинения» (опубл. в 1991).

130. СПЕНСЕР ГЕРБЕРТ (1820 - 1903), английский философ, социолог и психолог. В своих философских воззрениях исходил из деления мира на познаваемое и непознаваемое. Основным законом социального развития считал закон выживания наиболее приспособленных обществ, а из своей концепции эволюции выводил наибольшую приспособленность «дифференцированного» (разделенного на классы) общества. В образовании считал важным, чтобы содержание и методика обучения соответствовали этапам умственного развития ребенка, чтобы обучение шло от простого к сложному, от конкретного к абстрактному, от практики к теории. *Основные научные труды*: «Собрание сочинений» (1869); «Основания психологии», «Основания этики» (1896).

131. СПИНОЗА БЕНЕДИКТ (1632 - 1677), нидерландский философ. Считал, что мир является закономерной системой, которая до конца может быть познана геометрическим методом. Человек – целостное природное существо, у которого душа и тело как атрибуты единой субстанции нераздельны и определяются одними и теми же материальными причинами. Философскую систему завершает этическая

концепция, в центре которой – понятие «свободного человека», руководствующегося в своей деятельности только разумом. *Основные научные труды*: «Избр. сочинения» (русск.пер., 1957).

132. СТОЛЕТОВ ВСЕВОЛОД НИКОЛАЕВИЧ (1906 – 1989), государственный деятель, организатор образования и педагогической науки, доктор биологических наук (1958), академик (с 1968). Окончил Московскую с/х академию. С 1950 – зам.министра сельского хозяйства СССР, с 1951 – министр высшего образования СССР. В 1959 – 1972 – министр высшего и среднего специального образования РСФСР. Разрабатывал проблемы преподавания биологии в массовой школе. *Основные научные труды*: «Естественно-научное образование в школе» (1957); «Воспитание молодого поколения в труде» (1975); «Становление личности» (1987).

133. СТОЮНИН ВЛАДИМИР ЯКОВЛЕВИЧ (1826 - 1888), педагог, деятель народного образования. По окончании историко-филологического факультета Петербургского университета (1850) и представлении диссертации утвержден кандидатом по разряду восточной словесности. Был в числе учредителей Петербургского педагогического общества. После открытия частной женской гимназии (1881) работал в ней инспектором и учителем русского языка и литературы и истории. Развивал идеи воспитания человека – гражданина, всеобщего образования, демократизации школы. Резко критиковал сословную систему воспитания; предложил свой проект бессословной гимназии с общеобразовательным курсом обучения, дающим возможность продолжения образования в высших специальных школах и университете. *Основные научные труды*: «Мысли о наших гимназиях» (1860); «Педагогические сочинения» (опубл. в 1911).

134. СУХОМЛИНСКИЙ ВАСИЛИЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ (1918 - 1970), педагог. Окончил Полтавский педагогический институт (1938), кандидат педагогических наук (1955), заслуженный учитель школы УССР (1958). С 1948 года работал директором Павлышской средней школы. Является создателем оригинальной педагогической системы, основывающуюся на антропологическом подходе, гармонизации гуманистически ориентированных форм, средств и методов педагогической деятельности, признании личности ребенка высшей ценностью процессов воспитания и образования. Трактовал воспитание как процесс реализации неотъемлемо присущих ребенку врожденных свойств, спонтанных реакций и импульсов. Вместе с тем большое значение придавал и специально организованному воспитывающему социуму. Разрабатывал пути соединения физического и умственного труда школьников на основе поисковой деятельности. Также в структуру педагогической науки включал категории этики – долг, честь, достоинство, добро, свободу. *Основные научные труды*: «Сердце отдаю детям», «Рождение гражданина», «Сто советов учителю», «Разговор с молодым директором школы», «Мудрая власть коллектива» (1969).

135. ТАГОР РАБИНДРАНАТ (1861 - 1941), индийский писатель, философ, просветитель, педагог, общественный деятель. Лауреат Нобелевской премии (1913). В 1901 году открыл «Школу поэта», которой руководил всю жизнь. Преподавал школьные предметы, разработал ряд школьных учебников, грамматику и книги для чтения на бенгальском языке. Выступал за равноправное сотрудничество Востока и Запада во всех областях жизни. Просвещение считал основным средством обновления общества и возрождения индийской культуры. Участвовал в разработке теоретических основ национальной системы образования; назначение школы видел в органическом включении

индивида в систему природных, общественных и космических связей. В качестве ведущего принципа выдвигал традицию духовности – утверждение в сознании и поведении человека приоритета нравственных ценностей над материальными. *Основные научные труды*: «Собрание сочинений» (опубл. в 1957).

136. ТАЛЫЗИНА НИНА ФЕДОРОВНА (р.1923), психолог. Окончила физико-математический факультет Ярославского педагогического института (1947). С 1950 – в МГУ, в 1963 – 1995 гг. заведовала кафедрой педагогики и педагогической психологии. Исследования связаны с разработкой теории учения на основе деятельностного подхода. Ряд работ посвящен моделированию инвариантных возможностей усвоения умственных действий. *Основные научные труды*: «Теоретические проблемы программированного обучения» (1969); «Управление процессом усвоения знаний» (1984).

137. ТАТИЩЕВ ВАСИЛИЙ НИКИТИЧ (1686 - 1750), государственный деятель, ученый, педагог. В 1704 – 1719 гг. – на гос. службе, участник Северной войны, выполнял военно-дипломатические поручения в России и за рубежом. В 1734 – 1739 – начальник заводов Урала и Сибири, в 1742–1745 – губернатор Астрахани. Главную роль в развитии образования отводил государству. Подчинение духовной власти светской рассматривал как непременное условие успехов просвещения, предлагал привлекать духовенство в качестве учителей и использовать часть монастырских доходов на содержание школ. Был одним из первых историков школы в России. Автор первого проекта создания Академии ремесел (художеств) (1730). Также предложил план реорганизации сети учебных заведений (1733), является организатором школ при горных заводах на Урале, в Сибири. *Основные научные труды*: «История Российская с самых древнейших времен», словарь «Лексикон

Российской»; «Разговор двух приятелей о пользе науки и училищ» (1733).

138. ТЕПЛОВ БОРИС МИХАЙЛОВИЧ (1896 - 1965), психолог. Окончил историко-филологический факультет Московского университета (1921), профессор (1933), доктор педагогических наук (1940), заслуженный деятель науки РСФСР (1957). В 1949 – 1951 гг. – заведовал кафедрой психологии МГУ; в 1958 – 1965 гг. – главный редактор журнала «Вопросы психологии». Исследовал общие умственные способности, качества ума, необходимые для определенного вида практической деятельности. Разрабатывал психофизиологический подход к изучению индивидуальных различий. Он теоретически обосновал большую исследовательскую программу, творчески разрабатывая идеи И.П.Павлова о свойствах типов нервной системы. Исследования показали, что изучение природных свойств нервной системы дает возможность объяснения некоторых индивидуально-психологических особенностей и выработки индивидуального подхода к человеку, - тем самым были заложены основы новой отрасли науки – дифференциальной психофизиологии. *Основные научные труды*: «Психология музыкальных способностей» (1947); «Ум полководца» (1943); «Типологические особенности высшей нервной деятельности человека» (1956 - 1967); «Психология» (1954).

139. ТЁТКА (1876 - 1916), наст имя – Элоиза Степановна Пашкевич, белорусская поэтесса, просветитель, педагог. Окончила Виленское частное училище (1901); преподавала в сельских школах; училась на Лесгафтовских курсах в Петербурге (1904), в 1907-1908 гг. – в Ягеллонском университете в Кракове. Книги Тетки во многом предопределили развитие национальной учебной и детской литературы. Они проникнуты идеями народности, направлены на воспитание детей на положительных примерах из труда и быта крестьянина; произведения

учат тонко чувствовать родную природу. Редактировала юношеский краеведческий иллюстрированный журнал «Лучинка» (в 1914 г. вышло 6 номеров), широко освещавший вопросы обучения и воспитания молодежи. *Основные научные труды*: «Первое чтение для деток белорусов», «Букварь» (1906); «Как нам учиться», «Берегите родное слово» (1914).

140. ТОЛСТОЙ ЛЕВ НИКОЛАЕВИЧ (1828 - 1910), граф, писатель, мыслитель, педагог. Учился в Казанском университете на восточном отделении философского факультета один год и два года на юридическом факультете (1841-1847). В 1851 году уехал на Кавказ на военную службу, участвовал в обороне Севастополя (1854-1855). С 1855 года – в Петербурге, где познакомился с Н.А.Некрасовым, И.С.Тургеневым, И.А.Гончаровым, А.Н.Островским, Н.Г.Чернышевским. В Ясной Поляне создал бесплатную начальную школу для крестьянских детей, где сам и преподавал. Способствовал открытию более 20 начальных школ в Тульской губернии. Путешествовал по западной Европе, встречался с А.Дистервегом; писал о своем полном неприятии западно-европейской педагогики. В педагогической теории в качестве главной задачи обучения и воспитания Толстой выдвигал развитие творческого мышления, утверждал необходимость полноценного научного образования; придавал исключительно важное значение преемственности культуры. Развивал идею свободного развития ребенка, считал необходимым формирование нового типа общения учителей и учащихся, который способствовал бы познавательной активности и творчеству детей. Развивал идею религиозно-нравственного, духовного развития человека. Считал, что каждому человеку необходимо обрести нравственный смысл жизни – это и источник психического здоровья и творческой энергии. *Основные научные труды*: «Азбука» (1872);

«Арифметика» (1874); «О народном образовании» (1874); «Новая азбука» (1875); «Русские книги для чтения» (1875); «Беседы с детьми по нравственным вопросам» (1908); «Педагогические сочинения» (опубл. в 1928).

141. ТОРНДАЙК ЭДУАРД ЛИ (1874 - 1949), американский психолог и педагог. С 1904 г. – профессор Колумбийского университета и педагогического колледжа в Нью-Йорке. С 1924 г. – один из редакторов «Журнала генетической психологии»; член Национальной Академии Наук США. Трактовал обучение как процесс приспособления индивида к среде, т. е. с биологических позиций.; центральным был для него «закон эффекта» - зависимость упрочения реакции от последующего удовлетворения или неудовлетворения. Другой закон - «закон упражнения» гласил, что для закрепления связи между стимулом и реакцией необходимо повторение этой связи, в противном случае она исчезает. *Основные научные труды*: «Ум животных» (1898); «Педагогическая психология» (1903); «Принципы обучения, основанные на психологии» (1903); «Психология обучения взрослых» (1931); «Процесс усвоения у человека» (1935).

142. УЗНАДЗЕ ДМИТРИЙ НИКОЛАЕВИЧ (1887 - 1950), психолог и философ. Окончил Лейпцигский (1909) и Харьковский (1913) университеты. В 1915 г. создал первую в Грузии женскую среднюю школу с преподаванием на грузинском языке. Один из основателей Тбилисского университета (1918), где создал кафедру психологии и лабораторию экспериментальной психологии. Основал Общество психологов Грузии (1917); был директором Института психологии со дня его организации (1941). В области возрастной психологии изучал вопросы усвоения ребенком понятий, формирования системности мышления. Создатель оригинальной теории установки,

рассматривал которую как фактор целесообразно-приспособительного поведения. *Основные научные труды*: «Общая психология» (1940); «Труды» (опубл. в 1956 - 1986).

143. УЛЬЯНОВ ИЛЬЯ НИКОЛАЕВИЧ (1831 - 1886), педагог, деятель образования. Отец В.И.Ленина. Окончил физико-математический факультет Казанского университета (1854). До 1869 года преподавал физику и математику в Пензенском дворянском институте и в Нижегородской гимназии и женском училище. В 1869 – 1886 гг. – инспектор и директор народных училищ Симбирской губернии. Педагогические взгляды формировались под влиянием К.Д.Ушинского. Выступал за широкое разностороннее образование, равное для учащихся обоего пола, русских и других национальностей, богатых и бедных; считал, что обучение должно вестись на родном языке. Школа должна формировать правильные научные взгляды на мир. Содействовал открытию 450 школ (среди них татарские, мордовские, чувашские школы), 400 библиотек. *Основные научные труды*: «Избранное» (переизд. в 1983).

144. УОТСОН ДЖОН БРОДЕС (1878 - 1959), американский психолог, основоположник бихевиоризма. В 1903 г. получил степень доктора философии в Чикагском университете. Был ассистентом Дж.Дьюи. В 1908 – 1920 гг. – заведовал психологической лабораторией, заведовал кафедрой экспериментальной сравнительной психологии в университете Балтимора. В 1920 – 1930 гг. читал курс бихевиоризма в Новой школе социальных исследований в Нью-Йорке. Президент американской психологической ассоциации (1915). Всю психическую деятельность трактовал как поведение, понимаемое в виде совокупности связей «стимул - реакция»; даже мышление представлял как скрытую моторную активность, выступающую заместителем действия. Процесс воспитания рассматривал как разновидность научения, придавая

исключительное значение подкреплению приспособительных реакций. *Основные научные труды*: «Наследственность» (1913); «Психология как наука о поведении» (1926); «Психологический уход за ребенком» (1930).

145. УШИНСКИЙ КОНСТАНТИН ДМИТРИЕВИЧ (1824 - 1871), педагог. Основоположник научной педагогики в России. Окончил юридический факультет Московского университета (1844). С 1854 г. – преподаватель русской словесности, географии и юридических предметов Гатчинского сиротского института. В 1859 г. назначен инспектором Смольного института, где осуществил ряд преобразований: ввёл новый учебный план, внедрил педагогически рациональные методы обучения, организовал проведение предметных уроков и опытов по дисциплинам естественно-научного цикла. После политического доноса вынужден был оставить работу, с 1862 по 1867 жил преимущественно в Швейцарии, изучая там школьное дело. Основная идея в теории – идея народности воспитания – признание творческой силы народа в историческом процессе и его права на полноценное образование. Предметом воспитания является человек. Цель воспитания – формирование активной и творческой личности, что предполагает и подготовку к труду, умственному и физическому, как высшей форме человеческой деятельности. *Основные научные труды*: «Детский мир и хрестоматия» (1861); «Родное слово» (1864); «Собрание сочинений в 11 тт.» (опубл. в 1948).

146. ФРЕЙД ЗИГМУНД (1856 - 1939), австрийский невропатолог, психиатр и психолог; основоположник психоанализа. В 1881 г. окончил медицинский факультет Венского университета и получил степень доктора медицины. В 1910 г. основал Международную психоаналитическую ассоциацию. В 1938 г. после захвата Австрии фашистской Германией подвергся преследованиям и эмигрировал в Великобританию. Разработал метод лечения истерии: погружение

больного в состояние гипноза с целью припоминания событий, вызвавших болезнь. Выдвинул общепсихологическую теорию строения психики как энергетической системы, в основе динамики которой лежит конфликт между сознанием и стихийным бессознательными влечениями. Учение о структуре личности гласит, что человеческая психика состоит из глубинного пласта бессознательного («Оно»), сферы сознательного («Я») и инстанции, олицетворяющей собой социальные и нравственные установки общества («сверх-Я»). *Основные научные труды*: «Психопатология обыденной жизни» (1904); «Толкование сновидений» (1900); «Остроумие и его отношение к бессознательному» (1905); «Психология бессознательного» (1921).

147. ФРЕНЕ СЕЛЕСТЕН (1896 - 1966), французский педагог. Учился в школе в Ницце (1914). Организатор и руководитель экспериментальных начальных школ. В 1927 г. организовал «Кооператив сторонников светской школы», в 1957 г. – «Международную федерацию сторонников новой школы». В учебном процессе большое значение придавал самостоятельности учащихся. Стремился преодолеть книжно-вербальный характер обучения, возбудить активный интерес детей к школьным занятиям, установить доброжелательный характер отношений между учителем и учащимися. Основные работы: «Избранные педагогические сочинения» (опубл. в 1990).

148. ФРОММ ЭРИХ (1900 - 1980), немецко-американский психолог, философ и социолог. Получил философское образование в Гейдельбургском университете; психоаналитическое образование – в Мюнхенском университете и Берлинском психоаналитическом институте. Первоначально был последователем Фрейда, но впоследствии разработал собственную концепцию «гуманистического

психоанализа». Определил, что типы социального характера совпадают с различными историческими типами самоотчуждённого человека: накопительским, эксплуататорским, рецептивным (пассивным), рыночным. Выдвигал утопический проект создания гармоничного «здорового общества», в частности предлагал проект «перевоспитания» американской нации. *Основные научные труды*: «Иметь или быть», «Душа человека», «Психоанализ и этика», «Бегство от свободы» (опубл. в 1992).

149. ЧЕРНЫШЕВСКИЙ НИКОЛАЙ ГАВРИЛОВИЧ (1828 - 1889), писатель, публицист, философ, общественный деятель. Окончил историко-филологическое отделение Петербургского университета (1850). С 1853 сотрудничал с журналами «Отечественные записки», «Современник». В 1855 году защитил магистерскую диссертацию «Эстетические отношения искусства к действительности». Мысли о воспитании, пронизывающие художественные и публицистические произведения, - важный аспект его философской позиции. Художественным воплощением воспитательного идеала стал образ Рахметова («Что делать?») – человека высоких гражданских идей, непреклонной воли, глубоких убеждений. Проблему формирования личности рассматривал , опираясь на собственную трактовку антропологического материализма Фейербаха. Человек формируется совокупностью биологических и социальных факторов. Отдельные качества личности развиваются под влиянием экономических условий, общественных институтов, литературы, семьи и школы; наследственность большой роли не играет. *Основные научные труды*: «Антропологический принцип в философии» (1860); «Очерк научных понятий по некоторым вопросам всеобщей истории» (1888); «Следует ли отдавать предпочтение школьному воспитанию перед домашним» (1885).

150. ШАЦКИЙ СТАНИСЛАВ ТЕОФИЛОВИЧ (1878 - 1934), педагог. Окончил отделение естественных наук физико-математического факультета Московского университета (1903). Создал первые в России клубы для детей и подростков рабочих окраин Москвы, летней колонии. С 1909 г. руководил обществом «Детский труд и отдых». В 1911 г. совместно с супругой В.Н.Шацкой организовал на общественных началах летнюю трудовую колонию «Бодрая жизнь». В основу концепции легла идея организации «открытой» школы, центра воспитания детей в социальной среде. Эффективным средством организации свободного творческого взаимодействия ученика с учителем, коллективом и обществом считал самоуправление, способствующее развитию личности, усвоению общечеловеческих ценностей. Ядром школьной жизни считал эстетическое воспитание. *Основные научные труды*: «Бодрая жизнь» (1914); «Педагогические сочинения» (опубл. в 1962).

151. ШТЕЙНЕР РУДОЛЬФ (1861 - 1925), австрийский философ и педагог, создатель антропософии. Окончил Венскую высшую техническую школу (1881), доктор философии с 1891 г. Участвовал в подготовке трудов И.В.Гёте для собрания его сочинений, основал исследовательский и учебный центр «Гётеанум» (1913). Преподавал в рабочей школе в Берлине. Создал учение о медитативном мышлении, которое развивал в рамках универсального учения о человеке – антропософии. Трактовал воспитание как процесс метаморфоз, при которых предшествующая ступень развития ребенка возрождается на последующей в качественно ином состоянии. Разработал методологические основы «Вальдорфской педагогики». *Основные научные труды*: «Очерк теории познания гётевского мировоззрения» (1897); «Вопрос воспитания как социальный вопрос»; «Методика

обучения и предпосылки воспитания»; «Философия свободы» (опубл. в 1992 - 1995).

152. ШТЕРН ВИЛЬЯМ (1871 - 1938), немецкий психолог и философ. Учился в Берлинском университете; в 1897 – 1916 гг. – доцент, а затем экстраординарный профессор университета в Бреслау (Польша). Основатель института прикладной психологии в Берлине и «Журнала прикладной психологии» (1906). В 1933 г. эмигрировал в Нидерланды, затем в США. Является автором философской системы критического персонализма, которая предполагает подход к личности как к реальному, своеобразному и самоценному единству. Также изучал психическое развитие ребенка, которое он рассматривал как результат конвергенции (взаимодействия) внутренне обусловленных данных с внешними условиями среды; темп развития определяется созреванием внутренних структур. Также является одним из основателей дифференциальной психологии, развил теорию одаренности, которая представляет собой врожденную предрасположенность к деятельности; общее направление развития одаренности определяется внутренними условиями – задатками и возрастом. Одаренных детей выявлял с помощью метода тестов. *Основные научные труды*: «Психологические методы испытания умственной одарённости в их применении к детям школьного возраста» (1915); «Психология раннего детства до шестилетнего возраста» (1922); «Одарённость детей и подростков и методы её исследования» (1926).

153. ЭЛЬКОНИН ДАНИИЛ БОРИСОВИЧ (1904 - 1984), психолог. Окончил психоневрологическое отделение ЛГПИ (1927); доктор педагогических наук (1962), профессор (1965). Ученик Л.С.Выготского. Педагогическую деятельность начал в 1922 г. в Дергачёвской колонии для малолетних правонарушителей. С 1953 года

заведовал лабораториями психологии младших школьников, психологии подростков, диагностики психического развития школьников. Основная проблема исследований – природа детства и глубинные законы психического развития ребёнка; опирался на идею Выготского о том, что обучение идёт впереди развития, что развитие в форме обучения является основным фактом педагогической деятельности. Выделил и охарактеризовал внешние условия, источники, формы и движущие силы развития ребёнка; также выделил ряд возрастных периодов и соединил их с определенными типами ведущей деятельности. *Основные научные труды*: «Развитие речи в дошкольном возрасте» (1958); «Развитие ребенка от рождения до семи лет» (1960); «Психология обучения младшего школьника» (1974); «Психология игры» (1978); «Избранные психологические труды» (1983).

154. ЭРАЗМ РОТТЕРДАМСКИЙ (1469 - 1536), ученый, писатель богослов, крупнейших представитель христианского гуманизма. С 1495 г. преподавал латынь и риторику; профессор Кембриджского университета. Осуществил первопечатное издание «Нового завета» (1517) с обширными комментариями и новым латинским переводом. Сущность учения – свобода и ясность духа, миролюбие, воздержанность, здравый смысл, образованность. *Основные научные труды*: «О двойном изобилии слов и предметов», «План учения» (1512); «Воспитание христианина» (1514); «О достойном воспитании детей» (1529); «О приличии детских нравов» (1530).

155. ЭРИКСОН ЭРИК ХОМБУРГЕР (1902 - 1994), американский психолог. Окончил Венский психоаналитический институт под руководством З.Фрейда (1933); эмигрировал в США, работал в университетах Беркли, Питсбурга, Гарварда; с 1970 – почетный профессор. Создал теорию становления личности в условиях

социального окружения. Пришел к выводу, что в каждой культуре имеется особый стиль воспитания. Личность в своем развитии последовательно проходит 8 стадий, которые могут быть приурочены к различным аспектам биологического созревания. Главная задача воспитания – формирование социально одобряемого поведения ребенка без ущерба для его «автономии». *Основные научные труды*: «Личность: стадии развития» (1977).

156. ЮНГ КАРЛ ГУСТАВ (1875 - 1961), швейцарский психолог. Окончил медицинский факультет Базельского университета в 1900 г.; обучался в Париже (1902-1903). В 1904 году организовал экспериментальную лабораторию в психиатрической клинике, где разрабатывались методы психиатрической диагностики. В 1905 – 1913 гг. – приват-доцент медицинского факультета Цюрихского университета. Разработал метод свободных ассоциаций: человеку требовалось быстро отреагировать на предъявляемое слово любым другим словом; заторможенность реакции, непонимание слова-раздражителя или его механическое повторение расценивались как «индикатор комплекса», т.е. свидетельство о наличии эмоционально окрашенных представлений. До 1913 г. сотрудничал с З.Фрейдом, затем, после разногласий (Юнг понимал «либидо» не как половое влечение, а как психическую энергию вообще) утвердил собственное направление - аналитическую психологию. *Основные научные труды*: «Психоз и его содержание» (1909); «Психологические типы» (1925); «Избранные труды по аналитической психологии» (1929-1939); «Конфликты детской души» (опубл. в 1995); «Воспоминания, сновидения, размышления» (опубл. в 1994).

157. ЯНКОВИЧ ДЕ МИРИЕВО ФЕДОР ИВАНОВИЧ (1741 - 1814), (Мириевский), педагог, серб по происхождению, член Российской

академии (1783). Окончил юридический факультет Венского университета. Принимал деятельное участи в реформе народного образования в Австрии (1774). По приглашению Екатерины П в 1782 г. переехал в Россию, работал в Комиссии по учреждению народных училищ, составил план школьной системы, закрепленной Уставом 1786 г. Главными вопросами реформы считал устройство системы народных училищ, подготовку учителей и издание хороших учебников. В организации школьной жизни придавал важное значение рациональному методу обучения, доброжелательным отношениям между педагогом и учениками. Основные работы: «Руководство учителям первого и второго классов народных училищ Российской империи» (1783); «Правила для учащихся» (1782); «Всемирная история» (1787); «Зрелище Вселенныя» (переработал «Мир чувственных вещей в картинках» Я.А.Коменского).

9. Словарь по менеджменту и маркетингу в профессиональной деятельности

А

Авторское право (Copyright) – юридически защищенные и исключительные права владельца, включая право на вознаграждение за использование имени автора или созданной им марки товара.

Агент торговый (Trade agent) – лицо, работающее на компанию, в задачу которого входит обслуживание, сбор информации, поиск, разведка и распространение позитивной информации о компании.

Агентское вознаграждение (Agent fee) – плата агенту за выполненные им посреднические агентские услуги. Размер агентского вознаграждения зависит от выполняемых агентом поручений. Обычно назначается по договоренности в процентах от выручки за проданный товар.

Активы (от лат. Activus – действенный) (Assets)– имущество, денежные средства, принадлежащие учреждению, предприятию, фирме, компании. Активы принято делить на материальные (осязаемые) и нематериальные (неосязаемые). К последним относятся интеллектуальный продукт, патенты, деловые связи, репутация компании, ее бренд, особые права, привилегии, льготы на использование ресурсов и др.

Американская ассоциация маркетинга (American Marketing Association) – широко известная ассоциация ученых, исследователей, консультантов в области маркетинга США, ведущая пропагандистскую деятельность и защищающая интересы своих членов.

Американское общество по связям с общественностью (PRSA – Public Relations Society of America) – крупная национальная профессиональная организация США. Ее основная цель оказание поддержки всем лицам и организациям, занятым в сфере PR различных отраслей и сфер деятельности.

Анализ – SWOT (SWOT–analysis) – метод определения сильных (strengths) и слабых (weaknesses) сторон позиции компании, а также возможностей (opportunities) и угроз (threats) для нее со стороны внешней среды. На практике SWOT– анализ часто составляется для отдельного рынка и для каждого ведущего конкурента. Этот анализ дает ответы на два основных вопроса: 1.где находится организация в данный момент и 2. в каком направлении она должна двигаться дальше.

Анализ безубыточности (Break–even analysis) – финансовый анализ с целью определения той точки, в которой затраты (издержки) равны валовой выручке. В результате компания стремится установить цену, которая обеспечит ей желаемый объем прибыли.

Анализ бизнес-портфеля (Business portfolio analysis) – метод, при котором стратегические бизнес-единицы (СБЕ) фирмы анализируются как совокупность отдельных инвестиций.

Анализ имиджа (Image analysis) – проверка знаний, информированности, представлений потребителей о компании или о свойствах ее продукции.

Анализ кластерный (Cluster analysis) – метод выявления групп потребителей, имеющих максимальное число общих черт между собой и минимальное их сходство с другими группами потребителей.

Анализ конкурентов (Competition analysis) – метод определения компаний, работающих на рынке, предлагающих сходную продукцию. Как правило, они выступают в качестве реальных или потенциальных конкурентов.

