

## Социальные сети Профессионалы.ru и LinkedIn.com как инструмент обучения и аттестации в рамках компетентностного подхода

О. Г. Харач

Национальный исследовательский университет «МИЭТ»

Обосновывается целесообразность использования профессионально ориентированных социальных сетей Профессионалы.ru и LinkedIn.com в качестве вспомогательной площадки для обучения на «живом» материале и для аттестации сообразно принципам компетентностного подхода. Обозначается необходимость в корректировке понятийного аппарата данного подхода в связи с терминологической рассогласованностью между документами, регулирующими деятельность преподавателей, и словарными статьями, определяющими ряд задействованных в этом подходе понятий. Проводится смысловая аналогия между виртуальной социальной сетью и дорогой как между сопоставимыми информационными каналами разных исторических эпох, используемыми работодателем для определения качественных характеристик работника.

*Ключевые слова:* компетентностный подход; компетентность; компетенция; медиаобразование; медиакомпетентность; интерактивные формы обучения; неформальное обучение; информальное обучение; социальная сеть; социальное программное обеспечение; принципы менеджмента; коучинг; дидактика; динамическая самоорганизация; информационная безопасность.

В современную эпоху, когда объем сгенерированных человечеством данных измеряется уже в *зеттабайтах* [1; 2], развитие технической базы оправдывает прогноз Гордона Мура (закон Мура), а политическая обстановка не отличается стабильностью, система отечественного образования вновь находится в непростом положении.

С одной стороны, все перечисленные выше факторы обуславливают необходимость в модернизации программ и методологии обучения, с другой стороны, непрерывность процесса модернизации образовательных стандартов, официально ориентированной на повышение качества образования [3], сама по себе является одним из главных препятствий на пути к достижению этой цели.

Отчасти это объясняется традиционной инертностью больших систем в процессе адаптации к изменениям внешней среды. Отметим также среди препятствий заведомую несовместимость функций «предпринимательство» и «производство», описанную И. К. Адизесом [4].

Одним из наиболее актуальных вопросов, возникающих при реализации концепций развития образования в XXI в. (после финансирования, разумеется), остается обеспечение соответствия методов обучения и аттестации концепции *компетентностного подхода (КП)*.

Сложность обеспечения этого соответствия объясняется, среди прочего, тем, что в трактовках основополагающих понятий на протяжении многих лет наблюдаются ощутимые разногласия.

Так, например, не утихают споры о корректности трактовок понятий «компетенция» [5] и «компетентность» [6], которые вынуждены использовать преподаватели при создании рабочих программ по вузовским дисциплинам. Часть этих разночтений отражена в обзорной работе Л. Ю. Зуевой [7]. Ее выводы подтверждаются и нашим опытом.

В частности, сравнивая официальные документы, регулирующие деятельность преподавателя (образовательную программу), и официальные источники справочной информации (толковые словари, изданные под редакцией специалистов, признанных в области языкознания, или выпущенные академическими издательствами), легко обнаружить понятийные противоречия в употреблении отдельных терминов, которые осложняют разработку методического сопровождения аттестации студентов.

Например, формулировка компетенции ПК-11 в образовательной программе звучит так: «Умение проводить технико-экономическое обоснование проектных решений с использованием современных подходов и методов». Трактовки понятий в Толковом словаре современного русского языка Д. Н. Ушакова [8] совпадают с привычной нам практикой употребления соответствующих терминов, сложившейся задолго до обозначения *компетентностного подхода в образовании*<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> «**Компетенция** [лат. *competentia*]. 1. Круг вопросов, явлений, в которых данное лицо обладает авторитетностью, познанием, опытом. 2. Круг полномочий, область подлежащих чьему-н. ведению вопросов, явлений.

**Компетентный** [от лат. *competens* — соответствующий, способный]. 1. Осведомленный, являющийся признанным знатоком в каком-н. вопросе. || Основанный на осведомленности, авторитетный, веский. 2. Обладающий компетенцией, полноправный.

