

## 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-