Анализ кросс-культурных особенностей (Cross-cultural analysis) – изучение сходств и различий между потребителями разных стран или регионов.

Анализ Мак Кинси «7S» (McKinsey analysis) – оценка внутренней среды компании, работающей на рынке: 1.стратегии компании, 2. конкурентные преимущества, 3. цели и ценностные установки, 4. кадровый

состав, 5. стиль деятельности фирмы, 6. организационная и функциональная структура, 7. различные процессы, протекающие в ней (управление, производство, сбыт, движение информационных потоков).

Анализ макросистемы (Macrosystem analysis) – изучение условий и факторов окружающей среды, которые не имеют прямого влияния на рынок компании, оказывая косвенное воздействие, равным образом, на все компании, работающие на данном рынке.

Анализ маркетинговый (Market analysis)– оценка рыночных возможностей компании, других факторов, так или иначе, связанных с рынком, включая оценку внутренней микро и макросреды. Всего того, что может ее интересовать в отношении тактики и стратегии конкурентного поведения на рынке.

Анализ ситуационный (Situation analysis) – стадия процесса планирования маркетинга, на которой происходит оценка внешней среды рынка, выявление возможностей и угроз, оценка конкурентной позиции фирмы.

Анализ экспертный индивидуальный (Individual expert assessment) – анализ, производимый экспертом на основе собственных знаний, опыта и интуиции.

Анализ -- STEP (PEST) (STEP- Analysis) – методика изучения ключевых элементов макросреды компании. Этот анализ проводится преимущественно на корпоративном уровне.

Анкета (Questionnaire) – инструмент для сбора маркетинговый информации. Состоит из вопросов различных типов (закрытых/открытых), расположенных или задаваемых в определенной последовательности.

Армрестлинг (arm-wrestling – выкручивание рук) – ситуация, когда происходит жесткий диктат продавца или покупателя при назначении цен.

Арт-директор (director art) – специалист, участвующий в разработке творческой стратегии компании, осуществляющий контроль за технологией

воплощения рекламной идеи в процессе производства рекламной продукции и руководящий презентациями творческих разработок заказчику.

ATP ((ATR: Awareness – Trial – Repeat buying) – (Незнание – Пробная покупка – Повторная покупка)) – аббревиатура схемы поведения покупателя.

Ассортимент (Assortment, range) – состав продаваемой фирмой продукции по группам, видам, типам, сортам, размерам и маркам. Различается широтой (количеством товарных групп) и глубиной (количеством моделей, видов марки в каждой группе).

Ассортимент товарный (Product line) – группа товаров в определенной товарной категории (продуктовой линии).

Ассортимент товарный, планирование (Product line planning) – прогноз сбыта продукции на основе анализа продаж в прошлом и их экстраполяции в будущем. Основывается также на оценках рыночной ситуации и мнениях экспертах.

Ассортимент, глубина (Product line depth)– различное количество наименований товаров (артикулов), предлагаемых в рамках одной категории товаров. Компания, например, предлагает различные варианты бритв для разных типов кожи.

Ассортимент, расширение (Product line stretching) – добавление новых вариантов продукции к имеющейся категории товаров. Подобное расширение маркетологи связывают с риском подрыва престижа торговой марки.

Ассортимент, сокращение (Product line reduction) – уменьшение глубины товарного ассортимента путем сокращения числа предлагаемых разновидностей каждой категории товаров.

Ассортимент, управление (Product line management)– формирование и развитие ассортимента в соответствии с конъюнктурой рынка и стратегическими целями организации.

Ассортимент, широта (Product line breadth) - определенное количество различных продуктовых линий (товарных категорий), которое предлагается рынку.

АТЛ - «выше линии» (ATL – Above – the-line) – обозначение записей, сделанных выше горизонтальной линии в рекламном бюджете. Эти расходы направлены на рекламу в средствах массовой информации (пресса, телевидение, радио, интернет, расклеивание объявлений и плакатов).

Атрибут (Attribute) – свойство, характеристика какого-либо товара, предлагаемого рынку.

Аудит розничной торговли (Retail store audits) – исследование определенной выборки магазинов через фиксированный интервал времени с целью подсчета запасов и записи информации о поставках, Это позволяет эффективно оценить динамику розничных продаж.

Аудитории контактные (contact public) – различные группы людей, которые взаимодействуют с компанией и имеют к ней реальный или потенциальный интерес, от которых может зависеть достижение ею своих целей.

Аудитория целевая (ЦА) (Target audience) – аудитория, на которую направлены маркетинговые послания. ЦА определяется по социально-демографическим характеристикам: пол, возраст, образование, доход, а иногда по психографическим: покупательские предпочтения, стиль жизни и т.д.

Аутсорсинг (Outsourcing) – способ ведения бизнеса, когда исполнение отдельных функций, не оказывающих существенного влияния на результаты бизнеса передается внешним специализированным организациям на условиях субподряда.

Б

База данных (Б.д.) (Database) – организованная совокупность данных о рыночных сегментах, предназначенная для их хранения, накопления

и обработки. Б.д. содержат имена, адреса, номера телефонов, адреса электронной почты, а также социально-демографические сведения.

Баннер (Banner) – рекламный носитель в Интернет. Представляет собой информационный блок (чаще графический) определенного размера. Баннер является также ссылкой на сайт рекламодателя.

Баннерная площадка (баннерное место, Banner space) – место на web-страницах, определенного формата, предназначенное специально для размещения баннеров. Может быть создана владельцем web-страницы для независимого размещения рекламы.

Баннерная реклама (Banner advertising) – рекламное сообщение, показываемое на web-сайтах в форме баннеров.

Баннерная сеть (Banner network) – организация обмена баннерами по группе ресурсов между компаниями в Интернет. Она позволяет рекламодателям разместить свои баннеры сразу в нескольких местах.

Бартер (от франц. Barater – обменивать) (Bartering) – торговая сделка, осуществляемая по схеме «товар за товар». Представляет собой натуральный товарообмен, при котором один товар меняется на другой без денежной оплаты.

Барьеры в момент выхода на рынок (Barriers to entry) – приемы деловой практики компаний на рынке и другие обстоятельства, препятствующие выходу на рынок новой фирмы со своей продукцией.

Бенчмаркинг (Benchmarking) – один из приемов стратегического маркетинга, при котором анализируются наилучшие методы, приемы, наиболее успешные формы ведения бизнеса, используемые компаниями на рынке, включая анализ эффективной работы собственных отделов, подразделений и специалистов.

Биллборд (billboard) – средство наружной рекламы, на котором изображаются сообщения (щит, панель).

Бизнес-единица (Business unit) – подразделение, в задачу которого входит реализация ассортимента родственных продуктов четко определенной группе клиентов.

Бизнес–план (Business plan) – подробный план действий компании, содержащий сведения о компании, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, а также, показатели, которых должо достичь компания в течении определенного периода времени.

Бихевиоризм (Behaviorism, от Behavior – поведение) – основополагающая в маркетинге психологическая школа, занимающаяся изучением наблюдаемого поведения по модели «стимул-реакция». Бихевиоризм игнорирует значение личностных аспектов человеческой деятельности (сознание, намерение или смысл поведения.) и основывается исключительно на объективных фактах.

Блокбастер (blockbuster) – рекламная кампания, вызвавшая незаурядный сбыт товара; означает также кассовый кинофильм.

Бонус (bonus) – получение дополнительно к оплаченному товару скидок, при наборе которых свыше установленной суммы покупатель получает бесплатно товар или услугу.

Бренд (Brand) – знак, символ, слова или их сочетание, помогающие потребителям отличить товары или услуги одной компании от другой. Бренд воспринимается как широко известная торговая марка или компания, занимающая в сознании и психологии потребительских сегментов особое место из массы себе подобных.

Бренд зонтичный (Umbrella brand) – тактический прием когда бренд компании используется для обозначения сразу нескольких групп товаров или товарных категорий.

Бренд как индивидуальность (Brand personality, brand individuality) – персонификация образа бренда в сознании потребителя, выраженная в терминах индивидуальных черт человека.

Бренд как капитал (Brand equity) – концепция, рассматривающая бренд как материальный, так и нематериальный актив, который можно покупать и продавать. Если бренд богатый и сильный, имеют в виду, что у него имеется большой капитал.

Бренд как обещание (Brand promise) – выгоды и преимущества, которые ожидают получить потребители от данного бренда.

Бренд как ценность (Brand values) – термин, используемый для описания финансовой ценности бренда.

Бренд как эмоциональный капитал (Brand-related emotional capital) –отражение эмоциональной лояльности сотрудников бренду компании.

Бренд как энергия (Brand energy) – мера способности бренда влиять на покупателя, связанная с его покупательской верностью.

Бренд нишевый (англ. niche brand) — торговая марка, ориентированная на относительно небольшую целевую аудиторию (нишу).

Бренд, активы (Brand assets) – стоимостное выражение способности бренда (как нематериального актива компании) получать дополнительную прибыль.

Бренд, ассоциация (Brand association) – чувства, эмоции и знания, возникающие в сознании потребителя при его контакте с атрибутами или коммуникациями бренда.

Бренд, атрибуты (Brand attributes) – внешняя форма бренда, воспринимаемая потребителями посредством зрения, слуха, осязания, обоняния или вкуса.

Бренд, вес (Brand weight) – мера превосходства бренда компании на рынке относительно других брендов.

Бренд, глубина (Brand depth) – степень приверженности потребителей данному бренду, которая устанавливается в ходе специальных исследований.

Бренд, его имидж (Brand image) – уникальный набор ассоциаций, мнений и чувств потребителей по отношению к атрибутам или коммуникациям бренда.

Бренд, его имя (Brand name) – текстовая часть товарного знака.

Бренд, его миссия (Brand mission) – смысл существования бренда, каким его понимают производители.

Бренд, идентичность (Brand identity) – уникальный набор признаков, по которым данный бренд точно опознается потребителями. К таким признакам относятся: атрибуты товара, ассоциации, отношения, выгоды, обещания, визуальный или дизайнерский стиль, другие признаки, выражающие основные ценности бренда.

Бренд, лояльность (Brand loyalty) – устойчивое положительное отношение потребителя к приобретению товаров данного бренда, выражающееся в повторяемости их покупки.

Бренд, расширение (Brand expansion, interbranding) – использование имени бренда для нового товара, выходящего на смежный целевой сегмент.

Бренд, ширина (Brand breadth) – мера растяжимости бренда с целью охвата максимально возможной покупательской аудитории.

Бренд, эстетические коды (Brand esthetic codes) – символические или визуальные значения изображений или текста при создании или продвижения бренда (например, золотой цвет - символ богатства и роскоши).

Бренд-икона (brand-icon) – бренд, которому удалось стать символом категории товаров, в которую он входит.

Бренд-карта (brand map) – схема, наглядно отображающая рыночную позицию торговой марки по сравнению с позициями марок-конкурентов.

Брендинг (Branding) – целенаправленные маркетинговые мероприятия, действия по созданию долгосрочного предпочтения потребителей товару данной компании. Реализуется в процессе специальных

воздействий целого комплекса маркетинговых коммуникаций: товарного знака, торговой марки, упаковки, рекламных обращений, других усилий маркетинга, помогающих выделить товар и создающих уникальный образ товара компании среди товаров конкурентов в сознании и психологии потребителей.

Брендинг зонтичный (Umbrella branding) – стратегия присвоения единого марочного названия для всех товаров с целью облегчения выхода на новые рынки, экономии от масштаба рекламы. Опасность заключается в том, что плохой имидж зонтичной марки может нанести ущерб новому марочному товару. Считается, что, чем больше товарных категорий под одной маркой, тем слабее ее общий имидж.

Бренд–лидер (Brand leader) – одна или две наиболее известные торговые марки, которые покупатель ожидает или уверен, что встретит в любом магазине.

Бренд-менеджер (brand manager) – руководитель, несущий исключительную ответственность за маркетинговые коммуникации, координацию продаж, разработку продукта, состояние бюджета и прибыли по отношению к товару конкретной торговой марки.

Брокер или посредник (Broker) – лицо, как правило, не приобретающее право собственности на товар, а лишь содействующее его купле–продаже. Он только сводит продавца и покупателя и получает за свои услуги вознаграждение.

БТЛ – «ниже линии» (BTL Below-the-line) – обозначение записей расходов на рекламу, расположенных ниже горизонтальной линии в рекламном бюджете. Они включают: прямую рассылку, выставки, рекламу распространяемую в местах продажи товаров.

Брошюра (brochure) - средство печатной рекламы, непериодическое печатное издание небольшого объема (обычно 1 – 5 авт. л.), содержащее краткую информацию об основных направлениях деятельности компании, а также о свойствах товара, их назначении, устройстве и пр.

Буклет (booklet) – непериодическое издание, рекламный проспект в виде печатных листов, складываемых параллельными сгибами или скрепленных без переплета, обычно печатается на одном листе.

Бэкграунд (background – происхождение, предпосылка) – маркетинговая информация о компании, данные о владельцах и топ-менеджерах. Служит основанием для выработки концепции рекламной или PR-кампании.

В

Веб-сайт (Web-site) – совокупность электронных страниц, объединенных тематически и обычно расположенных на одном адресе. Сайт может иметь неограниченное количество страниц.

Веб-страница (Web-page) – одна страница, один документ доступный для просмотра с помощью браузера.

Вендинг (vending) - способ распространения товаров, продажа товаров и услуг через торговые автоматы.

Верифицируемость (Verification potential) – качество любой рабочей теории или гипотезы, состоящее в возможности ее проверки на практике в ходе проведения исследования.

ВИП (от англ. VIP – very important person) - сокращенное обозначение особо важной персоны (высшее государственное лицо, министр иностранных дел, другие известные люди – артисты, писатели, ученые, бизнесмены).

Визитная карточка (visiting card – посещать) – средство деловой и межличностной коммуникации, где указывается фамилия, имя, отчество, должность, адрес, номера телефонов, факсов, электронной почты, адрес сайта в Интернете. Иногда на визитке помещается товарный (фирменный) знак и логотип фирмы.

Виртуальный рынок (Marketspace) – среда электронной коммерции, в которой продавцы и покупатели осуществляют рыночные операции с помощью компьютерных и телекоммуникационных технологий.

Внедрение (Introductory stage) – первый этап жизненного цикла продукта, когда продажи растут медленно, а прибыль низка.

Внешний источник (External source) – источник маркетинговой информации, находящийся за пределами организации.

Внимание (Attention) – стадия обработки информации (рекламы, сообщения), где используются когнитивные (умственные) возможности потребителя.

Внимание, интерес, желание, действие (AIDA – Attention, Interest, Desire, Action) – концепция, объясняющая восприятие товаров потребителями. Представляет собой ряд последовательных этапов реакции потребителей, собирающихся совершить покупку.

Внутренний источник (Internal source) – источник маркетинговой информации, находящийся внутри организации.

Внутрифирменная отчетность (Internal accounts) – финансовая, бухгалтерская, складская документация, отчеты о продажах, деловая корреспонденция, бизнес-план, другая коммерческая информация, отражающая предпринимательскую деятельность за определенный период времени.

Вовлеченность (Involvement) – движущая сила личности, направленная на привлечение потребителя к обработке информации (рекламного сообщения), связанной с товаром.

Возрастная категория (Age category)– подход в рыночной сегментации, где потребителей разделяют по возрасту, например на детей, подростков, взрослых и людей пожилого возраста.

Вопрос дихотомический (Dichotomous question, Y/N question) – вопрос с фиксированными альтернативами, на который можно ответить только «да» или «нет». Используется при составлении анкеты.

Вопрос закрытый (Clouse question) – тип вопросов, которые ограничивают выражения личного мнения в ответе анкеты, предлагая заранее готовые варианты ответа.

Вопрос открытый (**Open question**) – тип вопросов, которые дают респондентам возможность самим сформулировать свой ответ, не требуя от них, в отличие от закрытых вопросов, выбора какого–либо готового варианта ответа.

Восприятие (Perception) – процесс отбора, систематизации и интерпретации потребителем, коммуникационных воздействий, стимулирующих его покупательскую активность.

Вторичные данные (Secondary data) – данные, которые были собраны ранее для целей, отличных от имеющейся цели исследования компании в данный момент.

Выборка (Sample) – часть потребителей, специальо отобранных и представляющих генеральную совокупность. Представляет собой генеральную совокупность в миниатюре.

Выборка квотированная (Quota sample) – определенное число опрашиваемых респондентов в каждом из нескольких потребительских сегментов. Выбор респондентов носит произвольный характер.

Выборка произвольная (**Arbitrary sample**)– отбор респондентов определяется маркетинговым аналитиком на основании его личного убеждения о степени их соответствия целям исследования.

Выборка, единицы (Sampling units) – часть специально отобранных респондентов или объектов для маркетингового исследования, составляющих конкретную выборку: люди, магазины или продукты.

Выборочная репрезентативность (**Sample representativity)** – соответствие ключевых параметров выборки аналогичным параметрам генеральной совокупности (пол, возраст, доход, образование и т.д.) .

Выборка, смещение (Sample bias) – существенное превышение или занижение веса некоторой группы респондентов по отношению к ее весу в

генеральной совокупности. Это смещение может стать источником ошибки при анализе данных.

Выборочное обследование (Sampling) – исследование определенной выборки из генеральной совокупности с целью проекции выводов о потребительском поведении на всю совокупность.

Выгода (Profit)– получение определенных преимуществ участниками рынка, таких как дополнительный доход, прибыль.

Выживаемость, обеспечение (Assurance of survival) – стратегическая цель компании в ситуации, когда на рынке слишком много производителей, острая конкуренция, потребности клиентов резко меняются. Компания вынуждена устанавливать низкие цены. Цель выживания – важнее прибыли.

Выразители мнения (Opinion leaders) – лица, мнение которых может оказать влияние на позицию целевой аудитории. Они обладают опытом и знаниями в определенных вопросах.

Выставка (Exhibition) – специфическая форма маркетинговой коммуникации (рекламы и PR, стимулирования продаж), при которой на относительно небольшой по размерам оборудованной территории демонстрируются для продажи образцы новых товаров или предлагаются услуги с целью последующей их реализации.

Г

Гарантия (Warranty) – обязательство, которое берет продавец перед покупателем в отношении качества приобретенного товара или услуги. включающее возмещение затрат потребителю, ремонт товара, другие обязательства в случае возврата им товара из-за несоответствия качества.

Генеральная совокупность (Universe) – все представители потребительской группы или носители какого–либо признака: избиратели, потребители, студенты, пенсионеры и т.п.

Геодемография (Geodemography) – один из способов сегментации рынка, базирующийся на сочетании демографической информации о

потребителе и модели поведения потребителя в зависимости от места его проживания.

Гильдия Маркетологов (Guild of Marketologists) – профессиональное объединение физических лиц, специалистов в сфере маркетинга: научных работников, преподавателей маркетинга, исследователей, консультантов, руководителей служб маркетинга с целью защиты их профессиональных интересов.

Гипертекст (hypertext) – текст, имеющий активные элементы, например, слова, служащие исходными точками ссылок на другие части документа, при наведении курсора к выделенному слову.

Гипотеза (Hypothesis) – суждение, выдвигаемое для проверки или оценки обобщения о явлении, требующее эмпирической проверки.

Гистограмма (Bar Graph) – графическое представление данных. Диаграмма, состоящая из прямоугольников, длина которых пропорциональна значениям полученных результатов.

Гиффена эффект (парадокс) (Giffen effect) – снижение спроса на отдельные виды товаров при снижении на них цены и – наоборот.

Глобальный продукт (Global product) – продукт, который продается по всему миру под одной фирменной маркой, такой как: «Coca–Cola», «Mc Donald's», «Microsoft».

Границы исследования (Research boundary) – охват исследования, ограниченный географией рынка продуктов.

Гудвилл (Goodwill) – денежная оценка нематериальных активов капитала компании, не поддающаяся материальному измерению, например, репутация, техническая компетенция, деловые связи, маркетинговые приемы, влияние, лояльность потребителей и др. Используется также для обозначения услуг.

Д

Данные наблюдения (Observational data) – данные о реальном поведении потребителей, полученные при помощи личных наблюдений или автоматических устройств.

Данные (Data) – информация, фиксируемая в определенной форме, факты, сведения, цифры, отражающие конкретные события и поведение различных лиц и институтов, полученные в результате сбора информации, проведения исследований.

Действия, интересы и мнения (AIO – Activities, Interests and Opinion) – методика, используемая исследователями для описания сегментированных психографических групп (psychographic) потребителей. Практика использования этой методики такова: респондентов просят указать, насколько они согласны или не согласны с серией утверждений относительно их действий, интересов и мнений.

Декодирование (Decoding) – часть процесса коммуникации, в ходе которого целевая аудитория: 1) знакомится с маркетинговым сообщением (осведомленность), 2) истолковывает и оценивает его (понимание), 3) сохраняет его в памяти (запоминание).

Декомпозиционный подход (Decompositional approach) – подход к измерению свойств товара, при котором полезность каждого его атрибута трактуется на основании суждений о ценности товара потребителями в целом.

Дельфи (метод) (Delfi method)– способ организации экспертного опроса, при котором специально отобранные и проранжированные эксперты имеют возможность повторно скорректировать первоначально высказанное мнение.

Демаркетинг (Demarketing) - тип маркетинговой практики, в задачу которого входит отвлечение от покупки или потребления какого-либо продукта, например, сигарет, пива. Демаркетинг также применяется в тех случаях, когда были выявлены дефекты какого-либо продукта. Производители этого продукта не хотят рисковать своей репутацией.

Демография (Demographics) – дисциплина, где потребители статистически представлены в соответствии с такими социально–экономическими факторами, как возраст, доход, пол, профессия, образование, размер семьи и т.д.

Демпинг (Dumping) – продажа товаров компанией на рынке по преднамеренно заниженным, «бросовым» ценам, равной их себестоимости с целью вытеснения конкурентов и закрепления своей позиции на конкретном рынке (обычно на внешнем).

Деньги (Money) – совокупность активов, которые регулярно используются людьми для приобретения товаров и услуг. К основным функциям денег относятся: средства обмена, платежа, измерения стоимости, накопления богатства.

Дефицит (**Shortage**)– недостаточность наличных товарно-материальных запасов товаров для выполнения заказа покупателя.

Джингл, рекламный куплет (Jingle) – звуки или слова, легко запоминающиеся и исполняемые в ритмичной манере.

Диалоговые каналы (**Dialogue channels**) – каналы взаимодействия между потребителями и покупателями. Например, электронная почта, бесплатные телефонные номера.

Диверсификация (Diversification) – стратегия выхода компании на новые рынки с новыми товарами, достигаемая благодаря видоизменению производства с целью развития бизнеса и повышения гарантий получения прибыли.

Дилер (Dealer) – физическое или юридическое лицо, которое осуществляет деятельность по распределению товаров за свой счет и от своего имени.

Директор по маркетингу (Marketing director) – руководитель всей маркетинговой деятельностью в структуре компании, включая рекламу, стимулирование сбыта, исследования и другие элементы комплекса маркетинга.

Директор по сбыту (Merchandising director) – лицо, ответственное за маркетинговую деятельность в компании, направленную на сбыт продукции осуществляемый производителем, оптовым, розничным торговцем, дилером, дистрибьютором.

Дискриминирующая монополия (discriminating monopoly) – монополия, при которой поставщик продает свои товары или услуги различным потребителям по разным ценам. Он делает это разделяя рынки на сегменты, где для каждого их них устанавливает особую цену с целью увеличения прибыли или получения каких-либо преференций. Например, различные тарифы на электроэнергию для населения и промышленных предприятий, тарифы на поставку газа в различные страны и регионы.

Дистрибьютор (Distribution – распределение) – торговый посредник, оптовые, розничные торговцы, принимающие на себя право собственности на товар, осуществляющие свою деятельность по договору с фирмой–производителем по продаже продукции на определенной территории и на определенный срок.

Дифференциация по доходам (Differentiation according to income) – способ деления потребителей на группы с низкими, средними и высокими доходами.

Диффузия инноваций (Diffusion of innovation) – процесс распространение новинок, в ходе которого новый товар, услуга или новая идея находят все более и более широкое признание потребителей.

Доверие (Credibility) – степень уверенности получателя информации в том, что ее источник правдив или достоверен.

Доверительный интервал (Confidence band) – диапазон, охватывающий определенный процент всех ответов респондентов на конкретный вопрос, как правило – 95 или 99%.

Домашний магазин (Home shopping) – способ совершения покупок потребителем, не выходя из дома посредством почты, телефона, Интернета и др.

Домохозяйство (Household) – семья или группа людей, проживающих вместе и ведущих совместное хозяйство.

Доход (Income, revenue) – любой приток денежных средств или получение материальных ценностей, обладающих денежной стоимостью.

Доход валовый (Gross profit) – денежное выражение исчисленного суммарного годового дохода предприятия, компании, полученный в результате производства и продажи продукции.

Доход располагаемый (Disposable income) – денежные средства, которые остаются у потребителя после уплаты налогов и используются для приобретения продуктов питания, одежды, оплаты жилья.

Дуополия (duopoly) – рынок, на котором существуют только два производителя или продавца данного товара и множество покупателей. Это вид несовершенной конкуренции на практике компаниям приносит меньше прибыли, чем если бы они в результате слияния образовали монополию.

Е

Еда быстрого приготовления (Fast food) – концепция ресторанов, где предлагается еда, со стандартным выбором, сервисом и блюд. Например, МакДональдс, Ростикс, Пицца Хат.

Ж

Жизненный цикл домохозяйства (Household life cycle) – ряд состояний, через которые проходит домохозяйство с течением времени и связанные с этим перемены.

З

Заведующий отделом рекламы (Advertising manager) – руководитель отдела или подразделения рекламы в компании, несущий ответственность за рассмотрение планов и бюджета рекламной деятельности.

Заинтересованность, вовлеченность (Involvement) – сильная мотивация в определенной ситуации, где какой-либо стимул оказывается для индивида очень важным.

Заключение сделки (Closing stage) – этап процесса личной продажи, который включает в себя получение от потенциального покупателя обязательства совершить покупку.

Закон предложения (Law of supply) – при прочих равных условиях объем предложения товара возрастает при увеличении его цены.

Закон спроса (Law of demand) – при прочих равных условиях рост цены товара означает уменьшение предъявляемого объема спроса.

Закон спроса и предложения (Law of demand and supply) – цена любого товара изменяется для приведения спроса и предложения на этот товар в состояние равновесия.

Закупки организаций (Corporate purchasing) – это процесс принятия решений, в ходе которого организация определяет необходимость приобретения товаров и услуг: выявляя, оценивая и отбирая для закупки конкретные марки товаров и поставщиков.

Закупочный центр (Buying center) – группа сотрудников внутри организации, которые отвечают за принятие решений о размещении заказов и закупках товаров и услуг (чаще, товаров производственного назначения).

Запасы (Inventory) – материалы, которые могут быть переработаны или сразу проданы покупателям, включая продукцию, произведенную компанией и готовую к продаже.

Запоминание (Retention) – закрепление информации в долговременной памяти человека для последующего ее использования.

Запрос (Demand) – потребность в приобретении товаров, подкрепленная покупательской способностью индивида.

Зеркальная самооценка – зеркальное «я» (Looking–glass self) – процесс прогнозирования потребителем реакции других людей на его поведение и внешний облик.

Знак (Sign) – образ, посредством которого обозначается целевое содержание объекта.

Знание/когнитивный компонент (Knowledge/Cognitive component) – информация, которую имеет потребитель относительно того или иного товара.

Знаток рынка (Market maven) – авторитетный человек, который может выступить в качестве источника информации о событиях и процессах, происходящих на каком-либо потребительском рынке.

И

Идеальный продукт (Ideal product) – продукт, который респондент предпочитает всем другим, включая те, которые он знает.

