

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

*Материалы LVI международной студенческой научно-практической
конференции*

08 мая 2020 года

**Екатеринбург
«ИМПРУВ»
2020**

**МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

*Материалы LVI международной студенческой научно-практической
конференции*

08 мая 2020 года

**Екатеринбург
«ИМПРУВ»
2020**

УДК 001.1

ББК 60

К94

Ответственный редактор: Кусов Сергей Вячеславович

К 94

Междисциплинарные исследования. Современное состояние и перспективы развития: сборник статей LVI Международной студенческой научно - практической конференции. – Екатеринбург: Издательство «ИМПРУВ», 2020 . – 39 с.

Настоящий сборник составлен по итогам LVI Международной студенческой научно - практической конференции **«Междисциплинарные исследования. Современное состояние и перспективы развития»**, состоявшейся 08 мая 2020 г. в г. Екатеринбург. В сборнике статей рассматриваются современные вопросы теории и практики применения результатов научных исследований.

Сборник предназначен для широкого круга читателей, интересующихся научными исследованиями и разработками, научных и педагогических работников, преподавателей, докторантов, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все статьи проходят рецензирование (экспертную оценку). Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей. Статьи представлены в авторской редакции. Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а так же за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

При перепечатке материалов сборника статей Международной научно - практической конференции ссылка на сборник статей обязательна.

Сборник статей размещён в научной электронной библиотеке elibrary.ru по договору № 1933-08 / 2016К от 31 августа 2016 г.

© ООО «ИМПРУВ», 2020.

© Коллектив авторов, 2020.

ОГЛАВЛЕНИЕ

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ 5

Баева Е.А.

Кузьмина Д.И.

**ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ СВЯЗНОЙ РЕЧИ У ДЕТЕЙ
ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА ЧЕРЕЗ ТЕОРИИ РЕШЕНИЯ
ИЗОБРЕТАТЕЛЬСКИХ ЗАДАЧ 11**

Высочина Н. О.

**ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ И КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ НА РЫНКЕ
БАНКОВСКИХ УСЛУГ В ИНТЕРНЕТ СРЕДЕ 17**

Гайдук А.Е.

Гостев Д. В.

ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ ШКОЛЬНОЙ ТРАВЛИ 22

Каталова О.А.

ПРИЧИНЫ И ВИДЫ МОШЕННИЧЕСТВА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.. 26

Патеева Д.Р.

**ВЛИЯНИЕ ПРИРОДЫ ЗАМЕСТИТЕЛЕЙ В ЯДРЕ АНИЛИНОВ НА
УСЛОВИЯ СИНТЕЗА 1-АРИЛ-2-ФОРМИЛПИРРОЛОВ 31**

Рибий П.С., Роот Е. В.

**ПЛАНШЕТНЫЙ КОМПЬЮТЕР КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ
АЛГОРИТМИЧЕСКИХ УМЕНИЙ У ДОШКОЛЬНИКОВ 35**

Татарина М.А.

Ломаева М.В.

УДК 339.138

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

Баева Е.А.

Кузьмина Д.И.

Студенты ИГУ САФ

Россия, г.Иркутск

Аннотация: В статье рассматривается понятие маркетинга как форма организации бизнеса и как явление в общественной жизни и его история. Проведен анализ данного сегмента как worldwide, так и в России, и названы ключевые игроки рынка. Определены и перечислены плюсы и минусы сетевого маркетинга для участников этого вида деятельности.

Ключевые слова: сетевой маркетинг, маркетинг, товарооборот, дистрибьюторы, продажи.

NETWORK MARKETING

Baeva Ekaterina Alekseevna

Kuzmina Daria Igorevna

The students of ISU SASM

Russia, Irkutsk

Annotation: The article considers the concept of marketing as a form of business organization and as a phenomenon in public life and its history. This segment is analyzed both worldwide and in Russia, and key market players are named. The pros and cons of network marketing for participants in this type of activity are defined and listed.

Keywords: network marketing, marketing, turnover, distributors, sales.

