

правило, во время такого рода акций раздаётся какой-нибудь громкий звуковой сигнал, который говорит о том, что кто-то стал «счастливым обладателем» какого-либо товара. Как следствие, люди, услышав данный сигнал, подходят к месту проведения акции и, мотивируемые желанием быть такими же, как и все, они, не осознавая этого, автоматически хотят стать обладателем точно такого же товара.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данном материале были рассмотрены лишь некоторые элементы психологического воздействия, на самом деле их намного больше. Однако, основываясь даже на этих четырёх методах, можно сделать вывод, что, зная основные элементы психологического воздействия, можно очень сильно повлиять на выбор потребителя. При этом, используя данные методы и хорошо разбираясь в психологии поведения потребителя, можно кардинально поменять его основные ценности. Психологическое воздействие, как и реклама, может в определённой степени изменить покупательские привычки потребителя.

Таким образом, при помощи методов психологического воздействия можно представить покупателю какой-нибудь новый продукт, о котором он раньше не знал, и, скорее всего, на который не обратил бы внимание.

Литература

1. Интернет-адрес: <http://www.profi-forex.org/novosti-dnja/entry1008059828.html>
2. *Кабаченко Т. С.* Методы психологического воздействия: Учебное пособие. М., 2000.
3. *Шейнов В. П.* Скрытое управление человеком (психология манипулирования). М., 2006.
4. *Чалдини Р.* Психология влияния. СПб, 2000.
5. *Шейнов В. П.* Убеждающие воздействия. М., 2010.

МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ БИЗНЕСА: ПЯТЬ ГЛАВНЫХ ТРЕНДОВ

Е. С. Дымова

За последние десятилетия в самосознании людей произошли серьезные изменения, обусловленные резкими трансформациями социально-экономических условий жизнедеятельности. В современном мире появились новые правила и образцы социального поведения, изменились социальные представления, ожидания и идеалы, отсутствуют единые заданные стандарты, на которые ориентируются сегодня и стремятся им

соответствовать как отдельный человек, так и различные социальные группы. Также изменились и образцы, представления. Эти перемены в личностно значимой форме, в первую очередь, сказываются на психическом состоянии и жизни людей. Вам говорили: если прилежно учиться в школе, поступить в хороший вуз и с успехом его окончить, то успех в жизни гарантирован. Возможно, так и было пятьдесят лет назад. Но сегодня все иначе. Если вы хотите добиться успеха в современном мире, следует заняться получением навыков, полезных в реальной жизни, и работать над выработкой таких качеств и навыков, которые позволят вам значительно опередить дипломированных отличников. И не важно, учились вы в университете или нет. Все больше людей (включая и тех, кто еще не получил высшего образования) начинают осознавать, что старый рецепт успешной карьеры больше недействителен. Пришла пора искать новые пути. Рассмотрим некоторые пути решения, применимые непосредственно в бизнес-образовании: дистанционное обучение (ДО), персонализация, геймификация, интерактивные учебники, а также обучение через видеоигры. Теперь более подробно разберем каждый из путей развития системы образования в сфере бизнеса. Итак:

1. ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ

Дистанционное обучение – взаимодействие учителя и учащихся между собой на расстоянии, отражающее все присущие учебному процессу компоненты (цели, содержание, методы, организационные формы, средства обучения) и реализуемое специфичными средствами Интернет-технологий или другими средствами, предусматривающими интерактивное обучение.

По технической основе передачи данных можно выделить следующие формы ДО: рассылка печатных материалов по почте; рассылка аудио-, видео- кассет, дискет, CD-ROM; средствами аудиографики (интерактивные доски, а также учебное кино, радио, телевидение); через интерактивное WebTV и видео конференции; через телеконференции Usenet, IRC; через электронную почту и листы(списки) рассылки; через web-страницы; через чат, web-форум и гостевую книгу.

ДО позволяет: снизить затраты на проведение обучения (не требует затрат на аренду помещений, поездок к месту учебы, как учащихся, так и преподавателей); проводить обучение большего количества человек; повысить качество обучения за счет применения современных средств, объемных электронных библиотек и т.п.; создать единую образовательную среду. Формами организации дистанционных занятий являются: чат-

занятия, веб-занятия, телеконференция, телеприсутствие. Наиболее яркими представителями, использующими ДО являются: KhanAcademy, 2Tor.

Также следует обратить внимание на:

2. ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

Персонализация – процесс, в результате которого субъект получает идеальную представленность в жизнедеятельности других людей и может выступить в общественной жизни как личность.

Современное образование стремится к универсализации, пытаясь моделировать людей максимально похожими друг на друга. Школы и университеты видят в своих учениках классические «черные ящики»: они закачивают одинаковую информацию и ожидают одинаковой ответной реакции, не принимая во внимание индивидуальные характеристики. Такой подход уже устарел, и давно пришло время от него отказаться. В будущем компьютеры будут составлять персональные программы для каждого школьника и студента, подстраиваясь под его интеллектуальные и эмоциональные особенности. Примерами компаний, внедряющих персонализацию в свои программы являются: Knewton – коммерческий стартап, основанный в 2008 году. Knewton предлагает создателям онлайн-курсов использовать разработанный компанией движок, который детально анализирует прогресс студента по конкретному предмету.