Идентификация (Identification) – распознавание, установление тождества товаров и услуг или самой компании покупателем по совокупности определяющих их признаков.

Идентичность (Identification) – понятие, обозначающее осознание личностью себя, а также того, кем он является для других. Идентичность всегда предполагает как сходство с другими, так и отличие от них.

Идея (Idea, Notion) – платформа, на основании которой покупатель определяет приобретение тех или иных благ.

Иерархия воздействий (Hierarchy of effects) – последовательность этапов, через которые проходит потенциальный покупатель от первоначальной осведомленности о товаре до конечного действия, покупки (пробы или принятия товара). Этапы включают в себя: осведомленность, интерес, оценку, пробу и принятие.

Издержки (Costs) – совокупные затраты предприятия, связанные с производством продукции и доведением товара до потребителей.

Издержки торговые (Selling costs) – расходы, связанные с продажей товаров или услуг. Включают в себя: расходы на рекламу, послепродажное обслуживание, мероприятия по стимулированию сбыта, а также зарплату и комиссионные выплаты.

Изучение аудитории (Audience research) – исследование с целью установления показателей читаемости, посещаемости и распространенности рекламной информации.

Изучение общественного мнения (public opinion research) – сбор первичной информации по насущным проблемам со слов опрашиваемых.

Имидж (Image) – эмоционально окрашенный образ чего-либо, кого-либо. Он формируется и закрепляется в массовом сознании, приобретая характер стереотипа.

Имидж компании (Corporate image) – устойчивые представление, которое компания создает о себе с помощью рекламы, формируя благоприятное представление у целевой аудитории. Это устойчивое представление потребителей, клиентов, партнеров и общественности о престиже компании, качестве её товаров и услуг, репутации руководителей.

Имиджмейкер (Imagemaker) – специалист по созданию имиджей организаций, пропагандистских кампаний и рекламы по заданию заказчика.

Индекс (Index) – величина, сведенная к единой мере.

Индекс потребительских цен (Consumer price index) – относительный показатель динамики стоимости потребительской корзины, потребительских товаров и услуг: продовольственных товаров, жилья, промышленных товаров массового потребления, топлива и энергии. Рассчитывается ежемесячно по отношению к предыдущему месяцу.

Индекс розничной торговли компании A.C.Nielsen (Nielsen retail index) – результаты аудита продаж розничных магазинов, проводимые компанией A.C.Nielsen по четырем крупным группам магазинов: магазины продовольственных товаров, аптеки, алкогольных напитков и магазины товаров широкого спроса.

Инновация (новшество, нововведение, новинка) (Innovation) – товар или стиль, который воспринимается потребителями как нечто новое.

Инструменты стимулирования сбыта (Sales promotion tools) – средства поощрения потребителей с целью совершения ими покупки: раздача

бесплатных образцов товара, купоны, скидки, премии, призы, вознаграждения, бесплатные пробы, гарантии. К ним также относятся средства стимулирования торговли: снижение закупочных цен, компенсации за рекламу и средства стимулирования деловых партнеров: торговые выставки, конференции, сувенирная реклама.

Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК) (Integrated marketing communication) – концепция координации всех каналов коммуникации в комплексе (реклама в СМИ, личные продажи, стимулирование сбыта, связи с общественностью, прямой маркетинг, упаковка и др.). По принципу «из всех стволов» для продвижения компании или ее продукции на рынок.

Интенсивность (потребления) (**Consumption rate**) - частота и объем покупок, совершаемых определенной группой потребителей.

Интервью (Interview) – исследовательская техника, используемая при сборе маркетинговой информации. Посредством интервью собираются как количественные, так и качественные данные о потребителях.

Интервью в торговом центре (зале) (mall intercept) – интервьюирование на месте торговли с целью получения оценки конкретного товара и стимулирования продаж.

Интервью личное (Personal interview) – метод исследования рынка путем сбора информации в процессе личного контакта (опроса, беседы) интервьюера с респондентами.

Интервью на дому (Door-to-door interview) – опрос, который проводится у респондентов на дому.

Интервью неструктурированное (Nondirective interview) – тип индивидуальных глубинных интервью, при которых респонденту предоставляется максимальная свобода ответов в рамках тем, интересующих интервьюера.

Интервью онлайновые (On-line interview) – интервью, при котором интервьюер зачитывает вопросы непосредственно с экрана компьютера или заносит их в компьютер при помощи клавиатуры.

Интервью полуструктурированное/направленное индивидуальное (Semistructured/focused individual Interview) – тип индивидуального глубинного интервью, в ходе которого интервьюер стремится обсудить с респондентом конкретный список тем.

Интервью структурированное (Structured interview) – тип индивидуальных глубинных интервью, во время которого интервьюер задает вопросы так, как они сформулированы в анкете, ничего не добавляя и не разъясняя респонденту. На вопросы возможны только три ответа: «да», «нет», «не знаю».

Интервьюер (Interviewer) – участник исследования, задающий вопросы.

Интернет (Internet) – глобальная компьютерная сеть, благодаря которой пользователи могут получать и отправлять информацию, общаться между собой, совершать покупки, делать предложения, изучать спрос и проводить исследования предпочтений и запросов потребителей.

Интернет-сообщество, виртуальное потребительское (Virtual community of consumption) – совокупность людей, которые общаются между собой через Интернет на базе общности интересов в плане получения информации о тех или иных конкретных аспектах процесса приобретения.

Информационная логистическая система (Information logistics system) – определенным образом организованная совокупность взаимосвязанных средств вычислительной техники, различных справочников и необходимых средств программирования, обеспечивающая решение тех или иных задач по управлению движением материальных потоков.

Информация (information) – сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах, передаваемых людьми друг другу устным, письменным или другим способом.

Информация внешняя (External information)– информация, находящаяся за пределами компании, которая собирается из внешних источников и используется для выработки и принятия ключевых решений.

Информация внутренняя (inside information) - информация, находящаяся внутри компании, которая собирается из внутренних источников (структурных подразделений и отделов) и используется для выработки и принятия эффективных управленческих решений.

Информация конкурентная (Competitive intelligence) – информация о компаниях-конкурентах, которую собирает участник рынка. Эта информация может включать в себя сведения о товарах, ценообразовании, рекламной стратегии клиентов, технических преимуществ и недостатках, слабых и сильных сторонах рыночного положения и т.д.

Информация, словесный способ передачи «сарафанное радио» (WOM – Word–of–mouth communication) – неформальные формы и способы передачи устной информации о товаре от потребителя к потребителю.

Исследование «омнибусное» (Omnibus research) – исследование, регулярно проводящееся маркетинговыми агентствами. Спонсируется несколькими заказчиками, каждый из которых включает в анкету блок вопросов на интересующую его тематику.

Исследование «пилотаж» (Pilot research)– предварительное исследование, целью которого является определение основного круга проблем, нуждающихся в дальнейшем исследовании. Оно также может иметь целью тестирования инструментария: анкеты, опросника, наблюдательного листа, аппаратуры и т.д.

Исследование маркетинговое (исследование рынка) (Marketing research) – система поиска, сбора информации, анализа и обработки данных, необходимых для решения маркетинговых проблем и обеспечения принятия решений в компании на любом уровне.

Исследование, обследование (Research) – систематический сбор информации о потребительском поведении отдельных сегментов с

использованием методов: анкетного, индивидуальных интервью, методом фокус-групп, почтового, Интернет опроса и интерпретация полученных данных посредством их обработки.

Исследование полевое (field research) – сбор социологической информации на объектах, в реальных условиях, в непосредственном контакте с объектом исследования.

Исследование панельное (Panel research) – сбор данных с использованием одной и той же выборки респондентов через определенные интервалы времени.

Исследование рекламы, тест-метод оценки отклика (Offer test) – испытание рекламы с оценкой откликов на различные цены. Особенно важно, когда на рынок выводится новая продукция и необходимо оценить чувствительность к цене со стороны потребителей.

Исследование телефонное (Telephone research) – индивидуальное интервью с респондентами, проводимое по телефону.

Исследования зондирующие (Probing research) – разновидность маркетинговых исследований, проводящихся для уточнения проблемы, сути события, поиска идей и определения направлений будущих исследований. Как правило, это разновидности качественных исследований.

Исследования информационные или синдикативные (Syndicated redearch) – это периодически получаемые заказчиком данные результатов исследований, которые проводились другими компаниями.

Исследования каузальные (Causal research) - разновидность маркетинговых исследований, направленных на установление причинно-следственных связей. Например, как повлияют на объем продаж та или иная цена, упаковка или реклама. Наиболее распространенный метод – управляемый эксперимент.

Исследования оценочные (Evaluative research) – исследования, имеющие своей целью оценить эффективность результатов различных маркетинговых программ, например, оценку способности потребителей

вспомнить рекламу, имидж компании, степень удовлетворения потребителей качеством товаров и услуг.

Исследования с целью выявления потребностей (Need research/identification) – выявление неудовлетворенных потребностей на рынках и построение на этой основе маркетинговой стратегии.

Исследователь (researcher) – ученый или практик, проводящий исследование рынка на примере конкретного сегмента потребителей в отношении конкретного товара или торговой марки.

Исследовательское резюме (Бриф) (Brief) – задание на проведение маркетингового исследования. Включает в себя: 1) общую характеристику организации и ее деятельность на рынке; 2) информацию о степени изученности рынка; 3) описание поставленной проблемы и цели организации; 4) конкретные направления будущей маркетинговой активности; 5) требования, предъявляемые к точности и надежности исходных данных; 6) сроки и бюджет на проведение исследования.

Источник информации (отправитель) (sender или source) – человек, группа или институт, которые передают сообщение отдельному получателю или целевой аудитории.

К

Кампания (Compaign) – серия рекламных передач и печатных сообщений, акций и мероприятий, рассчитанных на определенный период времени и связанных с общей темой и задачами.

Канал маркетинговый (Marketing channel) - организация, состоящая из независимых учреждений и агентств, обеспечивающих доступность товаров и услуг конечным потребителям.

Канал производителя прямой (Manufacturer-direct channel) – продукция поставляется прямо со склада производителя, включая сервисное обслуживание.

Канал распределения (Distribution channel) – маршрут движения товара от производителя к потребителю.

Канал сбыта (**Sales channel**)– цепь компаний, участвующих в покупке продаже товаров по мере их продвижения от производителя к потребителю. Включает производителя, посредников в лице оптовых и розничных продавцов, потребителей.

Канал сбытовой, «капитан» (Channel captain) – наиболее влиятельный участник торгово–распределительной сети товаров, включающий производителя, оптового продавца и розничного торговца. «Капитан» сбытового канала (обычно производитель) контролирует всю торгово–распределительную сеть и может настаивать на том, чтобы товары распределялись с учетом указанных им требований.

Канал сбытовой, конфликт (Channel conflict) – разногласия между участниками торгово–распределительной сети. Горизонтальный конфликт в сбытовом канале – это конфликт между розничными торговцами. Вертикальные конфликты возникают между розничными торговцами и их поставщиками, когда одна из сторон демонстрирует свое превосходство над другой.

Канал, управление (Channel management) – процесс увеличения эффективности работы посредников (middleman) производителем с точки зрения знания продукции, объема продаж и прибыльности.

Каналы передачи информации (Communication channels) – персональные (личные) каналы, охватывающие двух и более лиц, непосредственно связанных друг с другом, например, продавец и покупатель, и безличные, например, рекламный щит (billboard), наружная реклама (outdoor advertising) или любая другая форма массовых коммуникаций, не предусматривающая личного контакта.

Каналы продаж (Channel of sales) – прямая почтовая реклама (direct–mail advertising), агентства (agency) или газетные киоски (news stand).

Карта восприятия (Perceptual map) – способ, с помощью которого пытаются определить место различных марок (брендов) на «карте», отображающей их восприятие потребителем. Чем ближе марки на карте, тем больше они схожи, тем более схожим будет и отношение к ним потребителей.

Кастомизация (Customersation) – процесс приспособления товаров и услуг под требования потребителя (customer), их «подгонка» под индивидуальные особенности и требования потребителя. Потребитель становится центром позиционирования товаров (производящим потребителем).

Кейс-история (case history) – представляет собой рассказ, содержащий положительную оценку потребителями известных марок компании или же положительный опыт разрешения проблемных рыночных ситуаций.

Кейс-метод (Case) - техника обучения, использующая описание реальных экономических и социальных ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Различают полевые ситуации, основанные на реальном фактическом материале, и кресельные (вымышленные) кейсы.

Квестомания (**Questomania**) – болезнь, при которой человек испытывает непреодолимое влечение к участию в исследованиях в качестве респондента. Полученная информация от квестоманов сомнительна.

Квестофобия (**Questophobia**) – болезнь, при которой человек испытывает непреодолимый страх при ответах в качестве респондента. Заставить квестофобов отвечать на вопросы практически невозможно

Квота (Quota) - заданное исследователем количество потребителей, обладающих определенными качествами и свойствами, которые включаются в выборку при проведении анкетного опроса. Как правило, квоты определяются пропорционально распределению признаков генеральной совокупности (доход, образование, семейное положение, пол, возраст).

Клиент (Client) – частное лицо, компания или организация, получающие профессиональные услуги от другой компании, организации или частного лица.

Клиентская база данных (Customer database) – данные о покупателях, их потребительском поведении и прошлых покупках, собранные в компьютере и организованные таким образом, чтобы их можно быстро извлечь для получения необходимой информации.

Клиентский список (Customer list) - перечень покупателей, который ведется компанией на бумаге (hard copy) или хранится в памяти компьютера для целей дальнейшей рекламно-пропагандистской деятельности.

Ключевые факторы успеха (Key success factors) – это конкурентные возможности, которые каждая компания стремится обеспечить, чтобы добиться большей конкурентноспособности и успехов в своем бизнесе.

Ключевые клиенты (Key customers) – наиболее привлекательные клиенты с точки зрения будущего развития компании. В маркетинге партнерских отношений ключевые клиенты рассматриваются как инвестиции в будущее.

Когорта (Cohort) – группа граждан, имеющая возрастные различия не более чем на 12 лет, сформировавшаяся под влиянием одних и тех же политических, экономических и культурно–исторических обстоятельств.

Код (Code) – символическое представление некоторой информации.

Код штриховой (Bar code, Scancode) – графическое, изображение, состоящее из ряда параллельных штрихов прямоугольной формы и пробелов между ними. Наносится на упаковку товара для продажи в розницу. Считывание штрихового кода на контрольной панели кассы позволяет видеть цену и характеристику товара, а компьютер ведет учет запасов товаров, минуя проданный товар.

Кодирование (Coding) – присваивание ответам респондентов на анкету числовых значений (номеров).

Кодировочный лист (кодировка) (**Code list**) – специальная страница в бумажной или электронной форме, на которую заносятся номера (коды) ответов респондента на вопросы анкеты.

Комиссионер (**Commission agent**) – оптовый посредник, осуществляющий закупку и продажу товара, не приобретая права собственности на товар. Получает за свои услуги комиссионные, размер которых зависит от оборота.

Комиссия посредника (Finder's fee) – вознаграждение, выплачиваемое частному лицу или компании, за деловую операцию.

Коммерсанты-оптовики (Merchant wholesalers) – независимые оптовики, которые покупают товары, приобретая право собственности на них.

Коммуникативные каналы (**Communicative channels**)– средства обеспечения обмена информацией с целевыми покупателями. К их числу относятся: газеты, журналы, радио, ТВ, почта, телефон, рекламные плакаты (постеры), рекламные листки, брошюры, буклеты, каталоги, проспекты, компакт-диски, аудиокассеты, Интернет.

Коммуникатор (Communicator) – источник сообщения, обеспечивающий информацией получателя.

Коммуникация (Communication) – процесс передачи сообщения, включающий, как правило, шесть элементов: источник, сообщение, канал коммуникации, получатель, а также процессы кодирования и декодирования.

Коммуникация маркетинговая (Marketing communication) – процесс эффективного донесения информации о продукте или идее до целевой аудитории.

Коммуникация массовая (Mass communication) – система коммуникации, характеризующаяся отсутствием обратной связи и прямого контакта с получателем (реклама в СМИ).

Коммуникация, личные каналы (Personal communication channel) – непосредственное общение двух или нескольких человек (собеседники,

лектор и аудитория, телефонный контакт, личная переписка), предполагающее обратную связь.

Коммуникация, неличные каналы (Nonpersonal communication channel) – опосредованное, не имеющее обратной связи распространение сообщений в основные СМИ с целью получения желаемых результатов и обеспечение проведения различных мероприятий.

Компания (Company) – объединение юридических и физических лиц для проведения различной экономической (производственной, торговой, посреднической, финансовой, страховой) деятельности. Имеет статус юридического лица.

Компенсации (Rebates) – средство стимулирования продаж, при котором покупатели вправе получить возмещение части от продажной цены.

Комплекс маркетинга «4P» (Marketing–mix) – набор, поддающихся контролю факторов маркетинга, используемых компанией для достижения своих целей. Включает такие элементы, как: товар (product), цена товара (price), распространение товара (place), его продвижение (promotion),. Выражается в мнемонической форме «4P».

Комплекс продвижения (Promotional mix) – специфическое сочетание элементов продвижения, которое компания использует для достижения рекламных и маркетинговых целей. В его состав традиционно входит: реклама, личная продажа, стимулирование сбыта, связи с общественностью.

Конкурентная стратегия (Competitive strategics) – конкурентное преимущество компании, которое она может достичь на рынке, относительно других конкурентов. Основной смысл конкурентных стратегий заключается в том, что они способствуют удержанию или увеличению компании определенной доли рынка.

Конкурентные преимущества (Competitive benefits) – факторы, определяющие превосходство компании над конкурентами, измеряемые

экономическими показателями такими как: дополнительная прибыль, более высокая рентабельность, рыночная доля, объем продаж.

Конкурентный анализ (Competitive analysis) – оценка конкурентной ситуации, степени конкурентных преимуществ собственной компании и конкурентов. Основная задача заключается в том, чтобы определить возможности и преимущества данной конкурентной ситуации.

Конкурентоспособность (Competitive position, Competitiveness) – позиция компании, место на рынке, позволяющее ее продукции или услуге конкурировать с другой продукцией или услугами.

Конкуренты (Competitors) – рыночные субъекты, осуществляющие свою деятельность в одном рыночном пространстве. Различают четыре основных вида конкуренции – монополистическая, олигополистическая, монополистическая конкуренция, чистая конкуренция.

Конкуренция олигополистическая (Oligopolistic competition) – разновидность конкуренции, где небольшое число продавцов устанавливают согласованные между собой цены на товары и торгуют с большим количеством покупателей. Новым продавцам сложно проникнуть на этот рынок.

Конкуренция (Competition) – это процесс взаимодействия и противоборства различных операторов рынка, собственников товаров и услуг за наиболее выгодные условия их производства и реализации потребителям.

Конкуренция всеобщая (**Total competition, straight competition**) – рыночная ситуация, где рассматривается в роли соперников те компании, которые борются за деньги одних и тех же потребителей.

Конкуренция глобальная (Global competition) – конкурентная ситуация, при которой фирмы разрабатывают, производят и реализуют свои товары и услуги по всему миру.

Конкуренция монополистическая (Monopolistic competition) – конкуренция между большим числом конкурентов, выступающих с самыми разнообразными предложениями на отдельных сегментах рынка, где они

могут продать продукт по более высокой цене. Этот вид конкуренции занимает промежуточное положение между чистой конкуренцией и олигополией.

Конкуренция неценовая (Nonprice competition) – рыночный подход, при котором стоимость продукции минимизируется, а другие рыночные факторы максимизируются путем придания продукции наиболее отличительных выгодных качеств, например, особый дизайн, высокие эксплуатационные характеристики, доступность, гарантийное обслуживание и т.д.

Конкуренция отраслевая (Industrial competition) – рыночная ситуация в отрасли, где компания считает своими соперниками компании-производителей тех же самых продуктов или класса товаров.

Конкуренция торговых марок (Brand competition)– уровень конкуренции компании, где в качестве ее соперников выступают поставщики товаров/услуг с аналогичными продуктами, предлагаемые тем же самым целевым рынкам по сходным ценам.

Конкуренция чистая (Pure competition) – рыночная ситуация, где имеется множество продавцов и покупателей какого– либо схожего товарного продукта. При этом ни покупатель, ни продавец не могут оказать большого влияния на уровень текущих рыночных цен.

Конкуренция, чистая монополия (Pure monopolistic market) – рыночная ситуация, когда на определенном товарном рынке торгует всего один продавец. Часто это государственная организация. Например, Газпром, РАО ЕЭС, ОАО РЖД.

Консалтинг (Consulting) – деятельность специализированных маркетинговых компаний, консультирующие производителей, продавцов, покупателей по широкому кругу вопросов в сфере экономики, управления, сбыта, ценообразования, продвижения продукции, исследования и прогнозирования рынка товаров и услуг, вывода на рынок новых продуктов, инноваций и других.

Консультант по маркетингу, (Management consultant) – частное лицо, представитель компании или сама компания по вопросам управления, анализа и поиска решения деловых проблем маркетинговыми инструментами.

Консьюмеризм (Consumerism) – социальный институт, общественное движение, имеющее своей целью создание и проведение в жизнь системы защиты прав потребителей.

Контекстные показы (**Context hits**) – баннерные показы в поисковых системах, привязанные к определенным ключевым словам или словосочетаниям, по которым потенциальные клиенты могут найти товар или услугу. Покупка контекстных показов происходит из расчета за 1000 запросов/показов баннера.

Контроллинг (**Controlling**) – это комплексная систематическая оценка всех сторон предприятия: подразделений, руководителей, сотрудников. Задача состоит в том, чтобы при фактических расхождениях с планом привести в действие механизм, способный восстановить движение компании к намеченной цели.

Контрольная группа (Control group) – группа, часть респондентов, не подвергаемых экспериментальным воздействиям.

Контрреклама (Countadvertising) – опровержение ненадлежащей рекламы, распространяемое в целях ликвидации вызванных ею последствий.

Контрсегментация (Countersegmentation) – объединение нескольких сегментов рынка и использование в отношении их единой стратегии маркетинга в целях снижения издержек.

Концепция (Concept) – система взглядов, то или иное понимание событий, явлений, процессов, основная идея. В маркетинге проверка концепции, в первую очередь, осуществляется на основе анализа поведения потребителей.

Концепция «черный ящик» (Black box concept) - заимствованная из кибернетики «модель», при которой мотивы, критерии и установки, повлиявшие на решение о покупке во внимание не принимаются так как

считается, что они совершаются внутри сознания и психологии человека, как бы, в «черном ящике». Поэтому нельзя до конца познать или предсказать процесс принятия решений покупателем.

Концепция маркетинга (Marketing concept) – рыночный подход к бизнесу, основанный на приоритете потребителя, как главного агента рыночных отношений, на его потребностях, интересах и запросах. Основа концепции – ориентация на потребителя.

Концепция партнерских отношений (concept relashionship) – современная система взглядов в маркетинге, ориентирующаяся на формировании долгосрочной лояльности потенциальных потребителей на основе тесного взаимодействия в процессе создания ценностей и получения на этой основе потребительских выгод и прибыли для компании

Концепция покупателя (Consumer concept) – современная маркетинговая концепция, ставящая своей целью рост прибыли посредством увеличения доли расходов каждого клиента. Реализуется за счет увеличения лояльности и фокусирования внимания на жизненных интересах покупателя.

Концепция продаж (Selling concept) – концепция управления маркетингом, где целью компании является увеличение ресурсов и усилий в сфере сбыта и стимулирования своих товаров или услуг. Это также концепция интенсификации коммерческих усилий или концепция сбыта.

Концепция совершенствования производства (Production concept) – концепция управления маркетингом, в ситуации, когда потребители отдают предпочтение товарам, которые имеются в продаже, пользуются спросом и доступны по цене. В этом случае целью компании является совершенствование производства этих товаров, снижение издержек.

Концепция совершенствования сбыта (продаж) (Concept of sales) – точка зрения, согласно которой потребители по своей натуре никогда не будут добровольно покупать всю выпускаемую компанией продукцию, поэтому она должна вести агрессивную политику продаж и интенсивно продвигать на рынок свою продукцию. Эта концепция именуется также

интенсификацией коммерческих усилий и активно используется некоммерческими организациями.

Концепция совершенствования товара (Product enhancement concept) – концепция управления маркетингом исходит из того, что потребители отдадут предпочтение тем товарам, качества и свойства которых постоянно улучшаются, поэтому главную цель и задачу компания видит в совершенствовании своей продукции.

Концепция социально-ответственного маркетинга (Societal marketing concept) – концепция управления маркетингом, где целью компании выступает установление нужд, потребностей и интересов целевых рынков и их удовлетворение более эффективными, чем у конкурентов, способами при сохранении или повышении благосостояния как потребителей, так и общества в целом.

Копирайтер (copywriter) – лицо, которое пишет тексты рекламных объявлений и готовит другие рекламные материалы. Копирайтеры обычно нанимаются рекламными агентствами, а также компаниями, производящими продукцию или занимающиеся ее сбытом.

Корпоративная идентичность (Corporate identity) – уникальный набор признаков компании, по которым она быстро и безошибочно распознается потребителями.

Корреляция (Correlation) – метод обработки данных, когда данные об одной переменной обеспечивают определенную информацию о другой. Корреляция бывает положительной и отрицательной.

Коучинг (Coaching) – метод непосредственного обучения сотрудника консультантом, тренером в форме индивидуального наставничества, тренинга.

Креативность (**Creativity**) – способность менеджера по маркетингу или рекламы порождать необычные идеи, отклоняясь от традиционных моделей мышления, быстро находя решения проблемным ситуациям.

Кривая спроса (Demand curve) – зависимость между ценой и сложившимся уровнем спроса. Спрос и цена находятся в обратно пропорциональной зависимости. Но не в случаях с престижными товарами. Здесь кривая спроса может иметь положительный наклон, так как высокая цена психологически воспринимается потребителем как показатель высокого качества товара.

Культура вкусов (Taste culture) – культурная ориентация группы потребителей, разделяющих общие эстетические и интеллектуальные предпочтения.

Культура корпоративная (Corporate culture) – общие отношения, нормы поведения и ценности, разделяемые всеми сотрудниками компании.

Культура массовая, поп–культура (Popular culture) – формы развлечения на рынке товаров массового производства: музыка, кино, спорт, литература, торжественные церемонии и другие.

Купон (Coupon) – сертификат, который дает право покупателям приобретать определенные товары по льготным ценам.

Л

Лидер рынка (Market leader) – компания, имеющая максимальную рыночную долю и (или) занимающая ведущие позиции на рынке в стратегически важных направлениях бизнеса. Это обеспечивается самыми низкими издержками и самыми высокими долговременными прибылями, что позволяет им максимально снижать цены.

Лидеры мнений (Opinion leaders) – лица, которые прямо или косвенно оказывают влияние на формирование мнений других людей, целевого рынка.

Лицензирование (Licensing) – разрешение, выдаваемое государственными органами продавцам на осуществление торговых и внешнеторговых операций.

Лоббирование (Lobbying) – разновидность деятельности в области PR, имеющей своей целью повлиять на решения, принимаемые государственными органами.

Логотип (Logo) – символ торговой марки, например, знак, уникальная эмблема, картинка, цветовая комбинация или иное графическое специальное представление названия компании или продукта, которая не может быть произнесена. При первом употреблении в тексте обозначается значком ®.

Лояльность (Loyalty) – характеристика отношения потребителя к марке, бренду, приверженность, характеризующаяся удовлетворенностью потребления данной продукции и вероятностью повторной покупки.

М

Магазин – гипермаркет (Hypermarket) – огромный магазин с торговой площадью не менее 4645 кв. м, где продаются самые разнообразные товары, располагающиеся вблизи городов, привлекая покупателей более низкими ценами, а также наличием автостоянки.