Сетевой маркетинг – это такой вид маркетинга, при котором реализация товара или услуг осуществляется на базе построения сети дистрибьютеров, главная задача которых является не только продать товар или услугу, но и привлечь партнеров для дальнейшего сотрудничества, построения команды и выполнения определенного плана товарооборота. Основным принципом работы сетевого маркетинга является отсутствие оптовых посредников, затрат на рекламу и расходы на логистические операции. И полученная прибыль в данном случае распределяется между участниками в соответствие с проделанной ими работой (а именно товарооборотом). Как и любая другая сфера экономики, данный вид маркетинга ставит перед собой определенные задачи. В их число входит оптимизация ценообразования продукции, предоставление потребителю качественной и подлинной продукции, улучшение системы доставки продукции и совершенствование распределения прибыли компании-производителя. Все это дает нам общее представление о данном понятии.

История сетевого маркетинга берет свое начало в США в 1934 году. Молодой предприниматель Карл Ренборг, вернувшись домой с отбывшим сроком в тюрьме, решает производить витамины и пищевые добавки. Из-за отсутствия денег на рекламу он распространяет свою продукцию через друзей и знакомых, выплачивая проценты за проданный товар. Благодаря данной стратегии компания Карла выходит на оборот в 7 миллионов долларов и становится очень успешной. После такой удачно сложившейся ситуации Ренборг создает компанию под названием «Nutrilite Products», в которой сотрудники компании создают свои команды и получают доход уже не только от собственных продаж, но и от продаж нижестоящих людей. В России же данное понятие появилось в 90-е года и первой сетевой компанией на отечественном рынке стала компания «Гербалайф».

На 2019 год анализ отрасли как worldwide, говорит нам о том, что мировой рынок сетевого маркетинга ежегодно растет на 2%, а количество людей, вовлеченных в него, составляет 118,4 миллионов человек, из которых для половины такой вид заработка является основным источником дохода. Российский же сегмент находится на 14 месте в мировом рейтинге и оценивается в \$2,48 миллиардов всего оборота. В сравнении с оборотом Китая и США это составляет 1/14 часть. По данным Всемирной Федерации Ассоциаций Прямых Продаж (WFDSA) оборот всех сетевых компаний составил \$192,2 миллиарда. Из этого почти 60% приходится на рынки Азии.

Если проводить анализ отрасли по сегментам продаваемых товаров, то вырисовывается следующая картина. Основную часть всей продукции составляют товары красоты и здоровья, около 25% - одежда и бытовая техника, и самая малая часть всего оборота приходится на товары для дома и хозяйства. [1].

В топ-5 передовых сетевых компаний входят Amway (США), Avon (Великобритания), Herbalife (США), Infinitus (Китай), Vorverk (Германия). По данным DSN Global-100, из российских компаний в рейтинге есть только Faberlic с годовым оборотом \$563 млн (38-е место).

