

циональной культурой, развивать и общество, и индивидуальное своеобразие личности.

Если речь идет о понятии формирования базовой культуры, то это тот необходимый минимум общих способностей человека, его ценностных представлений и качеств, без которых невозможна как специализация, так и достижение задуманных планов личности.

Базовой компонентой культуры в системе целей обучения и воспитания личности студента вынуждает по-новому относиться к самим воспитателям.

Исследование, проведенное сотрудниками кафедры «Психология» среди студентов БНТУ показало, что изучение дисциплин гуманитарного профиля повышает их общекультурный уровень, что составило 75,8% опрошенных, а среди четверокурсников – 80,9%.

УДК 62:378

### **Технология создания профессионально ориентированных моделей специалистов**

Лобач И.И.

Белорусский национальный технический университет

Первым шагом перехода от модели инженера к модели его подготовки служит выделение и полное описание типовых задач, которые он должен будет решать в своей будущей профессиональной деятельности. Типовые задачи выстраиваются в иерархию, которая одновременно является иерархией целей высшего образования.

1. Верхнюю ступень в этой иерархии занимают задачи, которые должны уметь решать все специалисты, независимо от конкретной профессии или страны проживания. Они определяются характером данной исторической эпохи и могут быть условно названы «задачами века». В наше время к числу таких задач можно отнести: экологические задачи; задачи непрерывного послевузовского образования; задачи вытекающие из коллективного характера большинства видов современной деятельности.

2. Второй уровень образуют задачи, специфичные для данной страны. В настоящее время особенно актуальны задачи, связанные с развитием рыночных отношений. Наконец, современный специалист должен уметь решать конструкторские, технологические, управленческие и экономические задачи.

3. Третий уровень собственно профессиональные задачи; он является самым большим по объему и разнообразию решаемых задач. В общем виде эти задачи могут быть разделены практически для любой специально-

сти на три типа: исследовательские задачи; практические задачи; педагогические задачи.

Каждый из типов задач третьего уровня требует для своего описания специфических профессиональных знаний. Для формирования этих знаний используется или экспертный метод, когда перечень профессиональных задач составляют специалисты в данной области, или педагог приобретает (или уже имеет) вторую специальность и составляет перечень профессиональных задач, рефлексируя свою собственную деятельность в новом качестве.

На основе анализа всех типов задач и исключения повторяющихся элементов строят модель деятельности специалиста. Но если готовить студентов, ориентируясь на эту модель, то ко времени окончания ими вуза модель в значительной степени устаревает. Возникает необходимость в очень сложной работе по выявлению тенденций в изменении характера задач и построении прогностической модели деятельности специалиста.

УДК 738.013.77

### **Факторы, влияющие на имидж профессионала**

Островский С.Н.

Белорусский национальный технический университет

Имидж складывается из всей совокупности черт Вашего внешнего облика, речи, манеры поведения. Он также включает процессуальную сторону – эмоции, темп речи, восприятия и т.п. Внутренней стороной имиджа являются интеллект, эрудиция, ценности, характер. Знаменитый социолог Эрвинг Гоффманн сказал, что имидж – это искусство «управлять впечатлением».

Как бы вам ни хотелось временами этого избежать, вы не в силах воспрепятствовать тому, что передаваемые вашим имиджем сигналы будут восприниматься другими людьми. Любой человек, впервые встретившись с вами, будет так или иначе их «считывать». В ситуациях, когда первое впечатление значит максимально много, воздействие подобных сигналов оказывается наиболее сильным.

Чем увереннее человек управляет своим имиджем, тем меньше робости он будет испытывать, и тем легче ему будет реализовывать свои цели.

Основными факторами, на которые человек обращает внимание, являются следующие:

- фактор превосходства;
- фактор привлекательности;