Магазин - супермаркет (Supermarkets) – продовольственный магазин с большим оборотом и низкими издержками, предлагающий широкий выбор товаров и ограниченный набор услуг.

Магазин - универмаг (Department store) – магазин, в котором представлено большое разнообразие товаров, включающих мебель, товары для дома, хозяйственные товары. Каждой товарной группой занимается специальный отдел, осуществляющий снабжение и торговлю товарами данной группы.

Магазины дисконтные (Discount stores) – магазины, предлагающие товары по низким ценам и торгующие по методу самообслуживания.

Магазины массовых товаров (Fast moving consumer goods stores, FMCG stores) – магазины, которые торгуют по более низким ценам, чем универмаги или специализированные магазины, не предлагающие глубокий ассортимент или сервис.

Магазины одной цены (One-price stores) – форма розничной торговли по значительно сниженным ценам, когда все товары в магазине продаются по одной низкой цене.

Магазины специализированные (Specialized stores) – магазины, имеющие небольшие размеры и торгующие небольшим числом товарных групп, но более широким ассортиментом в пределах этой товарной группы.

Макрологистика (Macrologistics) – разновидность маркетингового управления материальными потоками, принадлежащими нескольким промышленным, торговым, транспортным предприятиям, расположенным в разных районах или странах.

Макросреда (Macroenvironment) – факторы, оказывающие влияние на микросреду компании. К ним относятся: демографические, экономические, природные, научно-технические, политические и культурного характера.

Максимизация полезности (Utility maximization) – экономическая теория, утверждающая, что потребитель, осуществляющий покупку, стремится получить максимальную пользу при минимальных затратах. В маркетинге эта теория используется для объяснения феномена спроса и покупательского поведения.

Марка зарегистрированная (Registered trademark)– юридическое закрепление уникального визуального знака, текста или интеллектуальной собственности, символизирующей определенный бизнес, часто является брендовым именем. Означает, что данное имя или знак зарегистрирован и охраняется законом.

Марка производителя (Manufacturer's brand) – марка товара, которую продает сам изготовитель.

Маркетинг (Американская ассоциация маркетинга) (Marketing) - процесс планирования и практического осуществления разработки идей, товаров и услуг, формирования цен на них, стимулирования их сбыта и распределения для реализации обмена, удовлетворяющего целям индивидов и организаций.

Маркетинг баз данных (Database marketing) – процесс создания, поддержания и использования потребительских баз данных в целях контакта с потребителями и заключения сделок.

Маркетинг в практическом смысле (Practical marketing) - представляет собой процесс стимулирования продаж товаров/услуг, включающий совершенствование продукции, определение цены, выбор и организацию каналов распределения, увеличения спроса на продукцию, включая рекламу, PR, стимулирование сбыта, личные продажи.

Маркетинг в теоретическом смысле (Theoretical marketing) – вид деятельности, направленный на выявление и удовлетворение потребностей потребителей посредством обмена.

Маркетинг в узком сегменте рынка (Niche marketing) – маркетинговая стратегия, при которой производитель или продавец направляет все свои усилия не на весь рынок, а только на его небольшой сегмент.

Маркетинг взаимоотношений CRM (Customer Relationship Marketing)– маркетинг партнерских отношений с прибыльными клиентами и другими заинтересованными участниками рынка на основе единой компьютерной базы клиентов. Основная цель – создание долгосрочных отношений между покупателем и продавцом, сохранение поддержания с клиентами устойчивых связей.

Маркетинг внутренний (Internal marketing) – маркетинг организации сферы услуг, где основное внимание нацелено на обучение и поиски эффективной мотивации персонала, непосредственно обслуживающего клиентов.

Маркетинг во внешнеэкономической деятельности (Foreign Trade marketing) – комплекс маркетинговых мероприятий компании по осуществлению выгодной для себя внешнеэкономической деятельности с другими иностранными компаниями.

Маркетинг глобальный (Global marketing) – стратегия бизнеса, рассматривающая наднациональные сегменты в качестве новых рыночных возможностей для компаний.

Маркетинг деловой (B2B–маркетинг) – маркетинг, где обе стороны обмена представлены организациями.

Маркетинг дифференцированный (Differentiated marketing) – стратегия компании, где усилия маркетинга направлены на несколько сегментов рынка с разработкой отдельного предложения для каждого из них.

Маркетинг иновационно-кадровый (innovation-personal marketing) - комплексная система организации, управления и анализа нововведений, связанных с появлением новых профессий, развитием рекламы рабочих мест, работой с биржами труда и фирмами по подбору кадров.

Маркетинг идей (Creative marketing) – разработка и предложение компанией идей целевой аудитории с целью достижения понимания, изменения ее взглядов, убеждений, побуждения к желаемой реакции и поведению.

Маркетинг кастомизированный (Customized marketing) – маркетинговая стратегия, направленная на утонченных и влиятельных потребителей, формирование для них предложений, соответствующих их ожиданиям, где каждому покупателю предлагают товар, изготовленный по заказу. Для этой цели проводится сегментирование на основе прямого отклика клиентов посредством интерактивных коммуникаций.

Маркетинг конверсионный (Conversion marketing) - тип маркетинговой практики в условиях отрицательного спроса, когда значительная часть рынка не принимает продукт и даже готова заплатить определенную цену за отказ от его использования. Задача маркетинга, состоит в изменении этой ситуации, используя набор маркетинговых инструментов: изменение продукта или его свойств, коррекция цены, более эффективные программы продвижения.

Маркетинг, контроль (Control of marketing) – проверка маркетинговой деятельности в компаниях либо собственными силами, либо с привлечением сторонних фирм. Основная цель – контроль результативности стратегий маркетинга; осуществление текущего контроля и прибыльности деятельности маркетинга.

Маркетинг массовый (Mass marketing) – стратегия, при которой предлагают один общий для всех товар, не проводя различий между потребностями и характеристиками отдельных покупателей. Чаще это продукты питания, одежда и т.п.

Маркетинг менеджмент (Marketing management) – деятельность менеджеров по маркетингу по определению целевых рынков, изучению потребностей потребителей на этих рынках, разработки товаров, установлению на них цен, выбору организации каналов распределения, способов продвижения продукции посредством обмена, удовлетворяющего потребности заинтересованных групп.

Маркетинг мест (Marketing places) – разновидность маркетинга с целью создания, поддержания или изменения отношений, мнений, взглядов, оценок со стороны целевой аудитории. К нему относятся: маркетинг земельной собственности, жилья, зон хозяйственной застройки, мест отдыха, а также инвестиции.

Маркетинг микс «4P» (Marketing mix «4P») – комплекс маркетинга, включающий 4 основные управляемые факторы комплекса маркетинга: товар (product); продвижение (promotion); цена (price); место (place). Потенциальная прибыльность этих факторов маркетинга компании и их соответствие рынку оцениваются маркетинговыми исследованиями.

Маркетинг микс «7P» (Marketing mix «7P») – расширенный комплекс маркетинга, где кроме управляемых элементов комплекса маркетинга «4P» товар (product), продвижение (promotion), цена (price), место (place), принимаются во внимание такие факторы как: персонал (personnel),

процесс (process), физическое окружение (physical surround). Этот вид маркетинга преимущественно относится к сфере услуг.

Маркетинг недифференцированный (Undifferentiated marketing) – обращение компании ко всему рынку сразу с одним и тем же предложением в противовес сосредоточению усилий на одном сегменте.

Маркетинг некоммерческий (Nonprofit marketing) – маркетинг, осуществляемый в общественных интересах и целях, в отличие от маркетинга, стремящегося к получению прибыли. Имеет своей целью осуществление пропаганды идей (например, прав человека). Этот тип маркетинга используется в сфере образования, здравоохранении, других социальных областях и проектах.

Маркетинг нишевый (niche marketing) – маркетинг, ориентированный на подстройку рыночных стратегий под клиентов.

Маркетинг новаторский (Innovative marketing) – постоянные поиски фирмой товаров, пользующихся спросом, концентрируя свои усилия на совершенствование своего маркетинга.

Маркетинг операционный (оперативный, тактический) (Operational marketing) – ориентация маркетинга на кратко- или среднесрочный период времени, направленная на существующие рынки или сегменты.

Маркетинг организаций (Organization marketing) – деятельность, предпринимаемая с целью создания, поддержания или изменения позиций и/или поведения целевых аудиторий по отношению к конкретным организациям. Чаще используется внутри компаний.

Маркетинг отдельных лиц (Celebrity marketing) – усилия маркетинга, предпринимаемые компанией для создания, поддержания или изменения позиции, поведения по отношению к конкретным лицам. Как правило, это касается знаменитостей, политических лидеров, известных общественных деятелей.

Маркетинг поддерживающий (Support marketing) – вид маркетинга, реализуемый в ситуации сбалансированности спроса на товар и его предложения. Задача маркетинга – поддержание спроса имеющимися средствами.

Маркетинг потребительский (Consumer marketing, B2C) – взаимодействия компании с потребителем, где стороны обмена, с одной стороны, представлены компаниями, а с другой – клиентами.

Маркетинг пробный (Test marketing) – реализация продукта в одном или нескольких выбранных регионах. Это также, наблюдение за реальным развитием событий в рамках предполагаемого плана маркетинга.

Маркетинг промышленный (Industrial marketing) – взаимодействие предприятия с организациями–потребителями, приобретающими товары и услуги для дальнейшего производства, использования в рамках организаций или в целях перепродажи другим потребителям.

Маркетинг профессиональных консультационных услуг (Professional services marketing) – относительно новая область предоставления деловых услуг. В ежегодном справочнике «Маркетинг в России», выпускаемый Гильдией Маркетологов, содержится более 70 наиболее авторитетных компаний, работающих в области консультационных услуг в сфере маркетинга.

Маркетинг с использованием баз данных (Database marketing) – сбор, хранение, анализ и использование всех доступных данных о текущем или потенциальном потребителе с помощью компьютера. Продавец рассчитывает предсказать будущее потребительское поведение на основе анализа характеристик потребителей и их действий в прошлом.

Маркетинг сетевой (Multilevel marketing, MLM) – маркетинг, основанный не на масштабной рекламе, а на передаче товара и опыта продаж от одного дистрибьютора к другому. Впервые его разработал и применил Марк Хьюз (1956–2000), основатель корпорации «Гербалайф».

Маркетинг событийный (event-marketing, special events) – мероприятия, организуемые службами маркетинговых коммуникаций в целях привлечения внимания общественности к самой организации, ее деятельности и продукции (церемонии открытия, официальные приемы, посещения, презентации, конференции, дни открытых дверей, круглые столы, выставки и т.п.).

Маркетинг средств производства (Marketing of means of production) – маркетинг, направленный на поиск новых видов средств производства, позволяющих промышленному потребителю снизить издержки и повысить производительность труда.

Маркетинг услуг (Marketing services) – вид маркетинга, который осуществляется в качестве сопутствующей деятельности в комплексе с маркетингом потребительских товаров и средств производства. Маркетинг услуг все более приобретает свои отличия от маркетинга товаров по мере нарастания нематериальных свойств услуг.

Маркетинг целевой (Target marketing) – предложение товаров и услуг четко очерченному целевому рынку, а не максимально широкому кругу покупателей.

Маркетинг ценовой (Price marketing) – одна из форм общей стратегии маркетинга, при реализации которой происходит управление ценой продукции в интересах обеспечения планируемого сбыта.

Маркетинг электронный (Electronic marketing, e-marketing) – э-маркетинг продукции с использованием электронных средств определения потребительского рынка.

Маркетинг-микс потребителя, четыре «С» (4Cs)– условное обозначение, включающее четыре фактора: 1) решение потребителя (customer solution); 2) издержки покупателя (customer cost); 3) удобство (convenience); 4) коммуникации (communication). Четыре «С» потребителя соответствуют четырем «Р» продавца. Потенциальная прибыльность этих факторов

маркетинга компании и их соответствие рынку оцениваются маркетинговыми исследованиями.

Маркетинговая деловая сеть (**Marketing network**) – включает в себя компанию и все заинтересованные в ее работе группы: потребителей, персонал, поставщиков, дистрибьюторов, розничных торговцев, рекламных агентств, университетских ученых и других, всех тех, с кем компания установила взаимовыгодные деловые отношения.

Маркетинговая информационная система (**Marketing information and research system**) – сбор, классификация, методическая обработка, анализ, оценка и использование актуальных сведений и информационных данных для принятия маркетинговых решений.

Маркетинговая логистика, товародвижение (Marketing logistics, Physical distribution) – планирование, выполнение и контроль перемещения материалов, готовых изделий и относящейся к ним информации от места их производства к месту их реализации. Это также выбор торговых посредников, установление с ними партнерских отношений, а также организация и поиск новых форм продажи товаров компаниям (прямой маркетинг, франчайзинг, лизинг, электронная торговля и другие).

Маркетинговая разведка (Marketing intelligence) – постоянная деятельность по сбору текущей информации об изменении внешней среды маркетинга, необходимой для разработки и корректировки маркетинговых планов.

Маркетинговые коммуникации (Marketing communications) – процесс передачи информации о товаре/услуге целевой аудитории. Основные инструменты этих коммуникаций включают в себя весь комплекс ATL/BTL: реклама в СМИ, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта, промо-акции, личные продажи, упаковку, мерчандайзинг, специальные сувениры, спонсорство, проведение выставок, сервисное обслуживание, прямой маркетинг, и др.

Маркетинговый аудит (Marketing audit) – стратегический инструмент, используемый для оценки эффективностимаркетинговых программ.

Маркетинговый план (Marketing plan) – подробный документ, посвященный вопросам того, как компания намерена использовать свои инструменты маркетинга для достижения поставленных рыночных целей. План маркетинга обычно готовится с учетом результатов аудита маркетинга.

Маркетолог (Marketologist) – 1) специалист, профессионально занимающийся проблемами маркетинга; 2) квалификация специалиста с высшим образованием в области маркетинга; 3) исследователь проблем маркетинга.

Маркетология (**Marketology**) – научное направление, дисциплина, изучающая маркетинг.

Маркировка (Marking) – условные обозначения и изображения на упаковке или продукции. Такие как: товарный знак, торговая марка, фирменное наименование, данные о товаре, почтовый адрес производителя. Сюда же могут относится: условная графика, правила обращения с грузом, указание центра тяжести, рекомендуемые места погрузки продукции.

Марочная конкуренция (Brand competition) – ситуация на рынке, где компания рассматривает в качестве своих конкурентов компании, предлагающие сходный продукт и услуги тем же целевым покупателям по близким ценам.

Марочная стратегия возрождения (Brand relaunch) – возрождение некогда популярных марок, реклама которых прекращена или они сняты с производства. Эта стратегия также носит название ребрендинг.

Марочная стратегия укрепления (Brand strengthening) – укрепление позиции марки, побуждая потребителей, которые знакомы с ней, совершать повторные покупки.

Марочное название (Brand name) – марочное имя, часть марки, которую можно произнести вслух. Буквы, слова или их комбинация.

Марочный имидж (Brand image) – свойства, с которыми покупатель связывает товары конкретной марки, выраженные в его потребительском поведении и желаниях, связанные также с ценой, качеством и ситуационным использованием этих товаров.

Матрица «Дженерал электрик» (GE matrix) – портфельный анализ стратегических бизнес-единиц (СБЕ), где выбор стратегических решений для бизнес-позиций и привлекательности отрасли зависит от ряда параметров: доли рынка, величины прибыли, ценового положения качества продукции, эффективности сбыта, успеха работы персонала, имиджа.

Матрица Ансоффа (Ansoff Matrix) – анализ развития рынка и товара, включая обработку старого рынка для имеющихся товаров с целью стабилизации или расширения доли рынка,; развитие рынка – выход со старыми товарами на новые рынки; развитие и продажа новых товаров на старых рынках(инновация) и диверсификация (уход с рынка).

Матрица БКГ (Бостон Консалтинг Групп) или матрица «доля рынка – рост рынка» 60-х г. (Boston Matrix, Growth–share matrix) – портфельный анализ продукции компании. Условно продукцию компании подразделяют на: «знаки вопросов» (Question marks) – продукты начальной фазы жизненного цикла; «звезды» (Stars) – продукты, находящиеся в фазе цикла жизни товара; «дойные коровы» (Cash cows) – это продукты, достигшие фазы зрелости, имеющие большую долю рынка и обеспечивающие высокую прибыль; «хромые утки (собаки)» (Dogs) - продукты, находящиеся в фазе насыщения и сокращения спроса на продукты.

Матрица Портера (анализ конкурентных сил) (Porter matrix) – это модель рыночного анализа стратегических возможностей компании. Включает анализ пяти факторов: 1) угроза появления на рынке новых конкурентов; 2) рыночная власть покупателей; 3) рыночная власть поставщиков; 4) наличие товаров-заменителей; 5) соперничество действующих конкурентов. Этот анализ рынка применим не только к отдельным компаниям, но и к целым отраслям рынков.

Медиа–план (Media plan) – медиапланирование, последовательно разработанная схема наилучших способов распространения маркетинговых коммуникационных сообщений целевой аудитории. С их помощью рекламодатель определяет длительность рекламной кампании, осуществляет целевой отбор рекламных носителей и обеспечивает необходимый уровень рекламного давления на потенциального потребителя.

Менеджер по медиапланированию (Media planner) - специалист по планированию использования средств распространения рекламы в рекламных кампаниях. Его главная задача – установление соответствия между целевой аудиторией (target audience) каждой кампании и СМИ.

Менеджер по продажам в компании (Divisional sales manager) – менеджер, ответственный за продажи в отделении компании. Часто эта должность вице–президента, заместителя директора по продажам.

Менеджер по работе с клиентами (CSR – Customer service representative) – «экаунт-менеджер», специалист в службе маркетинга, ответственный за работу с клиентами. В его задачу входит поддержание хороших отношений между компанией и клиентами в режиме постоянного диалога.

Менеджер по СМИ, руководитель группы по связям с рекламодателями (Account supervisor) – специалист службы маркетинга, отвечающий за общий контроль по связям и взаимодействию со средствами массовой информации

Менеджер по стимулированию сбыта (Sales promotion managers) – специалист, составляющий бюджеты и оценивающий успех компании в области стимулирования продаж.

Менеджер, медиа-байер (Media buyer) – специалист, ответственный за покупку времени и печатной площади для размещения рекламных сообщений в СМИ. Может выполнять также обязанности заведующего рекламным отделом.

Менеджер, ответственный за торговую марку или бренд–менеджер (Brand manager) – специалист производящей компании, который несет персональную ответственность за координацию продаж, разработку товара конкретной торговой марки, маркетинговые коммуникации (брендинг), ее бюджет и прибыль.

Менеджмент (management) – совокупность принципов, методов, средств и форм управления организацией с целью достижения наивысшей эффективности ее функционирования.

Мерчандайзинг (Merchandising) – вид маркетинга розничной торговой сети. Включает: оформление торговых прилавков, витрин, размещение товаров в торговом зале, представление сведений о товаре. Цель – улучшение организации сбыта определенных товаров. Этот вид маркетинга используется больше для привлечения покупателей в магазин, чем для продвижения самого продукта.

Место или распределение (Placement) – местонахождение товара или услуги в нужном месте в нужное время с целью удовлетворения потребностей потребителя.

Метод «волна продаж» (Sales wave method) – предварительные рыночные испытания, при которых новый товар доставляют для применения на дом потребителям. Потребители повторно закупают этот или конкурирующий товар до шести раз по сниженным ценам (шесть «волн продаж»).

Метод «выхватывания из толпы» (VoxPop interview)– вид опроса респондентов, когда интервью берутся у прохожих в каком-либо оживленном месте или у посетителей крупных магазинов.

Метод «дневника, высылаемого по почте» (Mail diary method) – метод сбора данных постоянной панели покупателей. Специально отобранные респонденты записывают подробную информацию о покупках определенных категорий товаров в специально выданный им дневник, который они возвращают по почте или Интернет через регулярные промежутки времени.

Метод «дневника» (Diary technique) – метод сбора информации об аудиториях (читателей, зрителей, слушателей). Специально отобранные респонденты из числа аудитории заполняют дневники за вознаграждение. Они указывают в нем демографические данные, житейские и потребительские привычки каждого из членов своей семьи.

Метод «коллективного блокнота» (Collective notebook) – метод генерации идей, который реализуется группой аналитиков, где каждый из них кратко записывает в блокнот существо проблемы.

Метод «мистерия шоппинг» (Mystery shopping) – метод маркетинговых исследований в форме эксперимента, предполагающий оценку качества обслуживания с помощью специалистов, выступающих в роли подставных покупателей (заказчиков, клиентов и т. п.).

Метод «мозговой атаки» (Brainstorming) – аналитический метод поиска маркетингового решения, где группы по 5-6 человек от 15мин. до одного часа проводят тематическое обсуждение интересующего вопроса или проблемы. Приветствуются оригинальные идеи и новые подходы. Выступления выслушиваются молча и до конца. По окончании анализируются идеи и подводятся итоги обсуждения.

Метод «припоминания без подсказки» (Unaided recall) – метод проведения опросов, при котором респондентов просят вспомнить интересующий объект без содействия или подсказок со стороны исследователя.

Метод «припоминания на следующий день» (DAR – Day-After-Recall) – тестирование представителей аудитории, от которых требуется вспомнить что-либо конкретное о рекламном ролике на следующий день после его просмотра.

Метод «припоминания с подсказкой» (Aided recall) – метод проведения опроса, при котором предпринимаются попытки стимулирования памяти респондента при помощи подсказок об объекте интереса.

Метод «расчет от наличных средств» (Affordable method) – форма формирования рекламного бюджета посредством выделения компанией такой суммы на продвижение товара, которую она себе может позволить.

Метод «расчет процента от суммы продаж» (Sales percentage calculation) – форма формирования рекламного бюджета, рассчитанная в установленном процентном отношении от текущей или прогнозируемой выручки (как правило 2–5–7 %).

Метод «слепое тестирование» (Blind use test) – тестирование, в ходе которого потребителей просят оценить различные продукты, не информируя их о наименованиях марок.

Метод «ступенек» (Laddering) – способ последовательного раскрытия сформированных в сознании потребителя ассоциаций между отдельными свойствами продукта и общими последствиями, которые наступают в ходе их реализации.

Метод «фокус–групп» (Focus group) – метод качественных исследований, когда небольшую группу людей (6-12 чел) просят сосредоточиться (сфокусироваться) на том или ином вопросе и обсудить его с ведущим дискуссию (модератором) в формате глубинного интервью.

Метод «фэйс-ту-фэйс» (Face to face, лицом к лицу) – процедура опроса, при котором интервьюер задает вопросы и фиксирует ответы респондента непосредственно в ходе прямого общения. При этом анкета тут же заполняется интервьюером.

Метод «холл-тест» (Hall-test) - метод исследования целевой аудитории, предполагающий тестирование отдельных характеристик товаров (и/или рекламных материалов) в закрытом помещении.

Метод «хоум-тест» (Home test) - метод исследования, при котором респонденту предлагается протестировать какой- либо продукт или несколько продуктов в реальной домашней обстановке. Обычно это продукты повседневного использования: детское питание, шампуни, стиральные порошки и др.

Метод «читательских привычек» (Reading habit) – метод измерения аудитории печатных средств массовой информации, где респондентам предлагается ответить на вопросы, например, сколько номеров издания из последних четырех они читали.

Метод U&A (Usage and Attitude, привычек и предпочтений) – методика описания пользователей и не пользователей определенного продукта, а также отношения к нему. Исследование проводится по трем параметрам: осведомленность (о марке, продукте, рекламе); потребление (частота, объем, способ потребления); покупка (частота, источник, цена, объемы, модели покупательского поведения).

Метод в форме беседы (Interview) – метод получения информации на основе диалоговой коммуникации, используется при индивидуальных опросах, интервью.

Метод включенного наблюдения (Participant observation) – метод сбора информации, при котором исследователь осуществляет наблюдение за определенным потребительским сегментом, выступая, при этом, его членом.

Метод глубинного интервьюирования (In-depth interview) – индивидуальная беседа интервьюера, проводимая с респондентом по заранее разработанному сценарию (вопроснику), которая предполагает получение от респондента развернутых ответов на вопросы, а не заполнение анкеты. При этом, обычно используется магнитофонная запись.

Метод заключительного тестирования (Posttests) – метод, где респондентам предлагается заполнить тесты, после того как реклама была показана этой целевой аудитории, с целью определения ее воздействия.

Метод интервью он-лайн (Online interview) – один из современных методов опроса покупателей посредством размещения анкеты на сайте компании или рассылки ее по заранее намеченным электронным адресам.

Метод интроспекции (Introspective method) – метод, используемый при анализе и прогнозировании поведения рыночных субъектов (потребителей, конкурентов). Исследователь пытается поставить себя на

место анализируемого субъекта, выдвигая гипотезы о его поведении, исходя из собственных представлений.

Метод исследования в торговом центре (Mall intercept) – метод предварительной проверки, который включает в себя обращение к людям, выбранным случайным образом в торговом центре, демонстрируя им различные варианты продукции с целью получения от них оценки.

Метод исследования розничной сети (Store checking) – метод, предполагающий обследование выбранных торговых точек (розничных и мелкооптовых) с целью изучения ассортимента и ценовых характеристик продаваемых товаров.

Метод исследования рынка «слепая» проверка (blind testing) – метод исследования рынка, когда потребителям предлагается оценить продукцию, не раскрывая ее, с целью выяснения потребительских предпочтений. Этот метод часто используется для сравнения нового продукта с уже признанным, занимающим на рынке прочные позиции.

Метод исследования торговых зон (Retail audit) – метод сравнительного анализа частоты посещения торговой точки покупателями. Источниками информации могут выступать, например, перепись данных продаж торговой точки или зоны, подсчет количества автомобилей на стоянке перед торговой точкой.

Метод исследования цен (Pricing research) – метод, направленный на определение такого уровня и соотношения цен, который бы позволял получить наибольшую прибыль при наименьших затратах. Наиболее известные среди них – «лестница цен» (Price Laddering), «определение чувствительности цены»(Price Sensitivity Measurement).

Метод кабинетного исследования (Desk research) – маркетинговое исследование, проводимое на основе изучения и анализа вторичных данных - внешних публикаций и материалов, включая изучение внутренних отчетов, служебной информации компании.

Метод кейсов (Case study) – подробное описание и анализ отдельной рыночной ситуации. Часто используется в образовательных целях, где слушателям предлагается стать соучастниками этой ситуации и найти оптимальное решение выхода.

Метод контент-анализ (Content analysis method) – кабинетный метод анализа содержания коммуникации (теста, сообщения). Маркетолог-исследователь определяет четкий ряд категорий, высвечивающих исследуемую проблематику. Затем классифицирует содержание этой коммуникации в соответствии с этими категориями.

Метод моделирования рынка (Market-build-up method) – способ определения рыночного потенциала города, региона или страны на основе выявления всех потенциальных покупателей в отношении приобретения ими товаров производственного назначения.

Метод опроса (Survey method) – один из самых распространенных методов сбора данных: личное интервью, телефонное интервью, почтовый опрос или какая-либо их комбинация.

Метод опроса в момент совершения покупки (PIT – Purchase Interception Technique) – метод опроса потребителей, предполагающий сбор данных посредством личных интервью. Для этого проводится наблюдение покупательского поведения в магазине и последующий перехват потребителей в момент совершения покупки.

Метод тестирования концепции (Concept test) – исследование, при котором концепция продукта оценивается выборкой из целевого потребительского сегмента.

Метод тестирования продукта (Use test) – один из способов оценки продукта, при котором продукт предоставляют пользователям и через определенный промежуток времени просят дать отзыв о нем .

Метод эксперимент (Experimental) – целенаправленное изучение отдельных параметров товара, цены, упаковки, дизайна и т.п. в целях изучения факторов, влияющих на изменение потребительских реакций и предпочтений

в специально организованной группе (без предварительного согласия потребителей).

