

2. **Национальный** исследовательский университет «Высшая школа экономики» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://perm.hse.ru/news/215238054.html>. – Дата доступа : 15.02.2018.

3. **The New Production Workforce: Responding to Shifting Labour Demands** [Электронный ресурс] / The World Economic Forum. – Режим доступа : <https://www.weforum.org/reports>. – Дата доступа : 17.02.2018.

ЭВРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ОБРАЗОВАНИИ

Садовская Екатерина Юрьевна,

Урганова Диана Борисовна

Белорусский государственный университет,

Институт бизнеса, Минск

sadovskaya@sbmt.by, diana.urganova@sbmt.by

В мире и обществе происходят изменения. Скорость изменений стала настолько высокой, что становится все сложнее успевать адекватно реагировать на них и постоянно перестраивать свою деятельность на различных уровнях. Есть несколько тенденций, которые проявились в последние пару лет и будут оказывать существенное влияние на развитие стран, промышленности, общества в ближайшем будущем, а также будут влиять на систему образования.

Прежде всего, это информационные технологии, которые охватывают широкий спектр вопросов, начиная с приложений для потребителей и заканчивая вопросами кибер-безопасности, а также изменениями в составе рабочей силы и человеческого капитала. Массовая оцифровка экономики, а также всех других сфер жизни, необходимость защиты данных, обеспечение безопасности информации ведут к изменениям как на уровне рядового потребителя, так и самых важнейших отраслей. Потребитель может приобретать все больше товаров и пользоваться все более расширяющимся спектром услуг через интернет и мобильные приложения, совершать платежи, следить за состоянием здоровья, применять технологии «умный дом». Изменяются и банковские услуги. Личный мобильный телефон становится одновременно и банком. Предполагается, что к 2020 году цифровое банковское дело вырастет до более 2 миллиардов пользователей. Скорость - это ключевой момент в современном банковском деле. Кредитование, банковские услуги, обработка заявлений и другие игроки банковского сферы будут постоянно ускориться.

Мобильный банкинг также будет продолжать распространяться и развиваться, а, значит, будет и больше мобильных кибератак. В связи с тем, что около 80 процентов клиентов финансовых учреждений совершают операции онлайн, а около 50% пользуются услугами мобильного

банкинга, произойдет увеличение количества атак и еще острее встанет вопрос о повышении степени безопасности.

Данные тенденции в равной мере касаются компаний и предприятий, которым необходимо тратить все больше и больше средств для защиты данных с целью не только защиты, но и для предотвращения доступа, обнаружения угроз и мгновенного реагирования. Количество кибер-атак также будет постоянно возрастать и в других отраслях. Это, кроме прочего, будет связано с тем, что к 2020 г. прогнозируется, что в мире будет уже более 20 миллиардов подключенных и связанных между собой устройств. Доступ к вредоносному программному обеспечению, общий уровень знаний, доступность и легкость получения образования в сфере айти еще больше будут способствовать этому. Активное использование ботов также будет вести к проведению крупномасштабных атак на компании и предприятия. Это также связано и с тем, что обновления на многих устройствах происходят автоматически, а пользователь даже не успевает отреагировать.

Еще одним вероятным вариантом развития станет переход из «облаков» и использование микросервисов, а также появление небольших, но более удобных приложений. Примером тому могут служить такие сервисы, как Убер и Зипкар, которые уже составляют серьезную конкуренцию традиционным службам такси.

Однако подобное быстрое развитие сферы информационных технологий позволяет создавать и осваивать новые энергосберегающие технологии, которые снижают электропотребление, что немаловажно в условиях достижения целей глобального развития и сохранения ресурсов. Промышленное оборудование тоже будет продолжать совершенствоваться, предлагая все более высокую степень автоматизации производства и замену человеческого труда роботизированным.

Внедрение искусственного интеллекта поможет бизнесу извлечь выгоду из крупных источников данных, так как при наличии специалистов и эффективных инструментов компании смогут сосредоточиться на использовании данных для стимулирования роста. Компании будут стремиться внедрить искусственный интеллект, чтобы получить конкурентное преимущество.