**Компетентность** — осведомленность, авторитетность» [8, с. 236].

Очевидно, что в ситуации терминологической неопределенности видится более обоснованной позиция, предполагающая, что *компетенция* представляет собой *ожидаемое* от специалиста (аттестуемого) в соответствии с нормативными документами (стандартами, программами и пр.), иными словами, применительно к нашему контексту, — круг вопросов, решение которых подразумевается той или иной специализацией; а *компетентность* — состояние соответствия этим стандартам: не техническое обладание определенным количеством информации в означенной области, а **способность** оперировать понятийным аппаратом, моделями и методами при решении различных задач, соответствующих **компетенции**. Это значит, что при аттестации речь должна идти о проверке наличия **компетентности**, а не компетенции.

Важный момент, который необходимо учесть при разработке методического сопровождения, заключается в следующем: в неопределенной по-прежнему ситуации с интерактивными формами обучения возникла (пока вне обязательных к исполнению документов) и довольно активно развивается концепция *медиаобразования* [9].

Базовый постулат этой концепции: необходимо обеспечить *медиакомпетентность личности* выпускника, под которой подразумевается (по результатам анализа отечественных и зарубежных версий понятийного аппарата данного направления) «совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный / оценочный, практико-операционный / деятельностный, креативный), способствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче

медиа-текстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме» [10; 11].

Переход к учету уровня медиакомпетентности при аттестации видится целесообразным как минимум по трем причинам.

1. Поскольку сегодня в большинстве случаев высшие учебные заведения не столько предлагают сакральные знания (что более характерно для образовательных институтов ранних эпох развития человечества), сколько формируют навыки самостоятельного получения необходимой в профессиональной деятельности информации из различных — преимущественно электронных — источников [12], данная оценка отразила бы специфику современных ожиданий работодателей в отношении выпускников вузов.

2. Констатация наличия данной оценки снимала бы необходимость вносить искусственные «компетенции» в описание результатов подготовки по предметам дополняющего характера, не требующим особой компетентности от выпускника с точки зрения эффективного выполнения задач, присущих его специальности (как, например, знания в области высшей математики необходимы лингвисту, главным образом, в случае специализации на технических текстах / переводах, а тонкости определения стихотворных размеров могут пригодиться менеджеру в случае его специализации на деловых коммуникациях (при личной подготовке поздравительного адреса)).

3. Определение качества медиакомпетентности универсально, т. е. его наличие легко проверяемо на материале любого из учебных курсов.

Один из вариантов соблюдения описанных выше моментов — с учетом реалий, ожидающих выпускников

за порогом вуза, — это использование при обучении студентов виртуальных социальных сетей.

Целесообразность применения социальных сетей для создания системы коммуникаций, гибко реагирующей на потребности студентов и преподавателя (или сотрудников деканата), уже рассматривалась в работе «Модерирование группы в социальной сети как актуальная интерактивная форма обучения менеджменту» [13]. Определим, насколько возможно использование данного информационного канала для поддержки процесса принятия решений при проведении итоговой аттестации.

В контексте рассуждения об усилении рыночной ориентированности образовательных процессов основополагающим является следующее предположение: поскольку студент для вуза — своего рода «продукт», важно, чтобы он стал востребованным «товаром». В нашем случае — удачно трудоустроенным специалистом.

И поскольку в вузе отсутствует ярко выраженная подсистема продвижения своих выпускников на рынке труда (упор делается на привлечение абитуриентов, т. е. на работу с другой целевой аудиторией), напрашиваются два решения: создать такую подсистему или вооружить своих выпускников инструментарием для самостоятельного продвижения.

Поскольку в ближайшее время не ожидается появления условий, благоприятствующих быстрому образованию небюрократических подсистем, — ни аналогичных описанным К. Паустовским в произведении «Предки Остапа Бендера» [14], ни более современных условий, характерных для динамично развивающихся коммерческих организаций, — более актуальным для рассмотрения представляется последний вариант.

Результаты общения с коллегами по различным направлениям подготовки показали, что в большинстве учебных курсов (при регулировании преподавателем активности студентов, не считая недавно переставшего быть обязательным «рубежного контроля») Интернет задействован в качестве: источника получения справочной информации по организационным моментам, дополнения к учебно-методической литературе, канала для общения с преподавателем (изредка) в порядке дистанционного консультирования или в случае осуществления, по сути, неофициально-тьюторства.