Метод, «набор по методу «плюс один» (Plus-one dialing) – метод телефонного опроса, при котором исследователь случайно выбирает телефонные номера из одного или нескольких справочников, после чего к четырем последним цифрам каждого номера прибавляется единица.

Метод, «условное личное собеседование» (Random individual interview) – процедура случайного выбора респондентов, с которыми договариваются об интервью по телефону или при посещении их дома либо на работе.

Методика CAPI (Computer Assisted Personal Interview) - мультимедийная система персонального интервьюирования при помощи компьютера. Респондент находится за компьютерным терминалом и отвечает на вопросы анкеты, отображаемые на экране монитора, с помощью клавиатуры, мыши или сенсорного экрана.

Методика VALS 1 – методика психографической сегментации, утверждающая, что образ жизни потребителей есть отражение их внутренних ценностей и их отношений к жизни. Исследования проводятся по внешним и внутренним факторам. В результате потребители подразделяются на 9 типов: «Выживающие»; «Терпеливые»; «Убежденные»; «Подражающие»; «Преуспевающие»; «Индивидуалисты»; «Рискующие»; «Социально озабоченные»; «Интегрированные».

Методика VALS 2 – усовершенствованная методика по сравнению с **VALS 1**, подразделяющая потребителей на 3 группы на основе их ориентации на: 1) принцип; 2) статус; 3) действие. Потребителей затем подразделяют на 8 типов: «Реализующие», «Осуществляющие/Выполняющие», «Преуспевающие», «Рискующие», «Убежденные», «Старающиеся», «Практики», «Сопротивляющиеся».

Методы качественных исследований (Qualitative marketing research) – методы маркетинговых исследований, направленных на изучение

убеждений, мотиваций, мнений и ощущений респондентов, где используются небольшие выборки респондентов. К этим методам относятся: глубинное интервьюирование, групповые обсуждения (фокус-группы). При этом интервьюер задает, как правило, вопросы типа: «Почему?», «Каким образом?».

Методы количественных исследований (Quantitative methods) – методы маркетинговых исследований, направленные на изучение мнений и оценок потребителей в ходе опросов. При этом в анкетах используются открытые и закрытые вопросы. Они сформулированы так, чтобы получить ответы на вопросы: «Кто?», «Что?», «Где?», «Когда?», «Как?» и «Сколько?». К таким методам относятся прежде всего массовые опросы потребителей.

Микромаркетинг (Micromarketing) – целенаправленные маркетинговые усилия по разработке и производству продукции, рыночных стратегий фирмы и рекламных кампаний, направленных на очень специфические географические, демографические и психографические сегменты потребительского рынка.

Микросреда компании (Microenvironment) – факторы, тесно связанные с компанией и воздействующие на ее способность обслуживать целевых клиентов. Она включает: саму компанию, посредников, поставщиков, конкурентов, целевых потребителей и контактные аудитории.

Миссия компания (Corporate mission) – заявление о том, каким видом (видами) деятельности компания призвана заниматься.

Модель прогнозирования (Forecasting model) – модель, используемая для конструирования рыночного спроса на продукцию. Модель прогнозирования основывается на трех информационных базах: 1) что люди говорят; 2) что люди делают и 3) что люди делали в прошлом.

Модератор (Moderator) – ведущий дискуссии в фокус–группах. Должен владеть специальными знаниями и методами управления аудиторией.

Мониторинг (Monitoring) – система постоянного, регулярного сбора и отслеживания четко определенного объема рыночной информации: цен, запросов, ожиданий потребительских сегментов, рекламы и т.п.

Мотив (Motive) – устойчивое предрасположение, направляющее покупательское поведение индивида по достижению определенной цели. Мотивы могут быть рациональными (утилитарными) или эмоциональными (гедонистическими).

Мультиатрибутивная модель товара (Multiattribute model product) – модель, связывающая суждения потребителей по поводу отдельных атрибутов (свойств) товаров, включая их оценку в целом (нравится – не нравится). Эта модель основана на том, что атрибуты товара потребители рассматривают и оценивают с точки зрения их основных качеств (набор функциональных характеристик) и добавленных качеств (свойства товаров, превышающих качества товаров – конкурентов).

Н

Наблюдение (Observation) – метод сбора данных по регистрации (фиксации) интересующего исследователя поведения потребителя (прямое наблюдение, наблюдение в искусственно созданной ситуации, косвенное наблюдение, включая использование техники для записи информации о поведении покупателя).

Наблюдение неструктурированное (Nonstructured observation) – метод проведения наблюдения, который предусматривает регистрацию исследователем всех событий, связанных с объектом наблюдения, без их предварительного уточнения.

Наблюдение прямое (Direct observation) – метод наблюдения, при котором исследователь непосредственно наблюдает интересующее лицо или поведение.

Наблюдение структурированное (Structured observation) – метод наблюдения, при котором исследователь предварительно определяет ряд

параметров исследуемого явления или поведения потребителя, которые являются объектом его регистрации.

Новатор (Innovator) – потребитель, который раньше других готов к потреблению новых изделий.

Новинка (Innovation). В жестком варианте – уникальный продукт, не имеющий мировых аналогов; в мягком варианте – любой товар, выпускаемый данной фирмой менее 4 лет.

Новинка, распространение, диффузия (Diffusion of innovation) – процесс увеличения числа покупателей нового продукта или новой услуги. Сначала новый продукт покупают только те, кто испытывает к нему доверие либо любит рисковать и пробовать все новое (новатор). После того как продукт завоевывает доверие среди группы любителей всего нового, на рынке появляется уже большая по численности группа покупателей (ранние последователи).

Нормы (Norms) – мнения относительно правил потребительского поведения, разделяемые всеми членами социальной группы на основе согласия.

Нужда (Human need) – ощущение недостатка в чем–либо или желания сохранить то, что приносит удовольствие. Нужда является основой потребности.

О

Обмен (Exchange) – соглашение на основе взаимной выгоды, в результате которого покупатель и продавец обмениваются чем-то, представляющим для них ценность (стоимость). В качестве обмена могут выступать товары и услуги, информация и даже обязательства.

Обмен как процесс (Exchange process) – динамический процесс, при котором продавец требует оплату за то, что он удовлетворил потребность покупателя в имеющем для него ценность (товаре/услуге). Для совершения этого процесса необходимо минимум три условия: 1) наличие коммуникации

между покупателем и продавцом; 2) договоренность в отношении ценности предмета; 3) передача ценности.

Оборот (**Turnover**) – сбыт в стоимостном выражении. На практике понятия «сбыт» и «оборот» употребляют как идентичные.

Образ жизни или стиль жизни (Lifestyle) – устоявшаяся форма существования человека в мире, совокупность общих ценностей и вкусов, демонстрируемых представителями той или иной группы потребителей. Наиболее яркое отражение стиль жизни находит в способах приобретения товаров и услуг.

Образцы (Samples) – средство стимулирования сбыта, отдельные товары или их аналоги, которые предоставляются потребителям бесплатно.

Обратная связь (Feedback) – ответная реакция аудитории, полученная специальными методами, по характеру которой рекламодатель может судить насколько хорошо была принята его реклама, в каких условиях она была принята, какова позиция и отношение потребителей, охваченных рекламой.

Обучение (Learning) – поведение при покупке, основанное на прошлом опыте потребителя. Покупки, основанные на привычке, обычно рассматриваются как результат обучения.

Объем предложения (Quantity supplied) – количество любых товаров и услуг, которые продавцы желают и имеют возможность продать.

Объем спроса (Quantity demanded) – количество товара, который покупатели желают и имеют возможность приобрести.

Обычаи (Customs) – исторически сложившиеся в обществе способы покупательского поведения индивидов, воспринимаемые ими как очевидные.

Опросник (**Questionnaire**) – список вопросов, подготовленных заранее, на которые респонденту надлежит ответить или утверждения, с которыми он должен согласиться или не согласиться.

Оригинал-макет (camera-ready copy) – издательский окончательный вариант макета, который должен полностью соответствовать

будущим экземплярам тиража печатного продукта в полиграфическом дизайне.

Ориентация на конкуренцию (Competition-oriented approach) – способность предугадывать план действий, направленных на анализ действий конкурентов и нахождение в результате оригинальных решений, приводящие к успеху. Обычно эта ориентация используется на стагнирующих и зрелых рынках.

Ориентация на потребителя (Customer orientation) – план разработки компанией продуктов и стратегий, направленных на более полное удовлетворение потребностей потребителей.

Ориентация на производство (Production orientation) – ориентация компаний преимущественно на эффективность производства и наличие товара, а не на потребности потребителей.

Ориентация на сбыт (Sales orientation) – ориентация компаний преимущественно на сбыт продукции, которую они производят, а не на потребности потребителей.

Отдел закупок (Buying center) – структурное подразделение, единица предприятия, на которую возложена ответственность за принятие решений о закупке необходимой продукции.

Отдел маркетинга (marketing department) – отдел какой-либо компании, занимающейся адаптацией бизнеса к требованиям рынка. К его функциям относятся анализ рынка (сегментация и позиционирование), разработка товара (определение вида и характеристик), определение ценовой стратегии и политики.

Отдел сбыта (sales department) – отдел какой-либо компании, занимающейся формированием сбытовой политики. К его функциям относятся разработка методов поощрения покупок, воздействие на структуру, скорость и объемы продаж, реализация своей продукции в целях получения большой денежной выручки.

Отклик (CTR – Click Trough Ratio) – параметр оценки эффективности банерной рекламы в Интернет. Представляет собой процент, отношение количества показов баннера к переходам по нему на сайт рекламодателя. Например, если баннер был показан 1000 раз и по нему совершено 15 переходов на сайт рекламодателя, тогда CTR данного баннера = 1,5 %

Оценка (Evaluation) – стадия в процессе принятия решения о покупке. Это оценка потребителем стоимости, качества и его реакции на продукт или услугу.

Оценочные критерии (Evaluative criteria) – основания, по которым потребитель сравнивает различные товары одной и той же категории и принимает решение о выборе одной из альтернатив.

Ошибка вмешательства (Interference error) – ошибка, возникающая из-за того, что интервьюер не придерживается строго установленных правил при сборе данных.

Ошибка записи (Recording error) – ошибка, имеющая место вследствие некорректной записи ответов респондента.

П

Паблик рилейшнз компании, организации - связи с общественностью (Public relations) – разработанный комплекс коммуникационных программ компании, включая: публикации важных новостей в популярных газетах; выступления по TV; лоббизм; рекомендации и консультации, другие действия, направленные на создание благоприятной репутации и имиджа. В результате отношение общественности к данной компании или организации становится лучше, чем отношение к конкурентным компаниям и организациям.

Паблисити (Publicity) – деятельность по распространению различной информации о компании или ее продукции в средствах массовой информации с целью привлечения внимания общественности, в том числе СМИ. Часто паблисити носит эпатажный, скандальный характер.

Паблисити, ее инструменты (Publicity tools) – средства обеспечения неличного представления компании, идеи, товара или услуги. Например, статьи и упоминание в СМИ, пресс-релизы, пресс-конференции, социальная реклама.

Панель (Panel) – сбор данных у одной группы респондентов через равные промежутки времени. Построение и поддержка панели требует больших затрат, поэтому этим занимаются в основном профессиональные исследовательские компании.

Панель исследовательская компании «Нильсен» (Nielsen research panel) – выборочная панель розничных продавцов, которая дает представление обо всех розничных продавцах определенных категорий продукции (продовольственные товары, парфюмерия и фармацевтика, табачные изделия, спиртные напитки, электротовары и др.). «Нильсен» оценивает состояние продаж розничных магазинов с интервалом в 2 месяца.

Панель исследовательская компании «Этвуд» (Attwood panel) – панель представляет собой регулярную выборку из большого числа покупателей (примерно 5000 семей), которые записывают ежедневные покупки в специальные книги, высылаемые им раз в неделю. В них регистрируются данные о купленных товарах, марках, ценах, количестве товарных единиц в упаковках, месте и времени покупок. Это позволяет с большой точностью рассчитать средний объем покупок, приходящийся на одного типичного потребителя.

Панель потребительская (Consumer panel) – участники панели: домашние хозяйки, отдельные потребители. В ходе опроса эти участники заполняют специально подготовленные опросные листы о совершаемых ими покупках.

Панель сервисная (Service panel) – панель специальных исследований потребностей покупателей в сфере обслуживания и различного вида предоставления услуг.

Панель торговая (Target panel) – сбор информации о развитии сбыта определенных групп товаров, их запасах, закупках в определенном количестве предприятиями розничной или оптовой торговли.

Паритет покупательной способности (Purchasing-power parity – PPP) – положение о том, что цена на стандартный набор товаров примерно одинакова в двух странах, если принимать во внимание курс обмена валют этих стран.

Первичные данные (Initial data) – данные, собранные или полученные исследователем непосредственно в ходе конкретного исследования.

Переменная (Variable) – величина, значение которой изменяется. Например, чтобы отличить одного индивида от другого, в качестве переменных могут рассматриваться рост, вес, цвет глаз и т.д.

Персонал (Personnel) – решающая ценность бизнеса. Персонал компании рассматривается в этом качестве если он стремится обеспечивать поддержку и продвижение товаров потребителям (клиентам).

Плакат (Banner) – щит или растяжка с напечатанной на них рекламной информацией.

Плановая, командная экономика (collectivism) – экономическая система, при которой планирование осуществляется преимущественно центральным правительством, а средства производства являются общественной собственностью. Такая система существовала в СССР.

«Плати и уноси» (Cash and carry). Клеше – форма торговли, когда оптовый продавец, реализует свой товар розничным торговцам, продавцам, частным предпринимателям со скидкой. На условиях, что они его покупают оптом, платят наличными и вывозят самостоятельно. Например, «Метро», «Ашан».

«Подарки самому себе» (Self–gifts) Клеше – ситуация, когда потребитель приобретает продукты и услуги для себя самого в качестве награды или утешения. Часто это импульсивные покупки.

Позиционирование (Positioning) – маркетинговая стратегия по разработке предложений компании своей продукции или своего имиджа, с целью занять выгодное положение, в сознании и психологии целевой группы потребителей, отличное от других аналогичных предложений.

Позиционирование товара (Positioning goods) – способ информирования потребителей о преимуществах и особенностях товара. Основное преимущество товара, о котором необходимо сообщить целевому рынку, определяет его позиционирование.

Позиционирование, неоднозначное (Confused positioning) – результат маркетинговых усилий по позиционированию, в результате которого у определенного сегмента рынка создается смутное представление о данной компании, ее товарах или торговых марках.

Позиционирование, однобокое (Overpositioning) - ошибка маркетологов в позиционировании, при которой позиция компании, принятая целевым рынком, отражает слишком узкое представление о ней, о ее товарах или торговых марках.

Позиционирование, поверхностное (Underpositioning) – ошибка маркетологов в тактике отношении позиционирования товаров или торговых марок, в результате которой компания может потерять в глазах потребителей определенную позицию.

Позиционирование, спекулятивное (Implausible positioning) – усилия и действия маркетологов по созданию у потребителей преувеличенного представления о возможностях и достоинствах компании, ее товаров и торговых марок.

Позиция (Position) – образ, который должен занять товар по сравнению с конкурирующими товарами в сознании и психологии потребителя.

Поиск информации (Information search) – процесс поиска потребителем необходимой информации для принятия оптимального решения по поводу приобретения того или иного товара.

Поколение (Cohort) – группа людей близкого возраста, живущих в одно время с периодичностью в 25 лет.

Покупатели корпоративные (Organizational buyers) – лица, осуществляющие покупки от имени компаний с целью использования приобретенной продукции для обработки, реализации или повторной продажи.

Покупатели промышленные (Industrial buyers) – покупатели товаров для последующего их использования в производстве другой продукции.

Покупатели, список (Prospect list) – список потенциальных покупателей, используемых в телемаркетинге, в прямой почтовой рассылке.

Покупатель бывший (former buyer) – потребитель, который не сделал ни одной дополнительной покупки в течение длительного периода времени, обычно года. Для продавцов по почте список таких покупателей с течением времени теряет свою ценность (они могут сменить адрес).

Покупательная способность (Purchasing ability) – объем товаров, которые может приобрести потребитель в обмен на свои денежные средства.

Покупательская ориентация (Shopping orientation) – предрасположенность, позиция потребителя в отношении приобретения им определенного товара.

Покупательская премия (Buying loader) – подарок, предлагаемый производителем розничному торговцу в качестве премии за покупку его продукции.

Покупка (Purchase) – одна из стадий в процессе принятия решений о покупке, когда потребитель приобретает товар или осуществляет его замену.

Покупка импульсная (Impulse purchase) –желание возникшее стихийно у потребителя приобрести товар, вызванное его видом или специально разработанными мероприятиями в месте продажи.

Покупка повторная (Repeat purchase) – покупка потребителем продукции одной и той же марки. По характеру повторных покупок судят о лояльности или приверженности покупателя к марке.

Покупка, влияние лидеров мнений (Expert power) – способность некоторых лиц, обладающих специфическими знаниями или навыками в той или иной области, оказывать влияние на принятие решений другими потребителями.

Покупка, не требующая усилий со стороны покупателя (Low–involvement product) – покупка продукта, который не требует больших размышлений от покупателя или почти их не требует. Это обычно недорогие продукты (спички, соль, хлеб, салфетки и пр.).

Покупка, этапы процесса (Purchase) – процесс покупки потребителем состоит из 5 основных этапов: 1) осознание проблемы; 2) поиск информации; 3) оценка вариантов; 4) решение о покупке и 5) постпокупочная реакция.

Покупки, частота (Purchase frequency) – число покупок потребителем определенного товара или осуществления покупок у одного конкретного продавца в течение установленного периода времени.

Пол (Gender) – одна из сегментационных переменных. В исследовательской практике маркетинга эта переменная особенно используется для таких товаров как текстиль, косметика, ювелирные украшения, персональные услуги (например, парикмахерские).

«Поле» (Field) – условное обозначение этапа проведения маркетингового исследования по сбору первичной информации: массовый опрос, наблюдение, регистрация фактов, событий или явлений.

Полезность (Benefit) – оценка потребителем способности товара удовлетворять его потребности.

Получатель (Receiver) – один из участников процесса коммуникации, лицо, принимающее сообщение, информацию от другого участника.

Помехи (Interference) – факторы окружающей среды, которые мешают или разрушают отношения коммуникатора или сам процесс коммуникации.

Посредники (Intermediaries) – частные лица, компании, помогающие другим компаниям продвигать, продавать и распространять товары среди конечных потребителей.

Поставщики (Suppliers) – организации или частные лица, поставляющие товары заказчикам, обеспечивающие компанию или ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для организации производства и сбыта продукции.

Постмодерн (Postmodern) – состояние экономики общества, где исследователи выделяют следующие факторы: 1) рынки сегментированы и состоят из ниш; 2) никто не испытывает потребности в одном и том же; 3) компании отличаются друг от друга меньшими размерами и гораздо больше используют кооперацию; 4) конкурентные отношения на рынке заменяются бюрократическими формами организации.

Потребители «ранние последователи» (Early adopters) – лидеры среди потребителей в своей социальной среде. Выступают основными источниками информации о новых продуктах для других людей

Потребители «золотые» (Golden consumers) – покупатели, согласные платить премиальную цену за предложения.

Потребители «инертные» (Laggards) – потребители, которые крайне медленно принимают новшества, появляющиеся на рынке.

Потребители «новаторы» (Innovators) – часть населения, которая первой принимает новый продукт. Они, как правило, имеют высокий уровень образования, используют многочисленные источники информации и отличаются склонностью к риску.

Потребители «позднее большинство» (Late majority) – люди, которые настроены скептически, имеют социальный статус ниже среднего и в

меньшей степени, чем новаторы и ранние последователи, полагаются на рекламу и личные продажи как источники информации.

Потребители глобальные (Global consumers) – потребители из разных стран или регионов мира, имеющие сходные потребности и ищущие сходные потребительские выгоды и свойства товаров.

Потребитель - лицо, осуществляющее первую покупку (First–time buyer) – потребитель, который в первый раз покупает что–то у продавца.

Потребитель (Consumer) – юридическое или физическое лицо, потребляющее продукцию, является центральным объектом внимания маркетинга.

Потребитель, его готовность заплатить (Willingness to pay) – максимальная сумма, с которой покупатель согласен расстаться для приобретения товара.

Потребитель крупный (Heavy users) – небольшой процент потребителей, на который приходится значительный процент объема продаж. Рекламодатели в этих секторах рынка направляют свои усилия на группы именно таких крупных потребителей.

Потребитель, его жизненный цикл (Consumer lifestyle) – стадии, характеризующиеся изменением потребительского поведения индивида, проходящие в течение его жизни.

Потребитель, мотивация (Consumer motivation) – внутреннее побуждение индивида к удовлетворению физиологических и психологических потребностей посредством покупки и потребления продукта.

Потребитель, процесс социализации (Consumer socialization) – процесс приобретения индивидом навыков, знаний, отношений, культуры необходимых ему, чтобы действовать в качестве потребителя.

Потребитель–организация (Consumer organization) – юридическое лицо, которое приобретает товары или услуги для производства, обслуживания или распределения других товаров конечным потребителям.

Потребительская корзина (Consumer basket) – расчетный набор, ассортимент товаров, характеризующий типичный уровень и структуру месячного (годового) потребления человека или семьи.

Потребительская логистика, стадии (Consumer logistics) – основные стадии поведения покупателя, в котором выделяют семь стадий: 1) подготовка к совершению покупки; 2) прибытие в магазин; 3) вход в магазин; 4) передвижение по магазину; 5) кассовое обслуживание; 6) дорога домой и хранение продуктов дома; 7) стадия пополнения товарных ресурсов.

Потребительская лояльность (Brand loyalty) – приверженность покупателей к данной торговой марке, характеризующаяся прочно укоренившейся привычкой покупать одно и то же изделие, товар или пользоваться одной и той же услугой.

Потребительская ниша (Consumer niche) – более узкая группа потребителей, обычно составляющая небольшой рынок, и имеющая специфические запросы и предпочтения.

Потребительские базы данных (Consumer database) – демографическая и финансовая информация об отдельных потребителях, составленная из разных доступных источников.

Потребительские предпочтения (Consumer preference) – способ, которым потребители, делающие покупки на свободном рынке, распределяют свои совокупные расходы на покупку товаров/услуг.

Потребительские товары (Consumer goods) – товары, произведенные для использования потребителем с целью удовлетворения его нужд и потребностей (например, продукты питания и одежда, легковые автомобили, электроника и т.п.)

Потребительские характеристики (Customer profile) – классификация групп потребителей на основе различных демографических, психографических и географических характеристик. Иногда это характеристики постоянных покупателей (shopper profile).

Потребительский набор (Consumption constellation) – набор продуктов и видов деятельности, используемый потребителем для определения и выполнения отведенной ему обществом роли, а также для поддержания процесса общения с другими членами общества.

Потребительское общество (Consumer society) – понятие, воплощающее идею, согласно которой современные общества отличаются тем, что они во все большей степени оказываются организованными вокруг потребления. Рынок распространяется на все сферы жизни, а совершение покупок становится основным видом досуга.

Потребительское поведение (Consumer behavior) – процессы, происходящие во время осуществления отдельным индивидом или группой людей выбора, приобретения, применения и утилизации различных товаров, услуг, идей или впечатлений с целью удовлетворения своих нужд и желаний.

Потребительское пристрастие (Consumer addiction) – физиологическая и психологическая зависимость потребителя от потребления тех или иных товаров или услуг.

Потребление (Consumption) – деятельность по использованию потребительских товаров и услуг для удовлетворения текущих потребностей отдельных лиц, организаций и государства.

Потребление вынужденное (Compulsive consumption) – ситуация, при которой потребление может оказаться неуместным, чрезмерным и даже вредным для потребителя.

Потребление, вызывающее (престижное) (Conspicuous consumption) – приобретение предметов роскоши с целью демонстрации окружающим своей способности позволить иметь для себя подобную роскошь.

Потребности физиологические по А. Маслоу (Physiological needs) – основные потребности человека (пища, жилище, жажда, секс), которые при удовлетворении перестают быть детерминирующими факторами мотивации и более не оказывают определяющего влияния на поведение.

Потребности в безопасности по А. Маслоу (Security needs) – потребности в физической защищенности (сохранении физической структуры организма) и психологической защищенности (сохранении психической структуры характера). К ним относятся потребности в собственной индивидуальности, чувстве ответственности за свою судьбу.

Потребности социальные по А. Маслоу (Social needs) – потребности в социальном статусе, принадлежности к группе, в ассоциировании себя с коллективом. Это потребности в общении и любви, взаимопомощи, чувстве принадлежности, общности с другими людьми.

Потребности в самоуважении по А. Маслоу (Ego needs) – это потребности в чувстве собственного достоинства, уверенности в себе и собственной компетенции. Это также потребности в ощущении значимости собственных целей, уважении со стороны других людей, в признании заслуг, почитании таланта.

Потребности в самоактуализации по А. Маслоу (Self-actualization needs) – потребности, стоящие на высшей ступени иерархии и включают в себя самоутверждение, самореализацию и саморазвитие. К ним относятся потребности в развитии собственных способностей, в придании смысла вещам и своей деятельности, в нахождении им разумного обоснования.

Потребности заявленные (Identified needs) – ситуация, когда потребители открыто заявляют о необходимости удовлетворения определенных потребностей (например, какой-либо мебели, квартиры, машины). Маркетолог должен выяснить насколько эти потребности действительные.

Потребности незаявленные (Unidentified needs) – скрытые потребности, которые покупатель не артикулирует, но ждет их удовлетворения, например, сервис по обслуживанию. Маркетолог должен выяснить насколько эти потребности действительные.

Потребности тайные (Hidden needs) – поведение покупателей, связанное с их стремлением быть выгодными приобретателями. Маркетолог должен выяснить насколько эти потребности действительные.

Потребности, иерархия по А. Маслоу (Maslow's Hierarchy of Needs) – распространенная в маркетинге психологическая теория мотивации, помогающая понять особенности покупательского поведения людей.

Потребность (Human want) – нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личными особенностями потребителя.

Прайм тайм (prime time) – период дня, когда к СМИ (радио и телевидение) привлекается наибольшее внимание широкой аудитории. Рекламные сообщения, передаваемые в этот период, оплачиваются по самой высокой цене.

Предложение (Supply) – количество товара или услуги, которое продавец может произвести и предложить к продаже по договорной цене в течение определенного периода времени.

Предприниматель (Entrepreneur) – частное лицо, предпринимающее усилия по поставке на рынок товаров и услуг ради получения прибыли. Обычно он инвестирует в предприятие свой собственный капитал и принимает на себя все риски.

Презентация (Presentation) – один из этапов процесса продажи, при котором продавец или торговый агент демонстрирует преимущества предлагаемых товаров, доказывая необходимость их приобретения.

Премия (подарок) (Gift, Free product) – средство стимулирования сбыта, которое включено в предложение товара бесплатно или со значительной скидкой.

Пресс-конференция (Press conference) - инструмент паблисити – информационная встреча с представителями СМИ, которые предварительно ознакомлены с материалами о ее содержании.

Пресс-релиз (News release), (инструмент паблисити) – специально подготовленная информация о предстоящем корпоративном событии для представителей прессы.

Престиж (Status) – статус или репутация различных групп потребителей представляющая собой важный параметр потребительской сегментации, основу которого может составлять доход, власть, уровень образования, профессиональная квалификация, компетенция.

Прибыль (profit) – разница между продажной ценой на реализуемые товары и затратами на их производство (приобретение).

Прибыль текущая, максимизация (Profit maximization) – стратегический план, когда компания устанавливает ту цену, которая обеспечивает ей максимальное поступление прибыли и максимальное возмещение затрат. Ожидаемые финансовые показатели рассматриваются как более важные, чем планируемые в перспективе.