Изменения в сфере айти повлияют на политику и инструменты маркетинга и рекламы. Продвижение станет носить еще более индивидуализированный и кастомизированный характер. Традиционные крупные рекламные кампании с размещением информации на билбордах и печатных средствах массовой информации останутся, но масштабы станут меньше, а реклама и маркетинг станут носить более личный характер, то есть компании будут отказываться от общих и безличных обращений, старающихся убедить потребителя приобрести тот или иной товар. Контент станет персонализированным. Основным катализатором этого

сдвига в сторону «один на один» стал прогресс в технологии персонализации, особенно в сегментировании кликов. Персонализация маркетинга электронной почты особенно ценна, потому что у малых предприятий часто есть множество продуктов, но не каждое предложение будет обязательно привлекать каждого клиента из списка адресов электронной почты. Также уже стоит говорить о все более активном использовании искусственного интеллекта в сфере маркетинга и рекламы для создания материалов и общения с клиентами, хотя полностью заменить людей в данном случае не получится, так как искусственный интеллект не может полностью имитировать человеческое общение. Социальная реклама станет более конкурентоспособной, а среди главных рекламных носителей будет продолжать преобладать Фейсбук, так как малый и средний бизнес (в зависимости от страны и целевой аудитории) еще не в полной мере задействовали возможности контакта с потенциальными клиентами посредством Фейсбука. Количество рекламодателей будет расти, а это, в свою очередь, приведет к росту цен на размещение рекламы на Фейсбуке.

Следует отметить, что малый бизнес пока задействует небольшое количество каналов для своего продвижения. В будущем это будет меняться, так как достичь целевой аудитории в одном отдельно взятом месте больше невозможно. Крупные бренды делают это достаточно давно и очень успешно. У многих владельцев даже есть отдельные поставщики для Facebook, Google, веб-контента, веб-обслуживания и т.д. Таким образом, малые и средние предприятия начнут все активнее использовать интегрированные стратегии, следуя за примером крупных компаний.

Будут активно продолжаться развитие майнинг и технологии блокчейн, а компьютеры станут более гибкими в обслуживании клиентов, при продажах и поддержке. Более низкие затраты и повышенная доступность инструментов речевой аналитики означают, что больше предприятий будут регистрировать и контролировать звонки в своих контактных центрах просто направляя вызывающих абонентов через подсказки, а речевая аналитика поможет их классифицировать и анализировать ответы в свете того, что мы говорим и как мы это говорим. Такие идеи будут использоваться для направления специалистов в режиме реального времени, чтобы получить наилучшие результаты от каждого взаимодействия.

Использование технологий ведет и к изменению рабочего места, так как компании начинают понимать, как они используют пространство для повышения производительности и адаптации к новым шаблонам поведения сотрудников и техническим инструментам. Все больше компаний также будут двигаться к вариантам гибких рабочих мест, поскольку все большее количество сотрудников работают удаленно, выполняя при

этом свою работу эффективно, а также в удобные для них часы. Таким образом, отпадет необходимость в больших офисных помещениях.

В свете вышесказанного и с учетом происходящих и возможных изменений необходимо перестраивать систему образования, чтобы соответствовать новым веяниям времени.

СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ В ПЕРИОД ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Самусевич Владимир Петрович

Белорусский государственный университет,
Институт бизнеса, Минск
samusevich@sbmt.by

Получение высшего образования является одним из важнейших этапов в жизни человека, его социализации личности. Жизнь – это процесс постоянной социализации личности, требующий постоянных изменений. Человек представляет собой социальное существо, следовательно социальная деятельность человека является определяющей в его жизни. Чтобы человек преуспевал в социальной деятельности, он должен учиться и трудиться. Жизнь убедительно свидетельствует о том, что человек становится личностью только в условиях общественной жизни и человеческих взаимоотношений, в процессе воспитания, обучения и созидательной трудовой деятельности.

Социализация личности – это вхождение человека в социум, его культуру, в непрерывный поток информации и выборов, выработка индивидуальных стратегий взаимодействия с социальной средой. Процесс интеграции каждого студента в общественные слои считается достаточно сложным, поскольку включает усвоение ценностных ориентаций и норм социальной жизни, а так же выполнение определенных социальных ролей в сложившейся образовательной среде учреждения высшего образования.

Образовательный процесс выступает в качестве одного из важнейших факторов социализации личности студента и представляет собой совместную деятельность многих его составляющих. Координация и объединение их усилий требует постоянного взаимодействия между ними. Совместные действия достигаются благодаря взаимодействию посредством установления вертикальных и горизонтальных связей формальных и неформальных отношений между участниками образовательного процесса. Взаимодействие в образовательном процессе является главным фактором усвоения учебных программ, от которого в большинстве случаев зависят итоги обучения.