Следующим моим предложением в совершенствовании образования для бизнеса будет:

3. ГЕЙМИФИКАЦИЯ

Геймификация – все, что связано в бизнесе с применением игровых механизмов.

«Относись к работе как к игре. И тебе никогда не придется жаловаться на трудную работу». Геймификация эксплуатирует известное свойство мозга: ему очень нравится получать вознаграждение за проделанную работу. Чтобы убедиться в этом, достаточно посмотреть на игры в социальных сетях, где вознаграждения в виде разнообразных достижений сыплются буквально после каждого клика мышкой. Сторонники геймификации предлагают максимально интегрировать игровые элементы в повседневную жизнь с целью максимизации вовлеченности человека. Основными характеристиками геймификации являются: динамика, механика, эстетика, соц. взаимодействие. С помощью геймификации можно стимулировать и подкреплять нужное поведение у отдельных людей или даже целых групп. Это называется подкреплением. Существует 4

подкрепления: позитивное, негативное, наказание, гашение. Примерами компаний, занимающихся разработкой различных программ, приложений использующих геймификацию за основу являются: Codecademy – популярные интерактивные курсы по изучению основ программирования, а также KhanAcademy – геймификация глубоко зашита в логику работы сайта.

Следующий пункт является на начальном этапе не очень выгодным, однако весьма эффективным и это:

4. ИНТЕРАКТИВНЫЕ УЧЕБНИКИ

В системе образование привыкли к стандартным вещам и программам, которые должны строго соблюдаться. А если, открывая учебник, на какой либо странице, можно увеличить или уменьшить рисунок, кликнуть мышкой или прикоснуться пальцами и узнать необходимую информацию о части открытого вами рисунка. Хотя фактически единственным аргументом в пользу учебников старого образца остается немного мифический «запах бумаги», их перевод в цифровой формат происходит крайне неспешно. Интерактивные учебники имеют массу плюсов, таких как: повышают интерес к процессу обучения; предоставляют большой объем информации, возможность скачивать из интернета ресурсы учебного назначения; дают возможность использования материалов для контроля и самопроверки; осуществлять личностно-ориентированный подход к обучению; удобен в использовании. Примерами компаний, работающих с интерактивными учебниками (разработка, сдача в аренду и т.д.) являются: Chegg – лидер на рынке аренды учебной литературы; InklingSystems – молодая компания, разрабатывающая и продающая платформу, которая помогает издателям создавать интерактивные учебные пособия как для планшетных компьютеров, так и для открытого веба.

И заключительным решением будет являться:

5. ОБУЧЕНИЕ ЧЕРЕЗ ВИДЕОИГРЫ

Видеоигры: улучшают ориентирование в пространстве; усиливают концентрацию внимания; позволяют развить навыки планирования и принятия решений; ускоряют мозговую деятельность; улучшение рабочей (кратковременной) памяти; развивают стратегическое, творческое, нестандартное мышление и воображение. Групповые игры учат взаимодействию между людьми и терпению в группе. Несмотря на очевидный потенциал, обучение через видеоигры в современных образовательных

учреждениях практикуются крайне редко. Виной тому не только предубеждение общества, но и огромные средства, которые требуются на создание красивых и сложных игровых миров. Для преодоления этого барьера потребуются политическая воля. Примерами компаний занимающихся разработкой различных видеоигр, применимых в обучении являются: PersuasiveGames – коммерческий стартап одного из главных современных теоретиков видеоигр Яна Богоста, который занимается разработкой обучающих игр по заказу бизнеса, СМИ и НКО.

ВЫВОД

В вышеизложенном материале были представлены лишь некоторые варианты совершенствования бизнес-образования такие как: ДО, персонализация, геймификация, обучение через видеоигры, а также обучение с помощью интерактивных учебников. Они являются наиболее реальными и действенными, а также универсальными, так как подходят для разных категорий граждан. Также они смогут охватывать большее количество человек, что будет выгоднее как для университета, так и для самих студентов.

Литература

1. Галло К. iПрезентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса. М., 2010.
2. Интернет-адрес: <http://www.forbes.ru/tehnobudushchee/>.
3. Интернет-адрес: <http://www.adme.ru/articles/>.

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМ ПОДДЕРЖКИ ВОДИТЕЛЕЙ ГРУЗОВОГО АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

К. А. Исайченко

Мастерство водителей на любом предприятии имеет большое значение. А, например, на автотранспортном от этого фактора зависит около 40 % всех эксплуатационных затрат. В связи с этим, стоит уделять достаточное количество внимания соответствующей подготовке водителей и постоянному поддержанию их профессиональных навыков на должном уровне.

Для осуществления этих задач и существует система поддержки водителей (СПВ). СПВ – это система, которая непрерывно анализирует данные, поступающие от различных датчиков на автомобиле, обеспечивая постоянный контроль над действиями водителя. Цель системы – многосторонняя оптимизация автомобиля, позволяющая достичь экономии топлива без снижения производительности. Она оценивает вожде-