Привычка (Habit) – связь между стимулом и реакцией, закрепившаяся в сознании потребителя, которая благодаря личному опыту приобретает практически автоматический характер.

Принцип 80/20, закон Парето (80/20 principle) – принцип, установленный итальянским ученым, социологом и экономистом Вильфредо Парето, в соответствии с которым 80% всех доходов приходится на долю 20% самых богатых граждан.

Прогноз на основании исследования намерений покупателей (Survey of buyer intentions forecast) – метод прогнозирования продаж, включающий опрос потенциальных клиентов о вероятности приобретения ими товара или услуги в течение конкретного периода времени.

Прогноз на основе опроса экспертов (Survey of experts forecast) – метод прогнозирования на основе опроса экспертов о вероятности наступления какого-либо события.

Прогноз продаж (Sales forecast) – прогноз будущих продаж конкретной продукции в течение определенного периода времени,

построенный на основе платежеспособности потребителей, тенденций рынка, прошлого опыта, темпа инфляции, безработицы и других факторов.

Прогноз сбыта (продаж) (Sales forecast) – объем продаж на предстоящий период времени с учетом влияния контролируемых и неконтролируемых факторов.

Программы для постоянных покупателей (Continuity programs) – средство стимулирования сбыта, которое используется для поощрения и вознаграждения повторных покупок посредством учета каждой покупки, совершенной потребителем, включая предоставления премии по мере их накопления.

Программы лояльности (Loyalty programs) – маркетинговая стратегия стимулирования потребителей повторных покупок с помощью вознаграждения и других.

Продавец (Vendor) – лицо, специалист, который продает товары или услуги.

Продавцы–консультанты (Sales consultants) – торговые представители, которые берут на себя инициативу определения потребностей покупателей, вырабатывают рекомендации и предложения по их удовлетворению.

Продажа «мягкая» (Soft sell) – способ сбыта продукции с использованием ненавязчивых методов продажи товаров в отличие от тех методов, которые характерны для «жесткой» продажи (Hard sell).

Продажа личная как процесс (Personal selling process) – действия по сбыту товара, совершаемые до и после его продажи, включающие шесть этапов: 1) разведка; 2) подготовка к договору; 3) договор; 4) презентация; 5) заключение сделки; 6) сопровождение заключенной сделки.

Продажа-семинар (Seminar selling) – форма коллективной продажи, при которой команда представителей компании знакомит специалистов фирмы-клиента с последними новинками своих товаров.

Продажи личные (Personal selling) – личные контакты торгового персонала компании с покупателями, включая презентацию товара или идеи в процессе личного общения с потенциальным покупателем либо представителем другой компании в целях совершения продажи.

Продукт (товар или услуга) (Product) – результат производства и предоставления в вещественной или информационной форме того, что может быть продано. Продукция чаще всего имеет предметный вид, количественно измеряемый в натуральном и денежном выражении.

Промо-сайт (Promo-site) – сайт, специально созданный для какой-либо рекламной кампании, либо посвященный определенному товару или компании.

Промоутер (promoter) – специалист, способствующий продвижению продаж, стимулирующий продвижение товаров или услуг, как правило, в местах продажи или оказания услуг.

Промоушн, продвижение (Promotion) – совокупность различных маркетинговых мер, усилий, действий, посредством рекламы, PR, личных продаж, стимулирования сбыта и использование других маркетинговых коммуникаций, предпринимаемых производителями, продавцами товара или услуг, посредниками в целях повышения спроса, увеличения сбыта, расширения рыночного пространства для реализации продукции.

Промышленный шпионаж (Industrial espionage) – тайный сбор промышленных секретов и конфиденциальной информации о конкурентах.

Пропаганда (Propaganda) – сообщение, воздействующее на ум и чувства целевой аудитории, передаваемое с целью поддержки или распространения определенного мнения, желаемой точки зрения на действия компании.

Проспект (advertisments) – средство печатной рекламы в виде красочной брошюры. Выполняется на высоком полиграфическом уровне и содержит информацию о рекламодателе, его сотрудниках, о выпускаемой продукции. Выделяют рекламные и пропагандистские.

Противоположная реакция (Reactance) – эффект бумеранга, имеющий место в случаях, когда потребители в качестве ответной реакции выбирают модель поведения, противоположную той модели, которая предлагается в рекламном сообщении.

Процесс закупок (Purchasing process) – процесс приобретения компанией необходимых товаров/услуг. Включает 8 последовательных этапов, называемых фазами закупки: 1) осознание проблемы; 2) обобщенное описание потребностей; 3) определение характеристик товара; 4) поиск поставщика; 5) запрос-предложение; 6) выбор поставщика; 7) составление заказа; 8) оценка работы поставщика. Эта схема обычно используется для товаров производственного назначения.

Процесс разработки новых товаров (Innovation development process) – основные этапы, включая генерирование идей, их отбор, разработку концепции товара и ее тестирование, разработку стратегии маркетинга, анализ возможностей производства и сбыта, проектирование товара и запуск его в коммерческое производство.

Прямой маркетинг (Direct marketing) – интерактивная система маркетинга, которая позволяет потребителю получить информацию, приобрести продукт без посредников с помощью средств информации или сделать то и другое одновременно.

Прямой маркетинг, основные каналы (Direct marketing main channels) – маркетинг прямого отклика, где продажа товаров происходит непосредственно потребителям в обход торговых посредников. Включает: личные продажи, прямую почтовую рассылку, использование каталогов, телемаркетинг, мобильную коммерцию и электронный маркетинг.

Психография (психографика) (Psychographics) – исследование психологии потребительских групп или отдельных потребителей с точки зрения характерных для них общих черт, ценностей, представлений, предпочтений и моделей поведения.

Р

Работа с ключевыми клиентами (Major account management) – практика использования коллективных продаж для сосредоточения внимания на важных клиентах и построения с ними взаимовыгодных, долговременных отношений.

Разведка (Prospecting stage) – поиск и оценка потенциальных клиентов в процессе личной продажи.

Разработка сообщения (Message development) – процесс создания рекламного сообщения.

Распределение, сбыт (Distribution) – процесс перемещения товара в пространстве и времени от производителя к потребителю.

Распределительные центры (Distribution centers) – централизованные распределительные предприятия, которые в отличие от складов обслуживают большие потребительские рынки. Они хранят широкий ассортимент товарных групп, получают крупные отгрузки из различных мест производства и располагают компьютеризованной системой обработки заказов.

Рассылка повторная (Repeat mailing) – вторая рассылка почтовой рекламы по тому же списку, выполненная через определенный промежуток времени (рекомендуется шесть недель).

Расчет бюджета на продвижение (Advertising budget) – расчет бюджета рекламной кампании, где используется пять наиболее общих методов: 1) ориентация на предыдущий год с учетом инфляции; 2) от наличных средств; 3) в процентах к сумме продаж; 4) ориентация на бюджет ближайшего конкурента; 5) исходя из поставленных целей и задач.

Расшифровка (Decoding) – интерпретация получаемого сообщения, раскодирование.

Рациональные ожидания (Rational expectations) – действия потребителей, которые в своих прогнозах оптимально используют всю имеющуюся у них информацию, включая оценку политики, проводимой правительством.

Реакция выбора (Choice reaction) – действие, когда человеку необходимо выбрать один из двух или нескольких объектов по определенным признакам.

Рейтинг (rating) – показатель популярности физических или юридических лиц. Для каждого рейтинга должен быть четко прописан критерий его формирования.

Ребрендинг (Rebranding) – нахождение новой позиции для бренда в сознании потребителей, перепозиционирование бренда.

Ревизия маркетинга (Marketing revision) – процедура пересмотра или существенная корректировка стратегии и тактики маркетинга в результате изменений условий как внешнего, так и внутреннего характера.

Реклама (Advertising) – распространяемая в любой форме с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, виде деятельности, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим лицам, к товарам, идеям и начинаниям, и способствовать их реализации. (ФЗ 1995 г. «О рекламе», ст. 2)

Реклама «дутая» (Puffery) – реклама, содержащая субъективные преувеличения при описании товаров и услуг, типа: «выдающаяся личность», «наилучший», «великолепный», которые остаются на совести рекламодателя.

Реклама в местах продажи (POS ads, Point of Sale ads, Store advetising) – разновидность рекламы в преимущественно двух видах: витрины магазинов и внутримагазинные экспозиции на прилавках, стеллажах.

Реклама в справочных изданиях (Directory advertising) – реклама в специализированных, отраслевых справочниках, классифицируемых в соответствии с их назначением.

Реклама вложенная (Blow-in) – рекламный материал, который вставляется между страницами журнала, имеет обычно форму открытки.

Реклама деловая (Business–to–business, B2B advertising) – реклама, призванная в отличие от потребительской рекламы осуществлять связь между

предприятиями и организациями (concumer advertising). Публикуется, в основном, в отраслевых изданиях.

Реклама институциональная, корпоративная (Institutional, corporate advertising) – тип рекламы, направленной на улучшение репутации компании, не связанный с рекламой каких-нибудь конкретных продуктов, где обсуждается стабильность, вклад бизнеса в общественное благосостояние. Используются банками, страховыми компаниями, государственными учреждениями и организациями.

Реклама информационная (Pioneering advertisements) – тип рекламы, сообщающий о существовании товара, о том, что он собой представляет, а также о том, где его можно найти.

Реклама корректирующая (Corrective advertising) – тип рекламы, с помощью которой компания исправляет ложные заявления, сделанные ею раньше.

Реклама, метод инвестирования (plow-beck method) – система ассигнования на рекламу всех денежный доходов за предыдущий период, полученных в виде чистой прибыли. Как правило, этот метод используется в случае выведения на рынок новой продукции.

Реклама на общественном транспорте (Transit advertising) – информация о существовании товаров и компании, распространяемая на транспортных средствах (автобусы, такси, вагоны метро, пригородные и скоростные поезда, вокзалы).

Реклама на остановках и станциях (Station poster) – вид рекламы в виде щитов, установленных на остановках автобусов, станциях метро, железнодорожных вокзалах и в аэропортах.

Реклама напоминающая (Name advertising) – реклама, направленная на то, чтобы заставить потребителя вспомнить о товаре. Этот тип рекламы имеет важное значение на этапе зрелости товара.

Реклама наружная (Outdoor advertising) – вид рекламы, к которой относятся: изображения, конструкции, располагаемые в местах скопления

публики, вдоль автомобильных дорог, железнодорожных линий, на крышах и наружных стенах домов. Этот вид рекламы имеет целью донести рекламное сообщение до всего рынка данного населенного пункта.

Реклама ненадлежащая (Deceptive advertising) – недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная или иная реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством РФ (ФЗ 1995 г. «О рекламе», ст. 2).

Реклама потребительская (Consumer advertising) – реклама, направленная на конечного пользователя продукции или услуг в отличие от рекламы, направленной на предпринимателей и промышленность.

Реклама пропагандистская (Advocacy advertising) – вид корпоративной рекламы, отражающий точку зрения компании по отдельным вопросам.

Реклама прямая почтовая (Direct–mail advertising) – вид рекламы, при которой используются средства индивидуальной связи, а не средства массовой информации.

Реклама рубричная (Classified advertising) – реклама в газетах и журналах, в которой тексты всех рекламных объявлений имеют один размер и шрифт без использования иллюстрации.

Реклама социальная (Social advertising) – реклама, пропагандирующая общественные, национальные, государственные интересы, имеет благотворительные цели и задачи.

Реклама сравнительная (Comparison advertising) – тип рекламы, где демонстрируются преимущества одного вида продукции данной категории путем явного или скрытого сравнения его с другими видами продукции той же категории.

Реклама сувенирная (Specialty advertising) – инструмент стимулирования сбыта. Распространяется в качестве сувенира как средства напоминания, (календари, ручки, кружки, флажки, спичечные коробки и т.п.).

Реклама убеждающая (Competitive advertisements) – тип рекламы, подчеркивающий характеристики и преимущества определенной торговой марки. Приобретает особую значимость на этапе роста объема продаж, зрелости товара.

Реклама цены (Price copy advertising) – реклама, которая выделяет цену в качестве основного элемента маркетинга- микс. Преимущественно используется в сфере услуг.

Реклама шокирующая (Provocative advertising) – тип рекламы, где используют иногда выходящие за рамки приличия скандальные рекламные ролики и объявления типа: подростки, пьющие пиво, откровенные эротические сюжеты.

Реклама, альтернативные носители (Alternative media) – реклама, размещающаяся на нестандартных носителях: тележки для товаров в магазинах, деловые публикации, профессиональные журналы, рекламные листовки, телефонные справочники.

Реклама, заманивающая в магазин (Bait-ad) = Привлечь и переключить (Bait and switch) – реклама, предлагающая соблазнительно низкие розничные цены на товары с целью привлечения покупателей в магазин.

Реклама, концепция уникального торгового предложения (УТП) (USP – Unique Selling Proposition) – точка зрения, согласно которой любой товар должен обладать уникальным свойством, представляющим особый интерес для потребителя.

Реклама–листовка (Circular) – реклама, напечатанная на одном листе бумаги, передаваемая из рук в руки или рассылаемая по почте. Может быть цветной или черно-белой.

Реклама устная (Word – of – mouth advertising) – реклама нового товара или услуги, когда покупатель (пользователь) рассказывает своим друзьям, соседям и знакомым о достоинствах товара.

Рекламная площадь (advertising spot) – определенный объем рекламного издания или площадь печатных СМИ (газет, журналов), предназначенная для размещения рекламы.

Рекламная программа (Media planning) – процесс разработки, включающий четыре этапа: 1) утверждение бюджета; 2) определение содержания рекламного обращения; 3) определение эффективных медиа-средств; 4) оценка коммуникативного эффекта и воздействия рекламной кампании на показатели продаж.

Рекламное агентство (Advertising agency) – организация, специализирующаяся на создании и размещении рекламы. В ее структуру как правило входят: творческий отдел, занимающийся разработкой, отбором рекламных идей, аргументов и способов их передачи; отдел средств рекламы, ответственный за выбор средств, носителей рекламы и за ее размещение; коммерческий отдел, специализирующийся на коммерции, взаимоотношениях с заказчиками (рекламодателями) и с организациями, где размещается реклама.

Рекламное объявление (Advertisement) – информационное сообщение в любом печатном издании, оплачиваемое и предназначенное для обращения к массовой аудитории с целью убеждения, информирования, содействия, побуждения или изменения отношения к характеру потребления, поддержки или одобрения конкретных товаров, услуг, идей или организаций.

Рекламное резюме (Advertising brief) – соглашение между рекламным агентством и клиентом о целях выработки стратегии рекламной кампании. После согласования рекламного резюме агентство готовит план распространения рекламы в СМИ и составляет смету расходов.

Рекламное сообщение (advertising message) – любое известие о товаре, услуге, интересующее целевую аудиторию.

Рекламные расценки (Advertising rates) – расценки, по которым рекламные агентства взимают плату за свои услуги, включая использование их производственных ресурсов.

Рекламный агент (publicist) – лицо, представляющее рекламное агентство, ведущее от его имени дела и осуществляющее контакты с организациями и лицами.

Рекламный аргумент (advertising argument) – довод, доказательство в пользу рекламируемого товара, содержащееся в рекламном обращении.

Рекламный бюджет (Advertising budget) – размер и структура финансовых средств, предназначенных для осуществления рекламной деятельности.

Рекламный листок (Handbill) – вид напечатанной рекламы, которая раздается в руки потенциальным потребителям, приклеивается на стекло автомобиля или опускается в почтовый ящик.

Рекламный проспект (Handout) – вид печатной рекламы, красочное издание, буклет, содержащий информацию о товаре или группе товаров родственного назначения, предлагаемых одной компанией.

Рекламный текст (Copy) – текст рекламного объявления или текст, который люди произносят в рекламных роликах.

Рекламный трюк, крючок (Hook) – элемент рекламы, то, что бросается в глаза и привлекает внимание зрителей, слушателей или читателей.

Рекламный фильм, ролик (advertising film, commercial) – изготовленный на кино- или видеопленке короткий фрагмент, включающий основную рекламную идею (рекламный сюжет – спот), направленную на привлечение внимания потребителей и побуждающий их к приобретению (получению услуг).

Рекламодатель (Advertiser) – юридическое или физическое лицо, являющееся источником рекламной информации для производства, размещения, последующего распространения рекламы. (ФЗ 1995 г. «О рекламе», ст. 2)

Рекламопроизводитель (Advertising agency, Advertising agent) – юридическое или физическое лицо, осуществляющее полное или частичное

приведение рекламной информации к готовой для распространения форме. (ФЗ 1995 г. «О рекламе», ст. 2)

Рекламораспространитель (Media placement agency, Advertising medium)) – юридическое или физическое лицо, осуществляющее размещение и/или распространение рекламной информации путем предоставления и/или использования имущества, в т.ч. технических средств радиовещания, телевизионного вещания, а также каналов связи, эфирного времени и иными способами. (ФЗ 1995 г. «О рекламе», ст. 2)

Рекрутмент (Recruitment) – стадия исследования, где осуществляется отбор (набор) участников исследования, респондентов. На этой стадии исследователи выясняют: отвечает ли данный кандидат необходимым требованиям, предъявляемым респондентам, например, по полу, возрасту, образованию, уровню дохода, месту жительства и т.п.

Репозиционирование (Repositioning) – маркетинговые усилия по изменению потребительского отношения к товару посредством подчеркивания его новых потребительских преимуществ средствами рекламы.

Репутация (Reputation) – общественное мнение о качествах, достоинствах или недостатках кого–либо, чего–либо, человека, компании или товара. Задачей связей с общественностью и рекламы компании является создание и поддержание благоприятного отношения к ней в случае появившихся неблагоприятных о ней впечатлений.

Респондент (Respondent) – участник исследования – тот, кому задают вопросы.

Референтная группа (Reference group) – группа людей, значимых и привлекательных для индивида. Он использует эту группу в качестве мерила самооценки, источника ценностей и целей, личных стандартов потребления.

Римейк (remake – сделать заново, повторить) – выпуск продукции с использованием имевших место ранее дизайна, «старых» идей.

Риск (Risk) – переход права собственности на товар к оптовому торговцу. Последний принимает на себя все риски, связанные с возможностью его продажи и изменением продажных цен**.**

Роль (Role) – устойчивый стиль потребительского поведения индивида в обществе, зависящей от его статуса, ожиданий других людей в отношении его поведения.

Рост (Growth stage) – этап жизненного цикла продукта, характеризующийся быстрым увеличением продаж и появлением конкурентов.

Рынок (Market) – территория, на которой встречаются продавцы и покупатели, чтобы обменяться тем, что представляет ценность (стоимость). В более общем плане - это экономические отношения между продавцами и покупателями по поводу обмена между ними товаров и услуг, в результате которого формируется спрос, предложение и цена. Состоит из потребителей, поставщиков, каналов распределения, механизмов установления цен и осуществления обмена (сделок).

Рынок государственных учреждений (Government market) – правительство, местные органы власти, ведущие закупку или арендующие товары, необходимые для осуществления функций управления.

Рынок, выход (Market exit) - ситуация на рынке, при которой отдельный товаропроизводитель или продавец не в состоянии обеспечить достаточный объем прибыли на длительный период из-за низкой конкурентоспособности своей продукции.

Рынок доступный (Available market) – такой рынок, в котором определенная группа покупателей проявляет интерес, имеет доступ и располагает соответствующим доходом для приобретения определенных товаров и услуг.

Рынок неиспользуемый (Untapped market) – свободное место, где спрос не удовлетворяется существующей продукцией, что в свою очередь, дает возможность использовать новый способ, предложение.

Рынок организации, учреждений (Institutional market) – школы, больницы, частные клиники, колледжи, институты и другие организации, которые предоставляют обществу товары, услуги и пользуются его дотациями.

Рынок покупателя (Buyer's market) – рыночная ситуация, где предложение превышает спрос, в результате чего цены могут снижаться. Однако, снижение цен может привести к уходу с рынка продавцов и, тогда, цены снова начнут расти.

Рынок потребительский (Consumer market) – рынок, представленный индивидуумами и домохозяйствами, покупающими товары и услуги для собственного использования. Покупатели этих товаров являются конечными потребителями.

Рынок потребительский, емкость (Market capacity) – представляет собой совокупный платежеспособный спрос покупателей, характеризующий размер денежных доходов потребителей, за вычетом их сбережений.

Рынок продавца (Seller's market) – рыночная ситуация, где спрос превышает предложение, что позволяет продавцам повышать цены. Однако, повышение цен может резко сократить покупки и, тогда, продавцы вынуждены снова снижать цены.

Рынок промежуточных продавцов (Reseller market) – лица или организации, приобретающие товары для последующей их перепродажи или сдачи в аренду другим потребителям с целью получения для себя выгоды или прибыли.

Рынок товаров производственного назначения (Industrial market) – рынок, где потребители состоят из компаний и организаций, покупающих товары для их последующего использования в производстве других товаров для продажи.

Рынок труда (Employment market) – продажа рабочей силы на определенный срок, где рабочая сила представляет собой товар, который может покупаться и продаваться. Это определенный распределительный механизм, увязывающий спрос и предложение этого особого товара.

Рынок финансовый (Financial markets) – финансовые, банковские институты, операции, деятельность которых имеет цель свести вместе покупателей и продавцов с помощью эффективных финансовых инструментов.

Рынок целевой (Served market – target market) – часть определенной совокупности покупателей (сегменты, ниши, региональные рынки, индивидуумы), которые имеют доходы, проявляют интерес к определенным товарам или услугам, а также доступ и право пользования ими.

Рынок, анализ (Market analysis) – выявление всех обстоятельств, связанных с реальными или потенциальными партнерами компании по рынку. В центре внимания находятся потребители, поставщики, посредники, продавцы.

Рынок, выход (Market entry) – ситуация на рынке, когда усилия компании по продаже новых или существующих товаров, направлены на новые целевые сегменты рынка.

Рынок, господствующее положение (Dominant market position) – ситуация, при которой предприятие либо самостоятельно, либо действуя совместно с несколькими предприятиями, контролирует рынок определенного товара либо группы товаров. Положение такого предприятия аналогично положению монополиста.

Рынок, его доступность (Market availability) – совокупные затраты средств, усилий и времени какой–либо внешней компании с целью её проникновения на рынок.

Рынок, его инфраструктура (Market infrastructure) – совокупность оптовых торговых предприятий, бирж, брокерских компаний, финансовых институтов, налоговая система, другие организации, обеспечивающие и сопровождающие рыночные процессы.

Рынок, метод оценки (Market estimation method) – оценка числа покупателей на рынке и количества купленного товара на основе данных прошлых продаж или проведенных исследований.

Рынок, мониторинг (MLU – Market Look-Up) – слежение за рынком по ряду показателей: объему и скорости продаж; основным покупателям товара; месту покупки, частоте покупок различными группами потребителей; рыночным долям конкурентов по продаваемому типу товаров; степени насыщения рынка данным товаром; имиджу продаваемого товара.

Рынок, стратегия лидера (Market leadership strategy) – стратегия компании с наибольшей долей рынка, стремящаяся удержать свои позиции за счет расширения общего рынка посредством предложения новых продуктов и мощной рекламы.

Рынок, стратегия прочного внедрения (Market penetration strategy) – стратегия установления компанией низкой цены на новый товар с целью привлечения большего количества покупателей и завоевания большей доли рынка.

Рынок, стратегия расширения (Marketing expansion strategy) – предложение существующих товаров на новых рынках с целью расширения продаж всей товарной категории.

Рынок, текущая ситуация (Current marketing situation) – часть маркетингового плана, где представлены данные относительно объемов продаж, цен, прибылей, положения продукта на рынке, каналов распределения, позиции конкурентов и макросреды.

Рынок, тестирование (Market test) – исследование доступа к продукту покупателей в одной или нескольких тестовых зонах, посредством измерения числа покупок и реакции потребителей на рыночную тактику.

Рыночная доля (Market share) – доля совокупных продаж всей продукции, конкурирующей на одном и том же рынке, приходящая на одну конкретную продукцию. Обычно выражается в процентах.

Рыночная ниша (Market niche) – сегменты рынка, с которыми связывают компании свои возможности и стратегические планы.

Рыночная доля в натуральном выражении - объем продаж компании или торговой марки в штуках, выраженный в процентах от общего объема продаж на одном и том же рынке.

Рыночная доля по отношению к ведущему конкуренту (Leading competitor market share) – сравнение объема продаж компании относительно к ведущему конкуренту на рынке.

Рыночная емкость (Market capacity) – оценка потенциального и реального объема продаж определенного товара при сложившейся конъюнктуре рынка в течении заданного периода времени, зависящего от многих факторов, например: спроса на товар, уровня цен, общей конъюнктуры рынка, доходов населения, деловой активности и др.

Рыночная разведка (Marketing intelligence) – сбор, анализ и обобщение любой информации, которую можно добыть в целях получения картины о деятельности конкурентов, их возможностей и намерений в области реализации какого-либо продукта на рынке.

Рыночная структура (Market structure) – основные характерные черты рынка, к числу которых относятся количество и размеры функционирования в нем предприятий и компаний, степень сходства или отличий товаров разных предприятий, условия вступления в отрасль, доступность рыночной информации.

Рыночное лидерство по показателю доли (Leading share market) – положение компании-лидера, которой принадлежит самая большая доля рынка, по сравнению с конкурентами.

Рыночный потенциал (Market potential) – потенциал отрасли, в котором отражается объем продаж продукта всеми компаниями какому-либо сегменту рынка при определенных условиях внешней среды и маркетинговых усилиях компаний.

Рыночный прогноз (Market forecast) – общий уровень спроса на продукцию всех марок, отражающий возможный результат конкретных маркетинговых усилий всех конкурентов на данном рынке.

Рыночный спрос (Market demand) – общий объем потребительских покупок конкретного товара на конкретном рынке за определенный период времени.

С

Сбыт прямой без посредников (Direct marketing) – продажа товаров непосредственно потребителям, минуя розничных продавцов. К методам прямого маркетинга относятся выполнение заказов по почте, Интернет, торговля путем прямой рассылки рекламы, «холодный прозвон», торговля по телефонным заказам, торговля путем обхода офисов и домов.

Сбыт, распределение (Distribution) – доведение товаров до потребителей через систему оптовых и розничных торговцев. В отличие от распределения, сбыт – это сам процесс продажи готовой продукции (сделки) по маркетинговым каналам.

Сделка, транзакция (Transaction) – процесс обмена, осуществляемый с единственной целью или для достижения определенного конечного результата, например операция покупки.

Сегмент рынка (Market segment) – это крупная, четко определенная группа покупателей внутри рынка со сходными потребностями и характеристиками, отличными от других групп целевого рынка.

Сегмент целевого рынок (Target market, segment) – группа потребителей со схожими потребностями, которые можно выявить и удовлетворить с помощью определенного товара или товарного ассортимента.

Сегмент деловой (business segment) – профессиональные потребители, покупающие определенный товар, чтобы использовать его в своем бизнесе или для производства товаров.

Сегментирование географическое (Geographic segmentation) – анализ географических различий с помощью таких понятий как регион, площадь и плотность населения.

Сегментирование демографическое (Demographic segmentation) – стратегия рыночной сегментации, при которой предполагаемая аудитория

потребителей для данной продукции разделяется на категории (сегменты) по демографическим признакам (пол, возраст).

Сегментирование дифференцированное (Differentiated segmentation) – стратегия, при которой предложения товаров дифференцировано с учетом удовлетворения потребностей определенных сегментов рынка (кастомизация).

Сегментирование концентрированное или стратегия рыночной ниши (Concentrated segmentation) – стратегия, при которой единственный товар ориентируют на единственный сегмент рынка.