Социальные сети, будучи значительным элементом современной медиакультуры, до сих пор воспринимаются многими преподавателями лишь как объект, отвлекающий внимание обучаемых, или как источник информации о различных мероприятиях при отслеживании контента официальной группы университета. При этом с момента возникновения социальные сети находятся под пристальным вниманием специалистов, отвечающих за подбор кадров (HR) [15; 16; 17; 18; 19].

И пока авторы одних *постов*, содержащих рекомендации по повышению *личной эффективности*, призывают чуть ли не к отказу от использования соцсетей [20], другие опровергают этот совет, ссылаясь на свой опыт<sup>2</sup> общения с авторитетными и респектабельными представителями социума с помощью именно этого информационного канала. По результатам анализа различных источников, включая общение

с профессиональными рекрутерами, сегодня менее 10 % специалистов в данной области не применяют возможности соцсетей в работе, аргументируя это тем, что *профиль* — это «частная территория».

Большинство HR-специалистов оценило преимущества соцсетей: доступность информации, скорость мониторинга, возможность прямого общения с кандидатами. Кто-то изучает профиль перед приглашением кандидата на интервью, кто-то — после интервью. И часто информация, полученная через персональную страницу (*аккаунт*) кандидата — пользователя соцсети, может дать гораздо больше сведений о нем, чем традиционное собеседование. Во многом это обуславливается большей степенью открытости (искренности) в связи с неформальностью обстановки. Таким образом рекрутер может получить представление о личности кандидата, степени его сетевой, социальной и профессиональной активности; о его интересах; об уровне владения информационными технологиями и о коммуникативных способностях. Также специалисты могут оценить круг и стиль общения — вплоть до поведения кандидата в конфликтных ситуациях, которые в случае необходимости создаются искусственно и могут привести совершенно к иным результатам, нежели при проведении стресс-интервью на территории потенциального работодателя.

Решение о приеме на вакансии, подразумевающие наличие у претендента ярко выраженных коммуникативных способностей, может, по словам отдельных рекрутеров, напрямую зависеть от числа «друзей», подписчиков и прочих показательных в этом ключе факторов, не учтенных образовательными стандартами и традициями аудиторного проведения аттестации. Дальнейшая профессиональная карьера выпускника в этом случае определяется не столько

<sup>2</sup> Мы, в свою очередь, считаем нецелесообразным тотальный отказ от какого-либо информационного канала и делаем выбор в пользу осмысленного использования всех доступных информационных каналов — будь то телевидение, Интернет или социальные сети.



оценкой в дипломе или сложной формулировкой *компетенций* его специальности в стандарте, сколько тем, как приобретенные знания и навыки проявляются в позиционировании себя на персональной странице в социальной сети.

При этом, разумеется, следует учитывать, что в аналогичной ситуации находится и будущий работодатель (будь то этап поиска «команды поддержки» или этап определения сферы профессиональных интересов).

Скептическая позиция в оценке содержания *персональных страниц* обусловлена тем, что такая информация не всегда дает полную картину личности или может быть противоположной действительности, в случае если кандидат осознанно выстраивает конкретный желаемый образ.

Впрочем, оба обстоятельства только подкрепляют актуальность характерных для персонального менеджмента пословиц: *«Береги платье снову, а честь смолоду»* и *«По платью встречают, по уму провожают»*. «Платье», как и многое другое, в наши дни стало виртуальным. Это искусственно выстроенный или реальный образ, создаваемый человеком на страницах соцсетей и личных сайтов с целью установить определенные взаимоотношения с обществом.

Кроме того, образно представляя процессы обучения и аттестации в контексте компетентного подхода, можно провести аналогию с «Притчей о работнике» [21], по сути являющейся описанием коучинга.

В этом старинном сюжете (с некоторыми вариациями антуража при воспроизведении в разных источниках) потенциальный / действующий работодатель посылает работников / претендентов узнать цену сена. По возвращении один из них озвучивает ответ только

на тот вопрос, с которым был послан, второй максимально полно описывает все параметры объекта вплоть до самостоятельного принятия решения о проведении торга и до заключения сделки купли-продажи. Вердикт работодателя сводится к объяснению, почему работники получают разное вознаграждение: «Теперь ты понял, почему тебе платят пять копеек, а Ивану пять рублей?». В другой версии данного сюжета на работу принимается более инициативный работник.