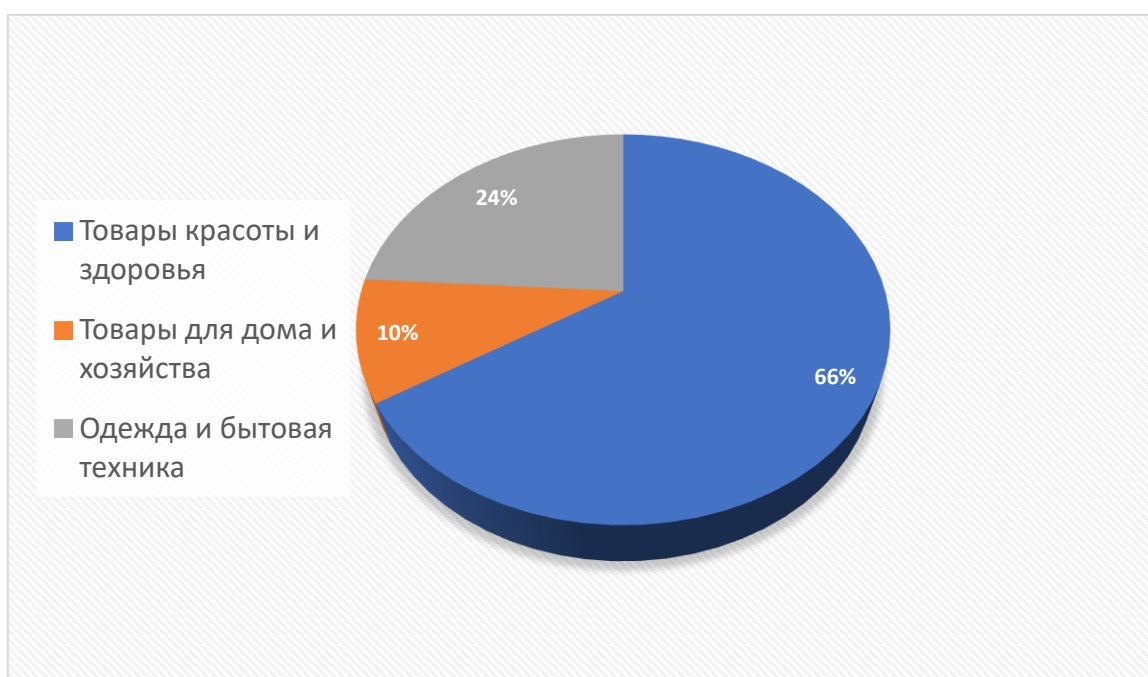


Рис. 1. Диаграмма товаров в сетевом маркетинге

Мировая распространённость сетевого маркетинга объясняется, в первую очередь, тем, что для обычного человека это, прежде всего, возможность научиться зарабатывать деньги. У людей появляется возможность дополнительного или даже основного дохода, а также возможность начать свой бизнес с нуля. Многим нравится сама идея сетевого маркетинга, а именно – возможность зарабатывать в любое время. Также людям приятно осознавать, что они могут работать «сами на себя» — без шефов, отчётов, выговоров и увольнений.

Обычно сетевой маркетинг дает возможность участникам получать новые знания в области тех или иных продаж. Здесь предоставляют возможность бесплатно обучиться маркетингу, также тому, как правильно строить бизнес, а можно при желании ходить и на другие специально сформированные компанией курсы (например, макияжа).

Большинство людей, которые приходят в сетевой бизнес, продолжают свою деятельность в них по одной простой причине – ради общения. Им нравится проводить своё время с людьми, интересы которых совпадают с их интересами, а увлечения – близки и понятны.

Одним из плюсов такого маркетинга является доступ к продукции по сниженным ценам. Людей привлекает возможность иметь постоянную скидку на огромную линейку уникальной продукции хорошего качества. Другим преимуществом сетевого бизнеса является то, что его просто и легко начать – нет необходимости в стартовом капитале и вложений в бизнес, кроме покупки самих продуктов, на которых и делается заработок. Также плюсами являются: наличие свободного режима работы/графика (отсутствует ограничение временных рамок продаж), бесплатное обучение, проведение регулярных вебинаров, тренингов и программ по обучению участников бизнеса, командная работа (кураторы в таких

компаниях не требуют и не выдвигают условия новичкам, помогают им в развитии, так как таким образом развиваются сами). Работа через интернет становится сейчас удобнее и практичнее почти для каждого человека, а рост в доходах не помешал бы никому. Такая работа может приносить немалый пассивный доход, если система уже грамотно выстроена, и в дальнейшем не требует прикладывания особых усилий.

Дополнительные поощрения (подарки, бонусы, выигрыши, путешествия) – всё это привлекает огромный поток желающих работать в сетевом бизнесе. Но несмотря на это, такой вид маркетинга имеет ряд недостатков.

Во-первых, в таких компаниях нередко появляются мошенники, которые хотят обмануть не разбирающихся в таком виде деятельности людей.

Во-вторых, цену обычных продуктов завышают, на основе чего и складывается заработок компании.

В-третьих, большинство людей не привыкли получать отказы (от покупки, участия и т.д.), что является их основной причиной ухода из бизнеса.

В-четвёртых, никто не гарантирует Вам заработок. В такой бизнес необходимо вкладывать своё время и силы, к чему многие оказываются не готовы.

В-пятых, отсутствует официальное трудоустройство, что влечёт за собой другие проблемы, как отсутствие стажа работника, отчислений в ПФР и, как следствие, пенсии.