Сегментирование на основе выгод (Benefit segmentation) – вид сегментирования рынка на базе выгод, которые люди стремятся получить от продукта.

Сегментирование поведенческое (Behavioral segmentation) – деление групп потребителей на основе различий в их поведении, например, пользователи товара – не пользователи товара, регулярные потребители – случайные потребители. Сегменты рынка, в этих случаях, определяются исходя из поступков потребителей.

Сегментирование психографическое (Psychographic segmentation) – разделение целевой аудитории для данной продукции на группы в соответствие с их индивидуальными характеристиками: стилем жизни, разделяемыми ценностями, убеждением, важностью в отношении к покупкам тех или иных товаров и др. Психографическая информация собирается с помощью индивидуальных интервью, анкетных опросов и др.

Сегментирование рынка (Market segmentation) – деление потребителей на сходные группы в соответствии с географическими (место покупки), демографическими (возраст, доход, род занятий) и психографическими (мотивы покупки, стиль жизни) критериями в отношении ими покупки продукта, его цены, системы распределения и соответствующих стимулов приобретения.

Сегментирование рынка по возрастам и стилю жизни потребителей (Age & Life-cycle segmentation) – разновидность сегментации рынка по возрастам потребителей, разделяемых на четыре группы: 1) дети; 2) молодые люди; 3)взрослые; 4) пожилые. Эта концепция исходит из того, что потребности и желания потребителей изменяются по мере перехода людей из одной возрастной группы в другую.

Сейлз-промоушн (Sales promotion, sale – продажа, promotion – продвижение) – продвижение, стимулирование сбыта, товаров и услуг посредством маркетинговых инструментов.

Семья (Family) – группа из двух или более лиц, связанных отношениями родства, брака или совместного проживания.

Семья как ядро (нуклеарная семья) (Nuclear family) – собственно семья: живущие вместе отец, мать и дети.

Семья, жизненный цикл (Family life cycle) – семейные группы, с присущими им специфическими потребностями, интересами и стилями потребления. В соответствии с демографическими данными выделяют шесть групп семей: 1) молодые одинокие люди; 2) молодые бездетные пары; 3) молодые пары с маленьким ребенком до шести лет; 4) пары с детьми–иждивенцами; 5) немолодые пары, дети которых покинули семью; 6) немолодые одинокие люди.

Семья, лицо, ответственное за принятие финансовых решений (FFO – Family Financial Officer) – член семьи, на которого возложена ответственность за принятие и реализацию экономических решений, затрагивающих благосостояние семьи.

Корпоративная сеть (Corporate chain) – вид собственности в розничной торговле, когда одна компания владеет многочисленными торговыми предприятиями.

Сила информационного воздействия (Information power) – способность потребителя, обладающего эксклюзивной информацией, оказывать влияние на принятие другими потребителями решения о покупке.

Сигнал (sign) – знак, физический процесс (или явление), несущий информацию о каком-либо событии или состоянии объекта

Символы статуса (Status symbols) – товары, которые потребители приобретают и демонстрируют в качестве признаков принадлежности к соответствующему социальному классу.

Система поддержки маркетинговых решений (Marketing decision support system) – маркетинговая информация, собранная из различных источников и организована в одной базе данных таким образом, чтобы обеспечивать возможность принятия оперативного решения.

Скидки (Discount, price off) – средство стимулирования торговли, заключающееся в предоставлении возможности оптовым и розничным продавцам/потребителям в течение определенного периода времени приобретать товар по более низким (по сравнению с рыночными) ценам. В практике применяются около 40 видов ценовых скидок. Общий уровень скидок от начальной цены может достигать 50-60%.

Скидки благотворительные (Charity discounts) – снижение цен на продукцию, предназначенную для специальных групп потребителей с низкими доходами.

Скидки бонусные (Bonus discounts) – премиальное снижение цен на товары постоянным покупателям за повторные закупки товаров определенными партиями (до 7-10%).

Скидки внутренние (Employee discounts) – снижение цен на товары для работников компании, производителя, продавца.

Скидки вынужденные (Forced discounts) – практика использования скидок, связанная с необходимостью снижения затрат на складирование, хранение и транспортировку готовой продукции.

Скидки за количество закупаемого товара (Quantity discounts) – снижение цены покупателям, закупающим товар в больших количествах (до 15-20%).

Скидки за платеж наличными (Cash discounts) – снижение цены покупателям, оперативно оплачивающим счета наличными деньгами (до 3-5%).

Скидки за покупку нового товара (Trade in allowances) – снижение цены покупателям при условии сдачи старого товара.

Скидки накопительные (кумулятивные) (Cumulative quantity discounts) – скидки, предоставляемые покупателю при повторных покупках товара (услуги) в течение определенного периода времени.

Скидки праздничные (Holiday discounts) – снижение цен на продаваемые товары и услуги в период праздников, знаменательных событий.

Скидки с цены для вознаграждения дилеров (Promotional allowances) – метод стимулирования продавцов за участие в программах рекламы и сбыта (до 4-5%).

Скидки сезонные (Seasonal discounts) – скидки для покупателей, совершающих внесезонные покупки (до 50-70%).

Скидки специальные (Special discounts) – скидки предоставляемые потребителям в целях сохранения хороших с нимиотношений, в которых заинтересованы производители/продавцы (до 5%).

Скидки функциональные (Functional discounts or trade discount) – снижение цены для организаций, входящих в систему товародвижения, выполняющих определенные функции по продаже товара, его хранению и др. (до 5-7%).

Скидки целевые (Target discounts) – метод стимулирования продаж, посредством последовательного понижения цен до запланированного (целевого) уровня, при котором прогнозируется максимальный объем продаж.

Складирование (Warehousing) – хранение товаров на складе.

Скорость забывания (Forgetting rate) – скорость, с которой покупатели забывают марку, если не видят ее рекламу.

Слоган (Slogan) – лозунг, призыв, девиз, используемый в виде заголовка рекламного текста в форме краткой, динамичной, эмоционально

заряженной фразы. Как правило, он выражает основные идеи рекламного обращения и состоит не более чем из 6-8 слов.

Служба маркетинга (Marketing service) – специализированная служба, обеспечивающая реализацию маркетинговой деятельности в тесном взаимодействии с другими функциональными подразделениями компании.

Служба сбыта по территориальному принципу (Territorial sales organization) – организация службы сбыта, при которой каждый торговый агент закрепляется за определенным географическим регионом, где он представляет свою компанию.

Служба сбыта, ориентированная на потребителей (Customer-oriented sales structure) – организация службы сбыта, при которой каждый торговый агент специализируется на продажи только для определенной категории клиентов (сегмента) или только для одной конкретной отрасли.

Служба сбыта, товарно–ориентированная структура (Product-oriented sales structure) – организация службы сбыта, при которой каждый торговый агент специализируется на продаже только некоторых из производимых его компанией видов продукции или ассортиментных групп.

Служба синдикативных исследований (Syndicated services) – организация … таких компаний, как A.C.Nielsen и Romir-Monitoring, которые обеспечивают разделение затрат на проведение крупного маркетингового исследования между фирмами-клиентами.

Случайный набор номера (Random-digit dialing) – процедура, предполагающая выбор всех 10 цифр телефонного номера случайным образом, без использования справочников.

Смена поколений (Generational change) – культурные изменения в обществе, предполагающие постепенное вытеснение представителями молодого поколения существующих ценностей.

Смешенная экономика (mixed economy) – экономика, в которой часть товаров и услуг производится государством, а другая часть – частными предпринимателями. Занимает промежуточное положение между командной

и чистой конкуренцией. В реальной жизни большинство национальных хозяйств являются смешанными экономиками.

События (Events) – определенные даты, юбилеи, выставки, торговые ярмарки, спорт, художественные события. События требует специальных маркетинговых решений.

Сообщение, объявление (Message) – первичный элемент процесса передачи (communication) информации от коммуникатора (communicator) к получателю (receiver). Сообщение является основой любой рекламы.

Состоятельные люди (Upscale) – индивидуумы, как правило, имеющие большие доходы, высокий уровень образования и профессиональный статус.

Социализация (Socialization) – процесс усвоения индивидом культуры и главенствующих ее ценностей и символов.

Социальная мобильность (Social mobility) – переход индивида из одного социального класса в другой.

Социальный класс (Social class) – стабильные большие группы людей в рамках общества, имеющие приблизительное равенство в уровне доходов, рода занятий и образа жизни, имеющие схожие ценностные представления, интересы и поведение.

Социальный образ (Social image) – ощущение индивидом своей принадлежности к той или иной потребительской группе.

Специалист по связям с общественностью (пиармен, рилейтер, пиарщик) (public relations practitioner) – изучает общественное мнение, отношения и ожидания со стороны общественности к организации и разрабатывает рекомендации необходимых мер для формирования по отношении к ней положительного мнения.

Спичрайтер (англ. speechwriter) — специалист по составлению текстов речей для руководителей компании.

Спонсорство (Sponsorship) – финансовая поддержка компанией какого–либо события или мероприятия в обмен на сотрудничество или участие в спонсируемом мероприятии.

Справочник (directory) – издание, содержащее краткие сведения по какой-либо отрасли знаний, направлению деятельности. Могут подразделяться по отраслям промышленности, категориям товаров или целевым рынкам.

Спрос (Demand) – потребность потребителей в определенных товарах/услугах, выраженная в желании, способности и возможности их приобрести.

Спрос избирательный (селективный) (Selective demand) – спрос, предъявляемый потребителями на конкретную марку в пределах товарной категории. Этот вид спроса требует специальных программ и усилий маркетинга.

Спрос негативный (Negative demand) – минимальная степень спроса или его отсутствие на данном рынке на данный товар. Это состояние спроса может свидетельствовать о неудовлетворительной рекламе, низком качестве товара или завершении его жизненного цикла.

Спрос неудовлетворительный (избыточный) (Excess demand) – ситуация, когда объем спроса превышает объем предложения.

Спрос неэластичный (Inelastic demand) – спрос, при котором изменение цены заметно не влияет на объем продаж. Неэластичный спрос демонстрируют товары первой необходимости или предметы роскоши имеющие небольшое число альтернатив.

Спрос первичный (Primary demand) – спрос на всю товарную категорию, а не на отдельную марку товара. Этот вид спроса не требует специальных программ и усилий маркетинга.

Спрос потенциальный (Potential demand) – спрос, характеризующий наличие покупательной способности у определенной части потенциальных потребителей.

Спрос рыночный совокупный, оценка (Total market demand evaluation) – оценка спроса на рынке, имеющая, например, такой вариант: Q = nqp, где Q – совокупный рыночный спрос (руб., долл.); n – число покупателей на рынке; q – количество покупок, произведенных средним покупателем за год; p – средняя цена единицы товара.

Спрос рыночный, совокупный (Total market demand) – общее количество товаров или услуг данного вида, которое может быть приобретено определенной группой потребителей в определенном географическом регионе, в определенном месте и за определенное время.

Спрос скрытый (Latent demand) – состояние рынка, на котором есть потребители, неудовлетворенные существующими товарами или услугами.

Спрос текущий (Current demand) – спрос, имеющийся на конкретном рынке на конкретные категории товаров и услуг.

Спрос чрезмерный (Overfull demand) – повышенный спрос на товары и услуги компании, превышающий ее возможности и приводящий к дефициту товаров и росту цен. Это состояние спроса требует от продавцов насыщения рынка необходимыми товарами и услугами.

Спрос эластичный (Elastic demand) – спрос, при котором даже небольшое изменение цены заметно влияет на объем продаж. Обычно он наблюдается для товаров широкого потребления среди малообеспеченного и среднего класса.

Спрос эффективный (Effective demand) – спрос на товары и услуги, который подкреплен деньгами потребителей, для того чтобы превратиться в реальные покупки.

Спрос, его величина (Demand size) – количество данного товара или услуги, которое покупатель желает и может купить по договорной цене в течение определенного периода времени.

Спрос, кривая (Demand curve) – график, представляющий максимальное количество продукта, которое потребители купят при различных уровнях цен.

Спрос, состояние (Demand states) – различные уровни потребительского интереса к приобретению продукции.

Среда (Environment) – совокупность внешних условий, факторов и объектов.

Среда демографическая (Demographic environment) – набор измеряемых параметров, таких как: население и его численность, плотность размещения, возраст, соотношение полов, рас, рода занятий.

Среда культурная (Cultural environment) – набор социальных факторов, таких как: социальные институты, идеи, ценности, другие силы, способствующие формированию и восприятию ценностей, вкусов, правил и норм потребительского поведения различных групп общества.

Среда макро (Macro environment) – основные внешние факторы, оказывающие влияние на микросреду в целом. К ним относят демографические, экономические, экологические, научно-технические, политические и культурные.

Среда маркетинговая (Marketing environment) – факторы, совокупность действующих за пределами компании субъектов и сил, которые оказывают влияние на развитие и поддержание выгодных взаимоотношений с целевыми клиентами.

Среда научно–техническая (Technological environment) – факторы или силы, способствующие созданию новых технологий, благодаря которым возникают новые товары и маркетинговые возможности (в т.ч. угрозы).

Среда политическая (Political environment) – совокупность законов, государственных учреждений и структур, которые оказывают влияние и ограничивают рыночную деятельность компаний и отдельных лиц в данном обществе и в данный момент.

Среда природная (Natural environment) – факторы, оказывающие влияние на развитие бизнеса, сокращение запасов природных ресурсов, удорожание энергии, рост загрязнения окружающей среды, изменение роли государства в защите природы.

Среда экономическая (Economic environment) – совокупность измеряемых факторов, влияющих на покупательную способность потребителей и структуру потребления. Включает такие параметры как: распределение доходов, уровень цен, сбережений, задолженностей, доступность кредита.

Средства массовой информации (СМИ), комплекс (Multimedia) – совокупность каналов неличной коммуникации, используемых компаниями с целью воздействия на массовую потребительскую аудиторию. Включает в себя: печать (газеты, журналы, прямая почтовая реклама); радио и телевидение; наружные средства рекламы (щиты, вывески, баннеры, плакаты), интернет.

Средства стимулирование активности потребителей в местах продажи товара (POP – Point–of–purchase stimuli) – рекламные материалы, которые размещаются в местах продажи товаров в универмагах и других торговых точках для того, чтобы оказывать влияние на решения потребителей в момент приобретения ими товаров.

Статистика (Statistics) – количественное представление социальных фактов в числовом виде. Базируется на том, что, если группа достаточно велика, то ее поведение характеризуется периодичностью и повторяемостью в отличие от поведения индивида.

Статус (Status) – положение, занимаемое потребителем в социальных отношениях, которое определяет его потребительское поведение.

Статус, иерархия (Status hierarchy) – формирование рейтинга положения потребителей в обществе в зависимости от доступа этих потребителей к таким ресурсам, как деньги, образование и предметы роскоши.

Стереотип (Stereotyping) – упрощение, игнорирование различий между отдельными сегментами потребителей. Целевая аудитория в этом случае рассматривается в качестве однородного объекта.

Стиль жизни (Lifestyle) - отражает образ жизни индивида, его интересы и мнения, то, как он тратит собственные время и деньги.

Стиль потребления (Consumption style) – является показателем того, как люди живут, расходуют время и деньги.

Стимулирование оплаты (Telecollections) – форма телефонного маркетинга, напоминание об оплате с помощью телефона. Главное здесь соблюдение этикета, такта.

Стимулирование сбыта (Sales promotion) – маркетинговые усилия, непосредственно направленные на активизацию приобретения товара потребителями.

Стоимость добавленная (Value added) – стоимость, добавленная товару при его прохождении по цепочке от места его первоначального приобретения, производства, распределения до розничной продажи.

Стратегическая бизнес-единица (СБЕ) (SBU – Strategic Business Unit) – подразделение компании, ее ассортимент продукции либо отдельный вид продукции, с которым связаны задачи и цели, отличные от задач и целей других подразделений компании. СБЕ должна продвигать на рынок и продавать свою продукцию независимо от остальной продукции этой компании.

Стратегическая концепция маркетинга (Strategic marketing concept) – концепция маркетинга, предусматривающая в качестве приоритета потребности покупателей и одновременно наличие конкуренции в отличие от концепции маркетинга, ориентированной на потребителей.

Стратегические альянсы (Strategic alliances) – соглашения о сотрудничестве между двумя или несколькими независимыми фирмами для достижения общих целей.

Стратегические модели М. Портера - (Strategies by Porter) - маркетинговые стратегии, построенные на анализе рынка и выборе стратегического преимущества компании на основе уникальности характеристики продукции или ее цены.

Лидерство по М. Портеру(Leadership) – стратегия по расширению доли рынка, где компания занимает доминирующее положение обладая особыми товарами, отличными от конкурентов.

Рыночная ниша по М. Портеру (Niche) – концентрация усилий по развитию наиболее стабильного, с точки зрения цен и отсутствия на нем конкурентов, сегмента рынка.

Стратегия низких издержек, "уборка урожая" по М. Портеру (Harvest) – стратегия по оптимизации потоков денежных средств, направленная на сокращение издержек, повышение цен, рационализацию ассортимента, клиентуры и каналов распределения. Эту стратегию используют компании, занимающие сильные позиции на рынке.

Диверсификация по М. Портеру (Divestment) – бизнес–компании распродаются с целью максимизации объема возвращения ранее инвестированных средств. Эта стратегия используется на ранней стадии спада рынка.

Стратегический маркетинг (Strategic marketing) – анализ потребностей и запросов ключевых потребительских групп, а также разработка и производство товара в конкурентной среде. Этот вид маркетинга исходит из того, что покупатель, приобретая тот или иной товар или услугу, не нуждается в продукте как таковом, а ищет решение своим проблемам.

Стратегический план маркетинга (Strategic marketing plan) – план, разрабатывающийся на уровне компании или подразделения (СБЕ) с целью определения миссии компании, главных ориентиров для долговременного роста компании, создания основы для разработки номенклатуры товаров компании и распределения ресурсов между подразделениями компании.

Стратегическое окно возможностей (Strategic window of opportunity) – позиция компании на рынке, при которой она подготовлена оптимальным образом, чтобы воспользоваться маркетинговыми возможностями.

Стратегия «последователь» (Follower strategy) – план, при котором компания стремится сохранить свою долю рынка, последовательно исполняя роль подражателя, двойника или имитатора.

Стратегия (Strategy) – план решения задач или достижения поставленных целей.

Стратегия «претендент на лидерство» (Challenger strategy) – стремление компании к расширению своей доли рынка, активно атакуя доминирующую компанию-лидера, а также других конкурентов маркетинговыми методами.

Стратегия «принцип пулемета» (Shotgun approach) – маркетинговая стратегия, в соответствии с которой проводится массированная рекламная кампания с распространением рекламных материалов на максимально возможную аудиторию в надежде добиться наибольшего возможного объема продаж.

Стратегия «проталкивания» (Push strategy) – план продвижения товара, при которой основные маркетинговые усилия направлены на посредников и продавцов по стимулированию их деятельности в области личных продаж.

Стратегия «протаскивания» (Pull strategy) – план продвижения товара, при которой основные маркетинговые усилия направлены на конечного потребителя, подкрепляемая обычно крупным рекламным бюджетом.

Стратегия «рыночный лидер» (Market leader strategy) – план компании, владеющей наибольшей долей рынка, стремящейся к сохранению своего доминирующего положения.

Стратегия «снижения издержек производства» (Cost-effective strategy) – план, при котором крупные компании стремятся внедрить экономичное оборудование и технологии, снизить расходы на научные разработки и рекламу, ориентируя свои системы сбыта на многочисленные национальные или региональные целевые рынки.

Стратегия «снятие сливок» (Skimming) – план ценообразования компании, используемый на ранних стадиях цикла жизни товара и направленный на конкретную группу потребителей, готовых заплатить за него относительно высокую цену. Это обеспечивает компании меньший объем продаж при большем доходе с каждой продажи. Эта стратегия активно используется для товаров-новинок.

Стратегия бизнес–портфеля (Business portfolio strategy) – оценка потенциала возможного получения прибыли по каждой бизнес-единицы компании для последующего распределения между ними ресурсов.

Стратегия быстро развивающихся компаний (Fast-growing company's strategy) – маркетинговая стратегия, используемая средними игроками на рынке, которые пытаются отвоевать себе часть рынка, добиваясь успехов за счет потерь у конкурентов.

Стратегия имиджевого позиционирования (Image positioning strategy) – план, при котором компания концентрируется на материальных и нематериальных характеристиках товара, которые не могут легко быть продублированы конкурентами.

Стратегия инновации (Innovation strategy) – создание изделий товаров и услуг, не имеющих аналогов на рынке и разработка специального плана для продвижения их на рынке.

Стратегия инновационной имитации (Innovation/imitation strategy) – план, согласно которому компания копирует новшества, новые идеи, заложенные в новой продукции конкурентов.

Стратегия компании, оперирующей в нише (Niche strategy) – программа обслуживания небольших сегментов рынка, где отсутствует конкуренция со стороны крупных компаний. Ключ к нишам – специализация, предусматривающая изготовление особой, необычной продукции или услуг для определенного (чаще узкого) круга потребителей.

Стратегия комплементарного ценообразования (Complementary pricing) – система ценообразования, в соответствии с которой компания

обычно стремится устанавливать низкую цену на основной продукт и высокую – на дополняющий.

Стратегия международного маркетинга (Strategy of international markeing) – разработка маркетингового плана товарной, сбытовой, ценовой, рекламной программы продвижения своей продукции на различных рынках с учетом их страновых особенностей.

Стратегия развития бизнеса, рынка (Business development strategy) – программа роста бизнеса компании, основанная на маркетинге новых товаров, системе их сбыта на новых рынках.

Стратегия сбыта на международных рынках (Selling strategy for international markete) – план построения компанией товарной и собственной системы продвижения продукции на международных рынках посредством: 1) адаптации или ее модификации для разных страновых рынков; 2) расширение объемов продаж через построение сбытовых систем, франчайзинг и др. (например, Coca-cola, McDonalds).

Стратегия стержневая (Core Strategy) – план развития компании, в котором выявляется группа потребителей, в сознании которых она будет пользоваться явным преимуществом над конкурентами, а затем – принимаются решения о позиционировании себя на этом рынке.

Стратегия фокусирования (Focusing strategy) – план развития небольших фирм, предприятий малого бизнеса, которые не могут быть ценовыми лидерами и поэтому стремятся развивать специализацию на определенных рынках.

Стратификация (расслоение общества) (Social stratification) – социальный процесс, где члены общества занимают более или менее стабильное положение и оценивают друг друга в зависимости от той доли ценных ресурсов, которую каждый из них получает.

Сувениры (Specialties) – бесплатные фирменные подарки, использующиеся в качестве средств напоминания, поскольку они несут на

себе название торговой марки или отличительные знаки компании (значки, ручки, календари и пр.).

Сфера услуг (Service industry) – совокупность отраслей, предоставляющих услуги населению. В сферу услуг принято включать культуру, образование, здравоохранение, бытовое обслуживание, пассажирский транспорт, связь, общественное питание.

Сэмплинг (Sampling) – вид стимулирования сбыта, посредством раздачи пробных образцов товара, миниатюрных упаковок, покупателю с целью ознакомления с ним и предоставления возможностей его испробовать. Обычно применяется в случае первичного или повторного запуска товаров на рынок.

Сэндвич–мен (Sandwich man), человек-реклама – человек с рекламными плакатами-объявлениями на груди, на спине, в руках.

Т

Телекоммуникация (telecommunication) – коммуникации, осуществляемые посредством новейших электронных средств, обладающих высокой скоростью и большой емкостью информативных передач.

Телешоппинг (teleshopping) – розничная торговля (выбор, заказ и приобретение товара) с помощью телевизионных рекламных объявлений и служб.

Тендер (Tender) – аукцион, конкурс или предложение компании от лица специально организуемой тендерной комиссии на поставку товара, оказание услуг, строительство объекта.

Теория гедонического спроса (Hedonic demand theory) – теория, согласно которой человек готов заплатить за товар такую цену, которая отражает сумму его свойств и характеристик. Это теория подчеркивает, что действительным предметом теории спроса является спрос на характеристики, а не на сами товары.

Теория мотивации (Motivation theory) – психологическая теория, направленная на описание того, почему люди ведут себя так, а не иначе,

исключительно исходя из их внутренних потребностей, управляющих их поведением, а не из каких–либо внешних стимулов.

Теория обмена (Exchange theory) – центральная концепция маркетинга, согласно которой каждое взаимодействие между субъектами рынка влечет за собой обмен материальными ценностями.

Теория ожиданий (Expectancy theory) – концепция, согласно которой поведение потребителя в значительной мере диктуется преимущественно ожиданиями, связанными с достижением желаемых результатов, а не внутренними биологическими мотивами.

Теория ролевого поведения потребителя (Role theory) – концепция, согласно которой поведение потребителя во многих случаях напоминает действия героев в спектакле или на сцене.

Теория социального сравнения (Social comparison theory) – концепция, согласно которой людям свойственно сравнивать свои доходы с доходами других людей с целью поднятия уровня своей собственной самооценки, особенно в случаях, когда фактические доказательства соответствия определенному социальному положению недоступны.

Теория спроса (Demand theory) – теория в микроэкономике, описывающая зависимость между спросом на товары и их ценой.

Тестирование (Test) – испытание продукта потребителями путем специальных психологических средств и способов. Например, предоставление респондентам определенных рисунков и фотографий, изображающих людей с просьбой описать свою реакцию относительно увиденного и незаконченных предложений, которые надо завершить своими словами, а также, в форме эксперимента, имитировать покупательское поведение.

Товар (Product) – продукт/услуга/идея/личность, любые выгоды - все, что предлагается на рынке с целью обмена и продажи, привлечения внимания и потребления.

Товар дополненный (Augmented product) – товар, включающий в себя поставку, монтаж, гарантии и обслуживание.

Товар марочный (Branded goods) – наличие наименования или символа для идентификации товара производителя.

Товар новый, процесс создания (New-product process) – последовательность действий, предпринимаемых компанией на разработку товаров, пользующихся спросом. Эти действия включают в себя семь шагов: 1) разработку стратегии нового товара; 2) генерацию идей; 3) оценку и отбор идей; 4) бизнес-анализ; 5) разработку товара; 6) рыночные испытания; 7)коммерческую реализацию.

Товар основной (Core product) – свойства товара, которые удовлетворяют потребности покупателя.

Товар осязаемый (Tangible product) – свойства товара, обеспечивающие получение от него желательных выгод.

Товар, жизненный цикл (Product life cycle) – время с момента первоначального появления товара до прекращения его реализации на данном рынке. Жизненный цикл товара характеризуется изменением показателей продажи и прибыли во времени и состоит из следующих пяти фаз: 1) внедрение (introduction); 2) рост (growth); 3) зрелость (maturity); 4) насыщение (saturation); 5) спад (decline).

Товар, идея (Core product) – общее представление о возможном товаре, который компания могла бы предложить рынку. Разработка идеи товара служит отправной точкой составления бизнес–плана, формирования стратегических замыслов компании–производителя.

Товар, концепция (Product concept) – детальное описание идеи товара с целью довести до потребителей его достоинства. Описание товара осуществляется в терминах, отражающих его значимость для потребителя, как на стадии выбора покупки, так и в процессе эксплуатации.

Товар, лидерство по показателям качества (Quality product leadership) – товар, предлагаемый на рынке по высокой цене, покрывающей издержки на достижение его высокого качества, проведение дорогостоящих научно–исследовательских разработок.

Товар, модификация (Product modification) – товар, не являющийся новым для компании, но обладающий некоторыми новыми свойствами для потребителя.

Товар, навязывание (Hard sell) – один из методов сбыта, подчеркивающий предполагаемые достоинства продукта посредством повторения его названия.

Товар, номенклатура (Product line) – продуктовая линия, все товары, маркетингом которых занимается коммерческое подразделение или компания.