Как и в случае с «платьем», дороги виртуализированы, т. е. многие деловые коммуникации осуществляются в киберпространстве. С точки зрения профессиональной ориентированности и возможностей использования в рамках КП особый интерес представляют две «дороги» — сети:

— LinkedIn.com — это более 225 млн аккаунтов, совокупность которых позиционируется как сеть для профессиональных контактов. Позволяет подбирать специалистов — от линейного персонала до топ-менеджеров (<https://www.linkedin.com/>).

— Профессионалы.ru — более 6,5 млн аккаунтов, составляющих ведущую отечественную деловую сеть, аналог сети LinkedIn. Позволяет подбирать специалистов разных отраслей, преимущественно имеющих опыт работы в российских компаниях (<http://professionali.ru/>)<sup>3</sup>.

С точки зрения возможности использования для аттестации обе сети представляют интерес, поскольку имеют, наряду с инструментарием для формирования и размещения публичного портфолио<sup>4</sup> (указание в профиле мест

<sup>3</sup> Получить статистическую информацию по этим и другим социальным сетям можно на сайте <http://www.alexa.com/siteinfo/>

<sup>4</sup> Опция, до сих пор не отработанная до полноценного рабочего состояния в рамках внутривизуальной информационной системы.

работы, званий и наград, размещение ссылок на презентации и публикации), разделы так называемых *референсов* — подтверждений заявленных навыков другими пользователями (см. рисунок).



Подтверждение навыков владельца профиля пользователями социальной сети LinkedIn

Разумеется, решение о размещении информации в социальных виртуальных сетях зависит от уровня публичности будущей профессии [22], от эмоциональной зрелости студента и подразумевает учет замечаний службы информационной безопасности в адрес конкретных соцсетей при соглашении на отдельные действия<sup>5</sup>.

При отсутствии существенных угроз целесообразно использование данных сетей, например, в курсе «Управление человеческими ресурсами» для отработки и контроля освоения тем, связанных с планированием карьеры, формированием резюме и должностных инструкций.

<sup>5</sup> Например, судя по словам разрешивших LinkedIn взаимодействие с личной почтой, происходит отслеживание их контактов, навязчивая нежелательная рассылка по адресной книге указанной электронной почты и прочие проявления электронного «шпионажа».

В курсе «Методы принятия управленческих решений», а также при прохождении практики, выполнении курсовых работ по профильным дисциплинам задание может быть сформулировано, например, следующим образом:

1) найти в профессиональной сети и установить контакт с руководителем или специалистом из сферы, соответствующей вашей специализации (с ограничением по конкретной сети или без ограничения);

2) получить от руководителя и специалиста (с соблюдением всех этических и юридических норм) описание какой-либо ситуации из его личного опыта, требующей разработки и принятия управленческого / инженерного решения (с ограничением по конкретному уровню: рутинный, селективный и т. д. — или без ограничения);

3) применить конкретные или любые известные методы разработки решения, оформить теоретическое обоснование использованных моделей и методов;

4) обсудить с руководителем или специалистом полученные альтернативы, получить его отзыв / рецензию / оценку предложенных вариантов решения — в виде стандартного бумажного документа или с использованием возможности референса на персональной странице;

5) оформить отчет о взаимодействии и отправить на электронную почту преподавателя, представить доклад аудитории.

Степень участия в опыте преподавателя в данном случае зависит от цели, но степень допуска в личное пространство в первую очередь определяет обучаемый. Преподаватель со своей стороны может либо согласиться на роль куратора, либо обозначить требование самостоятельно решить поставленную задачу — и уже

по результатам провести анализ работ. Этот механизм взаимодействия со студентами пока находится в стадии разработки.

Тем не менее уже сегодня можно с уверенностью сказать, что применение в учебном процессе инструментария профессионально ориентированной социальной сети целесообразно, поскольку способствует быстрому получению понятных, не требующих сложных изысканий и дополнительного обучения рекомендаций как по персональному менеджменту [23], так и по принципам программ развития образования, принятых в РФ. Рассмотрим преимущества такого инструмента обучения.