Какие подводные камни содержит в себе такой бизнес? Есть три основных пункта:

- Непонимание как работает данный бизнес и того, как продвигаться в сетевом маркетинге;
- Из-за отсутствия «начальства» мотивация что-либо делать теряется;
- Излишняя самоуверенность участников бизнеса, что приводит к разочарованию и уходу из сетевого маркетинга.

Сетевой маркетинг – один из самых мощных способов сбыта и распространения продукции. Учитывая современное развитие сетевого маркетинга в России и за рубежом можно с уверенностью сказать, что в будущем компании, применяемые направления сетевого маркетинга будут иметь большой успех.

Список литературы

1. Сетевой маркетинг [Электронный ресурс] //РБК+:партнерские проекты. – 2019. – URL: <https://plus.rbc.ru/news/5ddd10927a8aa98fdbce4113> (дата обращения : 01.05.2020)

References

1. Network marketing [Electronic resource] // RBC+: partner projects. - 2019. - URL: <https://plus.rbc.ru/news/5ddd10927a8aa98fdbce4113> (accessed: 01.05.2020)

ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ СВЯЗНОЙ РЕЧИ У ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА ЧЕРЕЗ ТЕОРИИ РЕШЕНИЯ ИЗОБРЕТАТЕЛЬСКИХ ЗАДАЧ

Высочина Н. О.

студентка,

Нижнетагильский государственный
социально-педагогический институт,
г. Нижний Тагил. nadycha101@mail.ru

Аннотация: в статье рассматривается проблема развития связной речи у детей дошкольного возраста с использованием технологии ТРИЗ, а также выделены основные психолого-педагогические условия развития связной речи путем составления рифмованных текстов.

Ключевые слова: речь, связная речь, связная речь дошкольников, теории решения изобретательских задач, рифмованный текст, алгоритм творческой деятельности, лимерик.

TECHNOLOGY DEVELOPMENT OF COHERENT SPEECH IN PRESCHOOL CHILDREN THROUGH THE THEORY OF SOLVING INVENTIVE PROBLEMS

Vysochina Nadezhda Olegovna

student,

Nizhny Tagil State socio - pedagogical institute

Nizhny Tagil. nadycha101@mail.ru

Annotation: The article deals with the problem of the development of coherent speech in preschool children using the technology of TRIZ, and also highlights the main psychological and pedagogical conditions for the development of coherent speech by composing rhymed texts.

Keywords: speech, coherent speech, coherent speech of preschoolers, theories of solving inventive problems, rhymed text, algorithm of creative activity, limerick.

Развитие связной речи играет большую роль в процессе речевого развития ребенка и занимает центральное место в общей системе работы по развитию речи в детском саду. Связная речь – это смысловое развернутое высказывание, обеспечивающее общение и взаимопонимание между людьми. Обучение связной речи можно рассматривать с двух сторон: как цель и как средство практического овладения языком. Освоение разных сторон речи является необходимым условием развития связной речи, и в то же время развитие связной речи способствует самостоятельному использованию ребенком отдельных слов и синтаксических конструкций. Связная речь вбирает в себя все достижения ребенка в овладении родным языком, его звуковым строем, словарным составом, грамматическим строем.

Связная речь выполняет важнейшие социальные функции: помогает ребенку устанавливать связи с окружающими людьми, определяет и регулирует нормы поведения в обществе, что является решающим условием для развития его личности [1, с.256].

В процессе развития связной речи детей дошкольного возраста важную роль играет выбор педагогических технологий и методик обучения детей. Самыми эффективными методиками обучения детей дошкольного возраста являются нетрадиционные методики, адаптированные к данному возрасту детей. Данные методики активизируют речь детей дошкольного возраста, создают у них положительно направленную мотивацию, а также повышают коммуникативные компетенции [6, с.120].

Одной из эффективных педагогических технологий в обучении детей дошкольного возраста является теория решения изобретательских задач – ТРИЗ. Она возникла в нашей стране в 50-х годах 20 века усилиями выдающегося российского учёного, изобретателя, писателя-фантаста Генриха Сауловича Альтшуллера. ТРИЗ дала мощный толчок к разработке в педагогике технологий, связанных с развитием креативных процессов подрастающего человека в различных предметных областях. Отличительная особенность данной

педагогической системы заключается в том, что дети усваивают обобщенные алгоритмы организации собственной творческой деятельности.

