

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЛИЧНОСТИ – ОТ ШКОЛЬНИКА ДО ВЫПУСКНИКА ВУЗА

И. А. Соболенко

Белорусский национальный технический университет, г. Минск

Одной из первоочередных задач современного высшего образования становится создание новых условий для формирования и развития конкурентоспособной личности, способной самостоятельно, качественно и эффективно решать профессиональные проблемы и задачи.

Современные ученые и специалисты в сфере образования трактуют понятие конкурентоспособности по отношению к специалисту как динамическое, интегративное, многоуровневое качество личности, содержащее мотивационные, информационные, эмоционально-волевые и операционно-практические компоненты.

В 2022 г. были проведены исследования, позволяющие узнать представления и мнения учеников средних школ о конкурентоспособности личности. Участникам исследования было предложено написать эссе, в котором нужно было дать характеристику конкурентоспособной личности. В конце исследования были констатированы те признаки конкурентоспособной личности, которые чаще всего встречались в работах школьников (55 % и более). Были выделены основные признаки конкурентоспособной личности, такие как четкие жизненные цели в будущем; высокая работоспособность; развитие творческих способностей; умение самостоятельно принимать решения; сильная вера в успех; умение коммуницировать в социуме; постоянное саморазвитие; умение преодолевать различные трудности; способность быть лидером.

Все вышеизложенное свидетельствует, что мышление школьной молодежи о конкурентоспособности личности много в чем совпадает с методологическими подходами ученых к данному феномену.

Закончив школу, многие индивидуумы решают продолжить учебу в вузах. Система надления студента конкурентоспособными качествам в высшей школе более сложная и дифференцированная. Это позволит наделять будущих специалистов не только высоким уровнем *hard* и *soft skills*, но и развивать творческие способности и личностный потенциал каждого студента.

Формирование конкурентоспособности личности тесно связано с развитием рынка труда и «рынка личности», которые предъявляют к учащейся молодежи высокие профессиональные требования. В современных реалиях жизни студентам как гуманитарных, так и технических вузов, предстоит взять на себя ответственность за решение сложных и неоднозначных проблем, возникающих в постиндустриальном обществе.

ДИПЛОМНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «МАРКЕТИНГ»

Л. Л. Соловьёва

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Дипломную работу студенты специальности «Маркетинг» пишут на четвертом курсе в 8 семестре, после преддипломной практики. На дипломное проектирование отводится 10 недель [1, 2]. Перед выпускающей кафедрой стоит вопрос обеспечения качества дипломных работ. Дипломная работа является выпускной квалификацион-