— Уже на стадии обучения студенты имеют возможность начинать осознанно встраиваться в профессиональное сообщество, устанавливая взаимосвязи со своими одноклассниками и преподавателями (включая расширение базы деловых контактов), отрабатывая элементы деловых коммуникаций и соблюдая определенные меры безопасности — как при размещении персональной информации, так и при принятии решения об установлении личного контакта с конкретным работодателем, включая анализ контента его страницы, стиля общения, предлагаемого места и формы проведения собеседования<sup>6</sup>.

— Студенты получают веские аргументы для подкрепления уверенности в выборе специальности / специализации, что помогает в преодолении кризиса и формировании профессиональной идентичности.

— Профессионально ориентированные социальные сети содержат максимально актуальный материал, необходимый для выполнения учебных

работ. Реализация, по сути, кейс-метода ведет к взаимодействию с формальными структурами внутри вуза (Кейс-клуб МИЭТ, <https://vk.com/miet.case>) и с внешними организациями, в том числе созданными его выпускниками (Молодежный центр мозгового штурма, <https://vk.com/mcmsh>). Также можно определить будущего первого работодателя, руководителя темы выпускной квалификационной работы или место прохождения практики / стажировки.

В порядке недостатков — обстоятельств, снижающих готовность преподавателя к внедрению предложенного решения, — можно отметить необходимость уделения преподавателями дополнительного времени на совместную, более обстоятельную, чем исключительно в учебной ситуации, не выходящей за рамки аудиторий, отработку формулировок для раздела «Навыки и их подтверждения» (см. рисунок) или необходимость поиска возможностей встраивания дополнительной процедуры в занятия созвучной направленности. Также сложным психологическим моментом может оказаться принятие решения об отказе от публичной поддержки (при наличии соответствующих оснований) своих учеников.

В случае благоприятного решения всех технических задач *хорошей практикой* может стать ответное признание учениками наличия тех или иных ценных навыков у преподавателя. Такое подтверждение может быть использовано в качестве средства мотивации как студентов, так и преподавателей более ярко демонстрировать владение навыками и знаниями, относящимися к курсу.

### Литература

1. Инфография как инструмент антропотехники / Н. М. Комаров, Н. В. Иванова, В. М. Сафронов, А. Е. Цветков //

<sup>6</sup> Давыдова М. Подростка изнасиловали на «собеседовании» в Москве // Life.ru [электронный ресурс] / Медиахолдинг News Media. 2016. 14 сентября. URL: [https://life.ru/t/новости/903218/rodstorka\\_iznasilovali\\_nasobiesiedovaniij\\_v\\_moskviie](https://life.ru/t/новости/903218/rodstorka_iznasilovali_nasobiesiedovaniij_v_moskviie) (дата обращения: 14.09.2016).