Основными целями ТРИЗ технологии в развитии речи у детей дошкольного возраста являются: формирование связной речи на основе активизации творческого мышления для продуктивной познавательной, исследовательской и изобретательской деятельности; развитие творческих способностей; формирование качества творческой личности.

Применение ТРИЗ приведёт к динамике развития у дошкольников речи, изобретательской смекалки, творческого воображения, диалектического мышления. У детей не просто развивается фантазия, они учатся мыслить системно, с пониманием происходящих процессов. ТРИЗ предполагает рациональное организованное использование информации. Это означает, что ребенку предъявляется не сразу вся информация, а только целесообразная (т.е. соответствующая цели), в определенной дозе, последовательности и в оправданной степени сложности с учетом индивидуальных и возрастных особенностей детей [5, с.43].

Использование технологии ТРИЗ помогает детям дошкольного возраста успешно справляться с заданиями на составление рифмованных текстов.

Форма монологического текста как стихотворение способствует тому, что у детей воспитывается способность чувствовать художественную выразительность слова.

Рифма – созвучие в окончании двух или нескольких слов звуковой повтор в конце ритмической единицы. Стихи и рифмовки это текстовой материал, который очень любят малыши, он им интересен и положительно влияет на его эмоциональное состояние [4, с.116].

Вопросами развития связной речи детей дошкольного возраста подробно занимались такие исследователи, как М.М. Алексеева, А.М. Бородич, Т.А. Ладыженская, Ф.А. Сохин, Т.Б. Филичева, Б.И. Яшина. Ими установлено, что дети 3-5 лет имеют естественную потребность в стихосложении. Детская поэзия – это особый, свойственный только детям, взгляд на мир, запечатленный в слове.

В методических разработках, посвященных ознакомлению детей с поэтическим словом, справедливо указывается на необходимость формирования интереса к стихотворным текстам. На начальных этапах работы необходимо вызвать у детей интерес к художественным произведениям, наполненным фантазией, юмором, словесными играми в рифмы, ритмы, звукоподражания. Чем чаще повторяются стихотворения, тем больше в них можно увидеть загадок, шуток, звукоподражаний, перевёртышей и других игр. Это, в свою очередь, поможет сделать ещё один шаг к новому увлечению – сочинению собственных рифмованных текстов, а в дальнейшем и собственных стихотворений.

Этапы работы по обучению детей составлению рифмованных текстов:

1. Знакомство детей с алгоритмом создания небольшого стихотворного текста.
2. Коллективное составление текста по алгоритму.
3. Создание стихотворных текстов по подгруппам и малыми группами.
4. Индивидуальное составление детьми стихотворных текстов [4 с.126].

Во второй младшей группе воспитателю необходимо учить детей находить рифмующиеся между собой слова, например: птичка – синичка, цветок – росток и т.д. Побуждать детей к созданию двух – трёх рифмованных строчек по объектам, изображенным на картине, описанным в сказках, или из ближайшего окружения. В младшей группе можно использовать такие игры, как: «Доскажи словечко», «Складные картинки», «Найди рифму», «Загадки-присказки» и другие.

В средней группе воспитатель продолжает учить детей находить рифмующиеся между собой слова и создавать две – три рифмованных строчки по объектам, изображенным на картине, описанным в сказках, или из ближайшего окружения. Побуждает детей создавать четырёхстрочные стишки. В средней группе детьми создаются лимерики. Лимерик – это короткое стихотворение, которое состоит из пяти строчек и пишется в жанре нонсенса (указанной нелепицы). Сначала лимерики создаются группой детей, где ведущую роль берёт воспитатель. Во время составления лимерика ребёнок может придумывать слова в рифму, которого нет в русском языке. Его можно будет

оставить при условии, если ребенок объяснит его значение, этим самым ещё и формируется детское словотворчество.

