

К серьезным бонусам внедрения практики дуального образования можно отнести снижение нагрузки на бюджет, более активное вовлечение бизнеса в процесс подготовки профессиональных кадров. Дуальная система, созданная с опорой на частно-государственное партнерство, послужит качественным источником рабочих кадров для производственных предприятий, позволит сократить разрыв в теоретической и практической подготовке инженерных кадров, повысит вовлеченность бизнеса в образовательный процесс. В будущем опыт практико-ориентированного обучения можно будет распространить и на другие отрасли экономики страны.

*Литература.* 1. *Кадры для промышленного роста. Дуальное обучение. Лучшие практики развития квалификаций [Электронный ресурс].* Режим доступа : [https://ridero.ru/books/kadry\\_dlya\\_promyshlennogo\\_rosta\\_dualnoe\\_obuchenie\\_luchshie\\_praktiki\\_razvitiya\\_kvalifikacii/freeText](https://ridero.ru/books/kadry_dlya_promyshlennogo_rosta_dualnoe_obuchenie_luchshie_praktiki_razvitiya_kvalifikacii/freeText) – Дата доступа : 31.08.2021. 2. *Анализ отечественного и международного опыта дуального образования. Актуальность дуального образования в подготовке квалифицированных кадров [Электронный ресурс].* – Режим доступа : [http://www.krirpo.ru/activity-2/method-support-dual/docs/analiz\\_opyta.pdf](http://www.krirpo.ru/activity-2/method-support-dual/docs/analiz_opyta.pdf)– Дата доступа : 29.08.2021 3. *Матяс, И. Д. Практика развития регионов / И. Д. Матяс // Развитие социально-экономического потенциала регионов : дифференциация и приоритеты: сборник научных трудов по итогам проведения круглого стола / под. ред. Радько С. Г. – М. : ФГБОУ ВО «РГУ им. А. Н. Косыгина», 2020. – 235 с. 4. Про огонек в глазах и подрывные инновации // Officelife.media [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://officelife.media/article/people/15383-svetlana-sapelnikova-adani-in-the-year-we-grow-to-120-130-people/> – Дата доступа : 30.08.2021*

УДК 378.147

**МИРОНЕНКО В. М.**, канд. вет. наук, доцент;

**КОНАХОВИЧ И. К.**, магистр вет. наук, ассистент;

**ПАТАФЕЕВ В. А.**, канд. вет. наук, доцент;

**БОРИСЕВИЧ М. Н.**, канд. физ.-мат. наук, доцент;

**БОЕВА Н. П.**, магистр пед. наук, ассистент;

**СОКОЛОВА А. П.**, специалист по сопровождению образовательного процесса

УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

**КОРПОРАТИВНЫЕ БРЕНДЫ В ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

***Резюме.** Корпоративные бренды в профориентационной деятельности учреждения образования играют важную роль, поскольку позволяют представить все образовательные возможности учреждения образования потенциальным заказчикам образовательных услуг.*

***Ключевые слова:** бренд, корпорация, образование, профориентация, учреждения образования.*

**Введение.** В современной реальности образовательные услуги являются высокоинтеллектуальным сектором глобального рынка товаров и услуг. Для всех интеллектуальноемких отраслей характерны превалирование индивидуального над общественным, а также высокая скорость обновления используемых технологических процессов и низкая продолжительность их жизненных циклов.

В настоящее время жизнеспособность бизнес моделей в значительной степени обеспечивается их инновационной составляющей, частью которой выступает бренд компании, который сам может создавать добавочную стоимость, поскольку выступает своеобразным гарантом потребительских характеристик выпускаемой продукции (услуг).

Сегодня понятие бренда вошло в жизнь каждого интеллектуально развитого индивида в различных формах [1; 2; 3; 4]. Однако для сферы образования понятие бренда зачастую не является достаточно актуальным и очевидным.

Вышесказанное обусловило необходимость изучения значимости корпоративных брендов в профориентационной деятельности учреждения образования.

**Материалы и методы исследований.** В работе использованы следующие эмпирические и теоретические методы: наблюдение, описание, анализ, абстрактное моделирование, обобщение, формализация.

**Результаты исследований.** Главным «товаром» в образовательном бизнесе являются компетенции выпускников, представляющие собой результат взаимодействия интеллектуальных систем педагогов и обучаемых посредством педагогических процессов. Гарантом успешности взаимодействия вышеуказанных элементов выступает бренд. Важность бренда увеличивается с повышением конкурентной активности.

Мировой исторический опыт создания и использования брендов свидетельствует о том, что бренд должен иметь инновационную природу, очевидную и актуальную для потребителя. В связи с чем, бренд должен динамично изменяться в соответствии с уровнем и форматом общественного развития и даже опережать его.