- Интернет-журнал «Науковедение». 2014. № 6 (25). Ноябрь — декабрь. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/163TVN614.pdf> (дата обращения: 10.09.2016).
2. Cisco: к 2017 году почти половина человечества станет пользоваться Интернетом // Компания Cisco Systems [электронный ресурс]. 2013. 16 октября. URL: <http://www.cisco.com/c/ru/about/press/press-releases/2013/06-060313d.html> (дата обращения: 10.09.2016).
3. Распоряжение Правительства РФ от 29.12.2014 № 2765-р «О Концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2016 — 2020 годы» // Правительство России [электронный ресурс] / Правительство Российской Федерации. URL: <http://government.ru/media/files/mlorxfXbbCk.pdf> (дата обращения: 10.09.2016).
4. Адизес И. К. Идеальный руководитель: почему им нельзя стать и что из этого следует: Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 262 с.: ил.
5. Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 13.10.2014 № 716н «Об утверждении профессионального стандарта “Менеджер по информационным технологиям”» (Зарегистрировано в Минюсте России 14.11.2014 № 34714) // ГАРАНТ: информационно-правовой портал / ООО НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». Сор. 2016. URL: <http://base.garant.ru/70800838/> (дата обращения: 10.09.2016).
6. Иляшенко Л. К., Мешкова Л. М. Понятийное поле компетентностного подхода: компетентность, компетенции, математическая компетентность, профессиональная компетентность // Глобальный научный потенциал. 2014. № 3 (36). С. 15—19.
7. Зуева Л. Ю. «Компетенция», «компетентность», «профессиональная компетентность» — синонимы или взаимоисключающие понятия? // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. 2008. Т. 14. № 1. С. 8—11.
8. Ушаков Д. Н. Толковый словарь современного русского языка. М.: Аделант, 2014. 800 с. (Б-ка школьных словарей).
9. Фатеев В. Н. О соотношении понятий «медиакомпетентность» и «медиакомпетенция» в контексте концепции массового медиаобразования в вузе // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2012. № 2 (10). С. 18—23.
10. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.
11. Миндеева С. В. К вопросу уточнения понятий «компетенция», «компетентность», «медиакомпетентность» // Magister Dixit: научно-педагогический журнал Восточной Сибири [электронный ресурс]. 2011. № 4 (12). URL: [http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/statya\\_mindeeva\\_\\_07.11.11.pdf](http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/statya_mindeeva__07.11.11.pdf) (дата обращения: 10.09.2016).
12. Миндеева С. В. Медиакомпетентность как ключевая в техническом вузе // Наука Красноярья. 2012. № 4 (04). С. 134—140.
13. Харач О. Г. Модерирование группы в социальной сети как актуальная интерактивная форма обучения менеджменту // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2015. № 4 (8). С. 81—94.
14. Паустовский К. Предки Остапа Бендера // Время больших ожиданий / К. П. Паустовский. Одесса: Optimum, 2008. С. 11—32.
15. Валиуров И. Д. 50 идей для поиска сотрудников через социальные сети: справочник рекрутера. М.: Business Connection Publisher, 2010. 72 с.
16. Витвицкий В. Социальные сети как инструмент поиска сотрудников // SMM-Консультант: Блог о продвижении в социальных сетях [электронный ресурс]. 2014. 14 сентября. URL: <http://www.smm-consultant.ru/socialnye-seti-kak-instrument-poiska-sotrudnikov/> (дата обращения: 14.09.2016.).
17. Селезнев Д. Подбор персонала в социальных сетях: советы и хитрости // HR-portal [электронный ресурс]. 2011. 5 июня. URL: <http://www.hr-portal.ru/article/podbor-personala-v-socialnyh-setyah-sovety-i-hitrosti> (дата обращения: 14.09.2016).
18. Социальные сети в подборе персонала // Experto24.ru [электронный ресурс] / ООО «Спасибо». URL: <http://www.experto24.ru/business-upravlenie/socialnye-seti-v-podbore-personala.html> (дата обращения: 14.09.2016).
19. Серегина А. 10 и один совет по подбору персонала в соцсетях // Executive.ru [электронный ресурс]. 2015. 15 октября. URL: <http://www.executive.ru/career/hr-management/1984154-10-i-odin-sovet-po-podboru-personala-v-sotsialnyh-setyah> (дата обращения: 15.09.2016).
20. Семенов Н. Все о социальных сетях. Ч. 1: Влияние на человека // SECL Group [электронный ресурс]. 2011. 8 июня. URL: <http://secl.com.ua/article-vse-o-socialnyh-setjah-vlijaniye-nacheloveka.html> (дата обращения: 15.09.2016).
21. Притча о работнике // Православный женский календарь на 2014 год / Авт.-сост. Н. Горбачева. М.: АСТ, 2013. С. 299.
22. Мельникова А. Как социальные сети влияют на будущую карьеру // Городские новости: сайт муниципальной газеты Красноярска



[электронный ресурс]. 2013. № 2758 (18 апреля). URL: <http://gornovosti.ru/tema/aktualno/kak-sotsialnyye-seti-vliyayut-na-budushchuyukaryeru37206.htm> (дата обращения: 15.09.2016).

23. *Хьюитт Л., Хьюитт Э., д'Абади Л.* Цельная жизнь для студентов / Пер. с англ. В. Хозинского. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 272 с.

**Харач Оксана Георгиевна** — кандидат экономических наук, доцент кафедр экономики и менеджмента (ЭиМ) и информатики и программного обеспечения вычислительных систем (ИПОВС) МИЭТ. E-mail: [oksion@narod.ru](mailto:oksion@narod.ru)