

эффекта от воздействия рекламы представляются целесообразными разработка и использование собственного слогана, способствующего формированию положительного имиджа учреждения образования на рынке образовательных услуг, например «БГУ – умное пространство», «Академия МВД! Мы следуем букве закона!».

УДК 378

*А.Н. Лепёхин, начальник кафедры правовой информатики Академии МВД Республики Беларусь, кандидат юридических наук, доцент*

*Н.А. Лысак, доцент кафедры правовой информатики Академии МВД Республики Беларусь, кандидат физико-математических наук*

### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ БРЕНДА УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ**

Развитие современных технологий обработки и передачи информации предопределяет формирование новых подходов к подаче информации с целью более эффективного ее воздействия на целевую аудиторию. Указанные процессы связаны с категорией «бренд», в том числе и в образовательной сфере. Как справедливо отмечает А.Ю. Афанасьев, «роль бренда для образовательной среды чрезвычайно велика, так как он сообщает максимум полезной информации и гарантирует стабильное качество и ассортимент образовательных услуг; создает устойчивые, долгосрочные, положительные отношения с потребителем (лояльность); отражает систему ценностей, традиций, норм учреждения образования».

Следует отметить, что брендинг гораздо шире, чем просто название учреждения или его логотип, и предполагает особый способ представить общественности себя с целью повысить воздействие на аудиторию и получить или увеличить конкурентное преимущество, создавая образ, который простирается за пределы исключительно материальных ценностей. В этой связи полагаем, что стратегия формирования бренда учреждения образования должна включать в себя как один из важнейших элементов разработку собственных электронных образовательных ресурсов (ЭОР). При этом под ЭОР следует понимать образовательный контент, облеченный в электронную форму, который можно воспроизводить или использовать с привлечением электронных ресурсов.

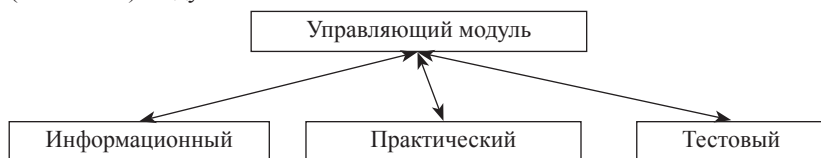
Отсутствие в учреждении образования единых правил и стандартов в области разработки ЭОР приводит к разнообразию их форм, видов, оформления, что, естественно, снижает узнаваемость и эффективность использования в качестве одного из ресурсов брендинга. Поэтому первоочередной задачей является разработка унифицированных подходов, требований и стандартов в рамках данного учебного заведения.

По нашему мнению, в основе решения данной задачи лежит использование мультимедийных информационных технологий, имеющих определенные преимущества в представлении информации, и разработка на их основе мультимедийных ЭОР.

Мультимедийные ЭОР содержат в себе мультимедиа-контент (видео, анимация, аудиоконтент), а также могут взаимодействовать с пользователем, задействовав режим интерактивности. Очевидно, что в связи с быстрым развитием возможностей компьютерной техники использование современных мультимедийных ЭОР, воздействующих на различные каналы восприятия информации, является актуальным направлением развития учебной деятельности.

Кроме повышения качества учебного процесса современные мультимедийные ЭОР могут способствовать формированию положительного имиджа учреждения образования, его бренда. Благодаря быстрому распространению посредством электронных носителей и через компьютерные сети ЭОР могут охватывать широкую аудиторию пользователей. Кроме того, компьютерные программы обладают таким свойством, как повторяемость воздействия, что является одной из особенностей успешного брендинга – доносить идею снова и снова в согласованном порядке до сознания потенциальных потребителей.

Полагаем, что ЭОР должны иметь модульную структуру и состоять из управляющего (коммутатора), информационного (лекционного), практического (лабораторного, интерактивного) и контролирующего (тестового) модулей.



Технические особенности компьютерной программы позволяют иметь простой, интуитивно понятный интерфейс, имеющий следующие функции:

- редактирование и изменение контента;
- просмотр гипертекстовых документов формата html, mht;

просмотр аудиовизуальных материалов любых форматов (при наличии установленных кодеков);

работа с файлами флеш-анимации;

просмотр файлов pdf и djvu.

Полагаем, что разработка и использование подобных электронных образовательных ресурсов позволит, с одной стороны, повысить эффективность проведения практических занятий с использованием информационных технологий и осуществления самостоятельной работы обучающихся, с другой – положительно влиять на бренд современного учреждения образования и иметь конкурентные преимущества на рынке образовательных услуг.

УДК 378

*О.И. Луцевич, начальник кафедры № 8 Института пограничной службы Республики Беларусь, кандидат педагогических наук, доцент*

## **О МОДУЛЬНО-РЕЙТИНГОВЫХ СИСТЕМАХ В ОБРАЗОВАНИИ**

В последние годы в системе высшего профессионального образования Республики Беларусь произошел переход от знаниевопредметной парадигмы к компетентностной. В связи с этим особый интерес вызывают модульно-рейтинговые технологии обучения, которым присущи следующие отличительные черты:

они ориентированы на цели, значимые для работодателя (заказчика кадров), и сферы профессиональной деятельности;

результатом профессионального образования является совокупность компетенций будущего специалиста;

основной единицей структурирования содержания подготовки специалиста выступает модуль, обладающий целостностью, определенной внутренней структурой, направленностью на достижение конкретных образовательных результатов – освоение компетенций;

оценка образовательных достижений обучающихся базируется на заранее заданном стандарте качества с однозначно определенными критериями.

Теоретический анализ педагогической литературы и опыта внедрения модульно-рейтинговых систем в учреждениях высшего образования Российской Федерации и Республики Беларусь (БГУ, ГрГУ, БГАТУ, БНТУ, БГУИР) установил, что все они строятся на модульной технологии обучения (в различных вариантах), которая определяет содержание