Создание бренда и поддержание его в актуальном состоянии требует привлечения первоклассных специалистов соответствующих профилей, регулярное оптимизационное реформатирование производственных

процессов, а также искоренение отживших традиций и закоряченных подходов, какими бы они не были передовыми в прошлом.

Бренд учреждений образования по своей сути является самым мощным из существующих средств профориентации. Однако формализация брендинга приводит к противоположному от ожидаемого результату. Часто в ущерб логистическим, финансовым и другим преимуществам для получения образования потребитель предпочитает организацию, имеющую имиджевые составляющие, свидетельствующие о явных конкурентных преимуществах в образовательном процессе.

Анализ ситуации в мире и на территории стран СНГ позволяет говорить о всевозрастающей конкуренции, складывающейся между учреждениями образования, обеспечивающими получение высшего образования. При этом государственным вузам (в более широком смысле – кампаниям) становится все тяжелее конкурировать с частными, и они постепенно утрачивают отдельные сектора. В области ветеринарии ярким примером подобного тренда является успешное предоставление специализированного ветеринарного образования частными инновационными образовательными центрами, которые осуществляют эффективную реализацию своих брендов, делая упор на создание наиболее актуальных компетенций у обучаемых.

Первоочередным содержанием бренда не является внешняя атрибутика, хотя она также важна. Формирование бренда начинается с идеи, которой для учреждений образования является: актуальные компетенции у обучаемых за минимальное время при адекватной стоимости. Средством реализации этой идеи является интеллект педагогов, инструментом – педагогические технологии, условием – творческая свобода личности. Инновации в этих трех звеньях, позволившие опередить конкурентов, и будут являться составными частями бренда. При этом корпоративные и индивидуальные регалии являются брендоформирующими только в той степени, в которой они отвечают потребностям рынка.

Продолжающаяся глобализация рынков товаров и услуг неуклонно ведет к интенсивному конкурированию с мировыми флагманами образовательной сферы и необходимости создания корпоративных брендов. В Беларуси существует много примеров создания успешных корпоративных брендов учреждений образования, особенно в области информационных технологий. Постоянная работа над корпоративными брендами является неотъемлемым компонентом деятельности успешных кампаний в сфере образования.

**Заключение.** Корпоративные бренды в профориентационной деятельности играют важную роль, которая со временем будет возрастать.

**Литература.** 1. *Брендинг: краткий курс лекций для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент профиля подготовки «Маркетинг» / Сост. : А. И. Рябова// ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2013. – 53 с.* 2. *Высокий брендинг. Тамберг & Бадьин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://newbranding.ru/articles/4r-public-relations-strategy>. – Дата доступа : 20.10.2021.* 3. *Ветеринары всегда нарасхват, а с дипломом ВГАВМ особенно [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [https://vitebsk-region.gov.by/ru/news-ru/view/veterinary-vsegda-narasxvat-a-s-diplomom-vgavm-osobenno-21378-2021/?is\\_annoynnce=1](https://vitebsk-region.gov.by/ru/news-ru/view/veterinary-vsegda-narasxvat-a-s-diplomom-vgavm-osobenno-21378-2021/?is_annoynnce=1). – Дата доступа : 20.10.2021.* 4. *Национальный центр интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.ncip.by/>. – Дата доступа : 20.10.2021.*

УДК 331.1

**ПАВЛЮЧЕНКО И. В.**, воспитатель

ГУО «Ясли-сад г. Орши», г. Орша, Республика Беларусь

## **СИСТЕМА ОБУЧЕНИЯ И ВОСПИТАНИЯ ОДАРЕННЫХ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ В КНДР**

***Резюме.** Представлена система образования, нацеленная на поиск, развитие и воспитание талантливых и одаренных детей и молодежи, созданная в КНДР. Показано, что функционирование этой системы обеспечивается специальными государственными программами в сфере образования.*

***Ключевые слова:** воспитание талантов, Корейская Народно-Демократическая Республика, обучение одаренных школьников, социальная политика в сфере образования.*

**Введение.** Благополучие современного общества, его прогрессивное развитие в значительной степени определяется уровнем умственных и творческих способностей его членов.

Первичной ячейкой развития потенциала личности является семья, в ней закладываются основы будущих достижений человека. Далее инициативу берут дошкольные учреждения, особенно тогда, когда в них акцент делается не столько на обучении, сколько на выявлении и целенаправленном развитии творческих способностей ребенка, его памяти, мышления, внимания и волевой регуляции поведения, поскольку уровень их развития во многом определяет результаты учебных достижений в будущем. В таких учреждениях ребенок может получать знания, умения и навыки как в какой-то конкретной области или сфере образования, так и в нескольких областях, дополняющих друг друга.