Товар, стратегия разработки (Product development strategy) – стратегия роста, основанная на разработке новой продукции или расширении выпускаемого товарного ассортимента, обычно с расчетом на имеющиеся рынки.

Товар, усовершенствование (Product innovation) – инновация товара - улучшения, целенаправленно вносимые в выпускаемую продукцию.

Товар, устранение с рынка (product elimination) – процесс организованного изъятия товара с рынка, которое происходит таким образом, чтобы не оказать негативного влияния на реализацию других товаров компании-производителя.

Товарная категория (Product category) – родовое обозначение продукции, к которой принадлежит марка.

Товарные запасы (Stock) – запасы готовой продукции у предприятий-изготовителей; предприятий оптовой и розничной торговли, а также запасы, которые транспортируются.

Товарные категории, лидеры (Category killers) – специализированные розничные торговцы (торгующие по сниженным ценам), продающие товары одной товарной категории (например, электронику или канцелярские принадлежности).

Товарные потери (Shrinkage) – кражи товаров, совершаемые покупателями или сотрудниками магазина.

Товарный знак (Trade mark) – отличительный и уникальный знак, текст или иной объект интеллектуальной собственности, представляющий компанию (как правило, название торговой марки).

Товары безмарочные (Generic goods) – немарочные товары, которые продаются без обеспечения их продвижения (клей, соль, овощи и пр.).

Товары длительного пользования (Durable product) – товары, которые служат продолжительное время, например, мебель, бытовая техника.

Товары кратковременного пользования (Non-durable goods) – товары, потребляемые одномоментно или в несколько приемов: пиво, мыло, пищевые продукты.

Товары народного потребления (People goods) – товары, предназначенные для продажи населению с целью личного, семейного и домашнего использования. Приобретение этих товаров не связана с их использованием в коммерческих целях.

Товары особого спроса (Specialty goods) – потребительские товары с уникальными свойствами, определенных торговых марок, для приобретения которых многие покупатели готовы приложить дополнительные усилия. Например, предметы роскоши, ювелирные изделия, дорогие автомобили, квартиры, дачи, и пр.

Товары пассивного спроса (Unsought goods) – потребительские товары, о которых потенциальный покупатель либо ничего не знает, либо имеет определенную информацию, не задумываясь об их приобретении, например, домашние охранные системы, различные виды страхования и др.

Товары повседневного спроса (Convenience goods) – потребительские товары, которые покупатели приобретают сравнительно часто, без особых раздумий и с минимальными усилиями при их выборе, например, газеты, предметы гигиены, сладости, стиральные порошки, газеты и др.

Товары постоянного спроса (FMCG, Fast-moving consumer goods) – товары потребительского рынка, которые быстро раскупаются в

розничной торговле, запасы которых должны постоянно пополняться, например, стандартный набор бакалейно-гастрономических товаров, другие товары, обычно продаваемые в супермаркетах.

Товары предварительного выбора (Shopping goods) – товары потребительского рынка, при покупке которых потребитель сравнивает их выбирая по разным параметрам: качеству, цене, по степени удобства, и внешнему оформлению (например, большинство бытовых приборов, посуда, телевизоры, мебель, одежда и др.).

Товары производственного назначения (Industrial goods) – товары, приобретаемые частными лицами или организациями для дальнейшей переработки или использования в хозяйственной деятельности. Делятся на три группы: 1)сырье, материалы, комплектующие, запчасти; 2) капитальное имущество; 3) вспомогательные материалы, оборудование и услуги.

Товары стратегические (Strategic goods) – сырье, материалы, оборудование, ноу-хау, технологии, экспорт которых контролируется государством, ограничивается или запрещен в целях соблюдения национальной безопасности.

Товары - субституты (Substitutes), заменители – группа товаров, спрос на который меняется в противоположном направлении со спросом на схожий, другой товар, цена которого изменилась. К ним относятся товары, заменяющие привычные, но отличающиеся от заменяемых товаров, например, низкокалорийный заменитель сахара, концентрат сока, порошок молока.

Товары широкого потребления (Consumer Goods) – товары, которые приобретаются конечным потребителем для личного пользования.

Торговая марка, фирменное название (Brand name) – та часть товарного знака (trademark, service mark), которая может быть произнесена. Фирменное название может представлять собой слово, букву или сочетание слов или букв.

Торговая наценка (Trade markup) – разница между закупочной стоимостью товара и первоначальной розничной ценой.

Торговец (Merchant) – участник системы распределения, который покупает товары для их перепродажи. Действует от своего собственного имени и самостоятельно создает запасы товара.

Торговец, оптовый (Wholesaler) – участник системы распределения, закупающий товары у производителя и продающий их обычно крупными партиями розничным торговцам, те, в свою очередь, продают их конечным потребителям.

Торговец, розничный (Retailer) – участник системы распределения, продающий товар непосредственно потребителю. Это конечное звено канала сбыта, обеспечивающее доступность товаров для приобретения конечными потребителями.

Торговля путем прямой рассылки рекламы (Direct–mail selling) – форма прямого сбыта без посредников, предполагающая рассылку справочной коммерческой информации, других рекламных материалов непосредственно заранее отобранным потенциальным покупателям.

Торговля розничная (Retail) – различные виды деятельности, связанные с продажей конечным потребителям товаров и услуг для личного потребления.

Торговля розничная, специализированная (Specialized retail) – розничные компании, торгующие ограниченным числом групп товаров, располагающие их широким ассортиментом.

Торговля розничная, электронная (E-commerce) – система, при которой покупатель запрашивает информацию о товаре, используя компьютерные терминалы. Они могут быть размещенны в торговых киосках, в различных местах. Заказ товаров производится по кредитной карточке или через Internet.

Точка безубыточности (Break-even point) – объем производства и реализации продукции, при котором валовые издержки равны валовому доходу, при превышении которого компания начинает получать прибыль.

Транспортировка (Transportation) – организация товародвижения с места производства к месту продажи и реализации.

У

Убеждение (Persuasion) – благоприятное или неблагоприятное отношение к тому или иному товару/услуге. Задача маркетологов состоит в изменении позиции потребителя по отношению к тому или иному товару.

Уверенность (Belief) – мнение потребителя, которое отражает индивидуальное значение и оценку какого–либо товара или услуги.

Удовлетворенность/неудовлетворенность потребителя (CS/D–Consumer Satisfaction/Dissatisfaction) – общая позиция потребителя по отношению к товару после его приобретения.

Уникальное торговое предложение, УТП (USP – Unique Selling Proposition) – концепция утверждающая, что реклама потребителям должна содержать уникальное предложение, включающее в себя: 1) выгоду потребителю от покупки продукта; 2) выгоды, связанные с уникальностью продукта; 3)особую ценность, чтобы протребитель захотел купить ее. В настоящее время, концепция УТП не так популярна, так как далеко не каждый продукт обладает таким качеством.

Упаковка (Package) – товарная тара и одновременно элемент маркетинговой коммуникации для демонстрации рекламного сообщения.

Упаковка, дизайн (Packaging design) – внешний вид упаковки, включающий три этапа работы: процесс разработки, моделирование и конструирование упаковки. Как правило, работа выполняется опытными дизайнерами, художниками, специалистами в сфере искусства и науки.

Упаковка, подарок (On-pack premium) – сувенир или купон на скидку, являющийся частью упаковки, прикрепляемый к ней снаружи, часто является стимулом для покупки.

Упаковка, тестирование (Packaging, testing) – проверка параметров упаковки различными способами. Дилеры (посредники) тестируют упаковку в процессе хранения и транспортировки товара. Потребительские тесты

позволяют выявить реакцию потребителей, связанную с их восприятием надписей, цвета, формы упаковки, удобства и другое.

Управление в кризисных ситуациях (Crisis management) – ситуация, при которой сотрудники отдела по связям с общественностью рассматривают возможность возникновения неприятностей и вырабатывают план для управления коммуникациями в период кризиса.

Управление маркетингом (Marketing management) – руководство службой или подразделением маркетинга в целях осуществления маркетинговых целей на основе взаимодействия с другими структурами ради достижения целей компании.

Управление маркетингом, структура (Marketing management, structure) – организационная структура службы маркетинга определяется спецификой продаваемых товаров или услуг, количеством рынков и масштабом сбыта. Как правило, организация службы маркетинга базируется на одной из трех основных структур: функциональной, дивизиональной или матричной, а также на их сочетании.

Управление маркетингом, функциональный подход (Marketing management, function approach) – структура маркетинга, базирующаяся на традиционных вертикальных связях по типу «руководитель-подчиненный». Этот подход основан на постоянном взаимодействии и выполнении основных функций в координации с другими подразделениями.

Управление маркетингом, дивизиональный подход (Marketing management, divisional approach) – эта структура маркетинга преимущественно крупных компаний, где ассортимент продукции диверсифицирован, а его реализация осуществляется на нескольких рынках. Эта ситуация требует создания самостоятельных «точек прибыли» (маркетинговые дивизионы, отделения).

Управление маркетингом, матричный подход (Marketing management, matrix approach) – двухуровневая организационная структура, где вертикальный уровень обеспечивается иерархической структурой, а

горизонтальный уровень – маркетинговыми программами. Как правило, это временные творческие или проектные коллективы, создающиеся для решения конкретных задач.

Управление торговым персоналом (Sales-force management) – система управления в компании, включая: 1) отбор и наем торговых представителей, работников; 2) изучение товаров компании и обучение их методам продаж; 3) контроль за их деятельностью; 4) создание системы мотивации персонала; 5) оценка их индивидуального и коллективного труда.

Уровень бедности (Poverty level) – размер дохода, обеспечивающий прожиточный минимум. Обычно рассчитывается либо в виде соотношения со средним доходом в стране, либо методом прямого расчета.

Уровень жизни (Standards of living) – уровень благосостояния населения, характеризующий меру удовлетворения основных жизненных потребностей людей. Обычно определяется величиной ВВП или ВНП на душу населения или средними доходами семьи.

Услуга (Service) – вид деятельности, в процессе выполнения которого создаются блага и выгоды для потребителя. Желаемый результат создается в самом процессе оказания услуг.

Услуги деловые (Business services) – услуги, способствующие осуществлению конкретных деловых операций и бизнес- решений. Услуги по техническому обслуживанию и ремонту, юридические услуги, обучение, консультации, рекламные услуги.

Услуги коммерческие (Services to trade) – включают банковское дело, страхование, транспортные перевозки и пр.

Услуги потребительские (Consumer services) – работа ресторанов, доставляющих пищу на дом и в офис, механиков, слесарей, прачечных и химчисток и т.п.

Услуги профессионального характера (Professional services) – проведение консультаций, работа бухгалтеров, юристов, архитекторов, специалистов по консалтингу, врачей и пр.

Услуги, неосязаемость (Intangibility) – специфическая характеристика услуг, отражающая их отличие от товаров. Услуги нельзя подержать, потрогать или увидеть прежде, чем принять решение воспользоваться ими.

Услуги, неотделимость (Inseparability) – специфическая характеристика услуг, подчеркивающая, что услуга не может быть отделена от ее производителя или от обстановки, в которой она предоставляется.

Услуги, непостоянство (Inconsistency) – специфическая характеристика услуг, объясняющая различия в их качестве. Услуги предоставляются людьми с различной квалификацией, в разное время и в разном месте.

Услуги, несохраняемость (Inventory) – специфическая характеристика услуг, объясняющая невозможность накопления их запасов и вытекающие из этого особенности расчета затрат.

Услуги, основанные на использовании оборудования (Equipment-based services) – предоставление услуг преимущественно с помощью оборудования, например банкоматов.

Услуги, основанные на труде человека (People-based services) – услуги, основанные исключительно на труде человека, в отличие от услуг, предоставляемых с использованием оборудования.

Услуги, связанные с товаром (Product-related services) – услуги, играющие вспомогательную роль по отношению к товарам.

Услуги, четыре характеристики (Four I's of service) – специфические характеристики услуг: неосязаемость, непостоянство, неотделимость и несохраняемость (от первых букв английских слов intangibility, inconsistency, inseparability, inventory).

Ф

Фактор истощения (Wear out factor) – обстоятельство, возникающее в бизнесе компании, когда реклама или рекламная кампания перестает быть эффективной.

Факторный анализ (Factor analysis) – метод математической статистики, позволяющий сократить количество исследуемых переменных и определить структуру взаимосвязей между переменными, определяющими потребительский выбор.

Фандрайзинг (Fundraising) – деятельность по сбору и привлечения средств, формированию различных финансовых, денежных фондов, в частности, для благотворительных общественных целей, поддержке социально-значимых проектов и институтов.

Фастинг (Fasting or fast moving) – рекламные мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта, адресно-ориентированные на покупателей, агентов и розничных торговцев. Как правило для товаров, быстрораскупаемых в розничной торговле.

Физическое окружение – физические доказательства (Physical surround) – внешняя привлекательность места расположения, материальные ресурсы и оборудование, внешний вид персонала, способствующие эффективному обмену.

Фирменный стиль (Company style) – совокупность изобразительных, визуальных, информационных средств, с помощью которых компания подчеркивает свою индивидуальность.

Фон (BG – Background) – все, что сопровождает рекламное сообщение в печати, по радио и телевидению. Например, художественное оформление, звуковые эффекты, музыка, натура, декорации.

Франчайзинг (франшизинг) (Franchising) – долговременное соглашение между двумя компаниями, предполагающее передачу одной фирмой другой своего права на использование в пределах оговоренного рынка определенной торговой марки, технологии, ноу-хау.

Франшиза, право или привилегия (Franchise) – лицензия, выдаваемая компанией частному лицу или другой компании на право управления бизнесом под соответствующей торговой маркой.

Х

«Холодный прозвон» (Cold-calling) – метод реализации продукта или услуги, когда торговый представитель предлагает свой товар или услугу потенциальным потребителям путем посылки предложений по почте или звонков по телефону.

Ц

Целевая аудитория (target audience) – аудитория, на которую нацелен отправитель информации.

Цена (Price) – определенная денежная сумма, взимаемая за конкретный товар/услугу. Сумма денег, которую готов заплатить потребитель.

Цена «потолок» (Price ceiling) – верхний предел цены, по которой может быть продан товар.

Цена на основе обычаев (Custom-based price) – метод ценообразования, при которой клиент получает продукт по цене, к которой привык. Используется для счетчиков газа и электроэнергии. В странах со стабильной экономикой для такси, детских сладостей, лекарств.

Цена стандартная (Flat price) – стандартная розничная цена, устанавливаемая продавцом для группы товаров, оптовая стоимость и полезность которых для потребителя мало отличается друг от друга.

Цена, адаптация (Price adaptation) – приспособление цен на товары и услуги к изменению обстоятельств на рынке и возможностей в бизнесе.

Цена дифференцированная (Price difference) – стратегия ценообразования, когда компания для увеличения сбыта товаров использует широкую систему скидок, надбавок, льгот.

Цена престижная (Prestige price) – стратегия ценообразования, когда устанавливается высокая цена для привлечения покупателей того сегмента рынка, которые больше обращает внимание на качество товара, его уникальностью, чем цену.

Цена психологическая (Psychological price) – неписаные правила, где цена обязательно должна выражаться нечетным числом, например, 99 рублей, а не 100 рублей.

Цена рыночная (Market price) – средняя цена осуществления сделок по данному товару на конкретном рынке в определенный промежуток времени.

Цена для стимулирования сбыта (Sales-promoting price) – маркетинговый прием, когда временно назначается цена на товары ниже средне рыночный, а иногда даже ниже себестоимости для увеличения объема продаж или объема рынка.

Цена на новый товар (New product price) – стратегия ценообразования, при которой устанавливается высокая цена при вводе на рынок нового товара. Используется две стратегии: «снятие сливок» либо стратегия «прочного внедрения на рынок».

Цена на основе уровня текущих цен (Competition-oriented pricing) – метод установления цен, при которой компания исходит от цен конкурентов и меньше внимания обращает на показатели собственных издержек или спроса. Этот метод популярен в случаях, когда эластичность спроса сложно поддается замеру.

Цена на основе ценности товаров (Value pricing) – расчет цены компанией на основе ощущаемой ценности своих товаров и выгод покупателями. В этом случае повышается роль комплекса маркетинговых коммуникаций и рекламы, подчеркивающих ценностные свойства товаров для потребителей, а не издержек.

Цена-приманка (Bait price, switch-selling price) – маркетинговый прием установления чрезвычайно низких цен (иногда ниже себестоимости) на небольшое число товаров в розничной торговле, в то время как основная масса товаров предлагается по завышенным ценам.

Ценность (Value) – нормы, убеждения, комбинация качества, сервиса и цены (КСЦ), которые определяют поведение и влияют на взгляды и предпочтения потребителей.

Ценность добавленная (Added value) – дополнительная материальная или нематериальная выгода для потребителя.

Ценовая война (Price war) – рыночная ситуация, отражающая попытку компании ослабить рыночные позиции конкурентов назначением относительно низких цен с целью увеличения своей доли рынка. В перспективе в этой войне победителей нет, так как снижение цен имеет свои пределы и отраслевые ограничения. И тогда акцент переносится на другие способы конкуренции – рекламу, улучшение упаковки и пр.

Ценовая дискриминация (Price discrimination) – назначение различных цен на различную продукцию или для различных покупателей при отсутствии каких–либо различий в стоимости, оправдывающих эти различные цены.

Ценовая конкуренция (Price competition) – рыночный подход, при котором продукция дифференцируется в соответствии с ее стоимостью. При этом компании стремятся привлечь потребителей, исходя исключительно из назначения цен на продукцию.

Ценовая политика (Pricing policy) – составная часть маркетинговой политики, совокупность экономических и организационных мер, направленных на достижение посредством ценообразования обеспечения устойчивого сбыта и получения высокой прибыли компании.

Ценовая стратегия, «проникновение на рынок» (Penetration price) – стратегия ценообразования, когда для товаров или услуг назначается специально низкая цена с целью массированного захвата рынка.

Ценовая чувствительность (Price sensitivity) – восприятие цены на товары и услуги различными сегментами рынка в зависимости от их социально-демографических, личностных и психографических особенностей.

Ценовое лидерство (Price leadership) – положение компании в качестве лидера на основе достижения низкой себестоимости на свои товары за счет эффектов масштаба производства и сбыта. Это положение характерно в ситуации олигополии.

Ценовой диапазон (Acceptable price range) – диапазон цен, который покупатель считает реалистичным. Если цена ниже диапазона, качество товара

ставится под сомнение. Если она выше, потребитель отказывается покупать товар.

Ценовой лидер (Price leader) – доминирующая на рынке компания, за изменениями цен которой должны следовать остальные конкуренты.

Ценовые стратегии (Pricing strategy) – стратегическая линия, проводимая продавцами товаров в отношении установления цен на рынке. Различают: стратегию высоких цен – «снятие сливок» при продаже товаров–новинок; стратегию низких цен – «проникновение на рынок»; стратегию дифференцированных цен с использованием скидок, надбавок, льгот; стратегию престижных цен на товары высокого качества и особой привлекательности и др.

Ценообразование - «средние издержки + прибыль» (Average cost plus profit pricing) – самый простой способ ценообразования, когда на себестоимость товара начисляется определенная наценка, так как продавцы больше информированы об издержках, чем о спросе.

Ценообразование (Pricing) – маркетинговая политика, состоящая в определении цен на товары и услуги, предлагаемые покупателям. Выделяются три основных подхода к ценообразованию: 1) на основе издержек (cost–based method); 2) на основе изучения мнения покупателей (buyer–based method) или исходя из их восприятия ценности, качества продукта (perceived value pricing); 3) на основе цен конкурентов (competition–based method).

Ценообразование гибкое, безубыточное (Flexible break-even pricing) – метод установления цены на основе максимизации разности между совокупной выручкой и совокупными издержками при различных уровнях спроса.

Ценообразование зональное (региональное) (Zone pricing) – метод установления продажных цен на продукцию в соответствии с географическим местом, где ее предполагается продавать, а также с учетом затрат на ее доставку.

Ценообразование мошенническое (Deceptive pricing) – практика искусственного завышения цен и последующего их снижения под видом распродажи.

Ценообразование ориентированное на спрос (Demand–oriented pricing) – метод ценообразования на продукцию или услуги, базирующийся на уровне спроса.

Ценообразование пакетное (Bundling pricing) – предложение двух или более товаров и услуг в комплексе по особой цене.

Цены внутриотраслевые (Trade rate) – специальная цена, предлагаемая розничному торговцу производителем, дистрибьютором, оптовым торговцем или предлагаемая продавцом частным лицам и организациям в смежной отрасли.

Цены, фиксированные по вертикали (Vertical price fixing) – соглашение между производителем и розничным торговцем о соблюдении рекомендованной розничной цены на товары во время их продажи в магазине.

Цены, фиксированные по горизонтали (Horizontal price fixing) – договоренности между конкурентами одной отрасли в плане поддержания определенной цены, тем самым, исключая ценовую конкуренцию и ограничивая выбор товара для потребителей. Используется в условиях олигополии.

Цены-эталоны (reference prices) – цены, которые в сознании покупателей выступают в качестве ценового ориентира в отношении определенных товаров.

Ч

Частные сбережения (Private saving) – доход домохозяйств за вычетом налогов и расходов на потребление.

Чек-листы (Check lists) – специально организованный документ, включающий ряд вопросов и положений, позволяющих проводить аудит различной маркетинговой деятельности.

«Черный ящик» (Black box) – термин, используемый в маркетинге для описания состояния сознания и психики индивидуального покупателя как «непрозрачного». О внутреннем содержании этого состояния можно судить, подавая сигналы на вход «ящика» и наблюдая его реакцию на выходе из «ящика».

Ш

Шкала ассоциаций (Associative scaling) – шкала, которая предлагает респонденту определить, какой из объектов ассоциируется у него с каждым из расположенных на ней утверждением.

Шкала Лейкерта (Likert scale) – инструмент полевого исследования рынка. Состоит из набора утверждений, которые респондент должен оценить по пятибалльной шкале (например, «полностью согласен», «согласен», «затрудняюсь ответить», «не согласен», «полностью не согласен»). Используется при определении представлений, мнений и отношений к товарам, маркам или магазинам.

Шкала Осгуда (Osgood scale) – инструмент полевого исследования рынка. Используется, главным образом, при определении различий в отношении к товарам, маркам, магазинам путем сопоставления профиля представлений. Респондент указывает свое мнение по поводу различных утверждений, касающихся предмета опроса. Например, «сложный – простой», «удобный – неудобный», «дорогой – дешевый». Шкала может содержать 5 или 7 делений по мере возрастания (убывания) признака. Иногда такой инструмент называют семантическим дифференциалом Осгуда.

Шкала Рокича (RVS – Rokeach Value Scale) – метод исследования поведения потребителей на основе измерения ценностей. Респондентам предлагается проранжировать по степени важности список из восемнадцати наборов задач, целей (конечные состояния), а также, наиболее предпочтительные для них формы поведения в отношении приобретения ими товаров.

Шкала цен (Price scale) – диапазон цен на товары одной продуктовой линии.

Шкала Шварца (SVS – Schwartz Value Scale) – метод исследования моделей поведения потребителей на основе опросника, состоящего из десяти типов ценностей, выбор которых рассматривается в качестве руководящих жизненных принципов потребителей, побуждающих их к покупке.

Шкалы-рисунки (Pictorial scale) – шкалы, различные категории которых представляют собой рисунки.

Шум/осведомленность (Clutter/Awareness) – тест McCollum/Spielman, показывающий процент тех, кто вспомнил наименование рекламируемого бренда, когда реклама была продемонстрирована в условиях «шума» семи рекламных роликов.

Э

Э–коммерция (E-commerce) – модель бизнеса, предполагающая торговлю товарами и услугами посредством новых, виртуальных медиа.

Экспериментальная группа (Experimental group) – специально отобранная часть респондентов, подвергаемых экспериментальным воздействиям.

Эксперт (Expert) – человек, который в силу своего образования, профессиональных навыков, должностного статуса или доступа к закрытой информации, личного опыта, известности является существенно более авторитетным специалистом по какой–либо проблеме, чем «рядовой потребитель».

Экспертные оценки (Expert assessment) – оценки, полученные от специалистов в определенной области. В качестве экспертов, при составлении прогнозов, могут выступать дилеры, дистрибьюторы, поставщики, консультанты по маркетингу, торгово-промышленные ассоциации.

Экспорт (Exports) – операции по продажам товаров и услуг, продаваемых зарубежным государствам, осуществляемые в рамках международной договоренности.

Экстранет (Extranet) – корпоративная сеть на основе Интернета, которая позволяет компании осуществлять конфиденциальную связь с поставщиками, дистрибуторами и другими контрагентами.

Эластичность (Elasticity) - способность одной переменной реагировать на изменение другой. . При этом разные товары имеют различный коэффициент эластичности. Основные продукты питания обладают низкой эластичностью спроса по цене, а предметы роскоши, наоборот, более высокой эластичностью. Измеряется в процентах.

Электронный магазин (Electronic shop) – сайт компании, где посредством прямых продаж осуществляется заказ и доставка товаров потребителю.

Электронный обмен данными (Electronic data interchange - EDI) - система прямой компьютерной связи между поставщиками и потребителями, предназначенная для непосредственного оформления заказов и обмена стандартной информацией.

Элита (Elite) – потребительская группа, составляющая меньшинство, которая обладает влиянием и властью над другими группами. В некотором отношении признается «высшей». Чаше встречается обозначения VIP, премиум.

Эмоциональная выгода (Emotional benefit) – удовлетвореность от покупки и использования товара определенной марки, воспринимаемая посредством чувств и переживаний потребителями.

Эмоциональные мотивы (Emotional motives) – чувства или эмоции, которые могут возникать без тщательного обдумывания, выражающиеся в необоснованных (нерациональных) решениях относительно приобретения товаров или услуг потребителями.

Эталонная группа (Reference group) – реальная или абстрактная группа потребителей, которая оказывает существенное влияние на модель покупательского поведения индивида.

Этикетка (label - ярлык) – наклейка на изделие, ярлык, в котором указаны страна-изготовитель, фирма, название, торговая марка (фирменный знак), цена, размер, вес и другие параметры товара.

Этноцентризм потребителя (Consumer ethnocentrism) – твердая позиция, убежденность потребителя в том, что приобретение продуктов зарубежного производства неуместно и даже безнравственно.

«Эффект бережливости» (Frugality effect) – явление, состоящее в том, что по мере увеличения дохода потребителей увеличивается их склонность к наращиванию сбережений с целью жить богаче, а это, в свою очередь, приводит к сокращению прироста потребления в структуре дохода.

Эффект бумеранга (Boomerang effect) – явление, когда при некоторых коммуникационных воздействиях на аудиторию или отдельные ее сегменты получается обратный ожидаемому результату эффект (часто в рекламе по ТВ, СМИ).

Эффект замещения (Substitution effect) - явление, состоящее в том, что при неизменности реального дохода, покупатели отдадут предпочтение тем товарам, которые имеют более низкую цену, чем аналогичные, так как они выступают как более притягательные в сознании потребителей и, тем самым, вытесняют другие, цена на которые выше.

Эффект края (Primacy effect/Recency effect) – явление, состоящее в том, что товары, расположенные на торговых полках в начале и конце, запоминаются быстрее, чем находящиеся в середине (учитывается в решениях мерчандайзеров).

Я

Ярлык, этикетка (Label) – специально организованная место для информации, где указывается содержание упаковки и размещается реклама.

Ярмарка (Fair) – специфическая форма стимулирования продаж, где на специально оборудованной территории демонстрируются для продажи образцы новых товаров, научно–технические и производственные достижения.

Подробнее- можно ознакомится по ссылке:

https://www.infosystems.ru/library/glossary/slovar-marketingovykh-terminov/

Дата доступа: 15.04.2025.