В старшей группе воспитатель учит детей самостоятельно находить рифмующиеся между собой существительные (день – тень), глаголы (бежал – упал), прилагательные (красивый – любимый), наречия (далеко – глубоко). Также необходимо научить детей анализировать содержание стихотворения и устанавливать причинно-следственные связи, обозначенные в тексте. В старшей группе используются игры: «Склад – не склад», «Чистоговорки», «Сочини дальше» и другие.

В подготовительной группе детей обучают самостоятельно находить рифмующиеся между собой слова и создавать четыре рифмованных строчки по объектам, изображенным на картине, описанным в сказках, или из ближайшего окружения [5, с.67].

Результатами использования приёмов ТРИЗа в развитии связной речи у детей дошкольного возраста являются:

- повышение концентрации внимания, которое у детей, как правило, еще неустойчивое;

- повышение уровня понимания речи, активизация средства общения, обогащение словарного запаса, формирование правильного лексико-грамматического строя речи;

- развитие изобретательских способностей и мышления детей, их творческого воображения, художественного вкуса;

- положительная динамика в развитии памяти: ребенку надо запомнить новое словосочетание и правильно употребить его в нужной ситуации;

- активизация мыслительной деятельности: ребенку необходимо решить поставленную перед ним задачу и словесно объяснить, как ее решать;

- снятие с детей комплексов, развитие их эмоциональной стороны, т. е. ребенок не только понимает, но и сам может изобразить мимикой, жестами различные эмоциональные состояния, объяснить их словами (эмпатия) [3, с.87].

Таким образом, рифмованный текст помогает выразить не только мысли, но и чувства, переживания ребенка. Развитие связной речи у детей дошкольного возраста выполняет важнейшие социальные функции: помогает ребенку устанавливать связи с окружающими людьми, определяет и регулирует нормы поведения в обществе, что является решающим условием для развития его личности. Связное показывает, насколько ребенок владеет богатством родного языка и одновременно отражает уровень умственного, эстетического, эмоционального развития ребенка.

Список литературы

1. Алексеева, М.М., Яшина В.И. Методика развития речи и обучения родному языку дошкольников. – М.: Академия, 2000. 400с
2. Гин, С. И. Занятия по ТРИЗ в детском саду: пособие для педагогов дошкольных учреждений: 3–е изд. – Минск: ИВЦ Минфина, 2007. 112с.
3. Корзун А.В. Цели, задачи и содержание ТРИЗ-педагогике. Решение проблем многоуровневого образования средствами ТРИЗ-педагогике. Саратов, 2008. 153 с.
4. Развитие речи детей дошкольного возраста / [под ред. Ф.А. Сохина]. – М.: Просвещение, 1979. 223с.
5. Сидорчук, Т.А., Хоменко, Н.Н. Технологии развития связной речи дошкольников: Методическое пособие для педагогов дошкольных учреждений. – Ульяновск: Волга-ТРИЗ, 2004. 152с.
6. Ушакова О.С, Струнина Е.М. Методика развития речи детей дошкольного возраста: Учебно-методическое пособие для воспитателей дошкольных образовательных учреждений. — М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2004. 288 с.

УДК 339.17

**ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ И КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ НА РЫНКЕ
БАНКОВСКИХ УСЛУГ В ИНТЕРНЕТ СРЕДЕ
FORMATION OF AN INTEGRATED SYSTEM OF MARKETING
RESEARCH AND COMPETITIVE INTELLIGENCE IN THE INTERNET
BANKING SERVICES MARKET**

Гайдук А.Е.
старший преподаватель кафедры
«Цифровая экономика»

ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный университет телекоммуникаций и
информатики»

e-mail: alexander.gaiduk@gmail.ru

Россия, г.о. Самара

Гостев Д. В.
студент кафедры

«Цифровая экономика»

ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики»

e-mail: dev.gostev@mail.ru

Россия, г.о. Самара

Аннотация

В данной статье было рассмотрено формирование комплексной системы маркетинговых исследований и конкурентной разведки на рынке банковских услуг в Интернете. Описано использование программой расчета и анализа показателей рыночной позиции сайта, дано пояснение системы «Маркетинговые Исследования и Конкурентная Разведка в Интернете» – «МИКРИ», использованы интерактивные модули системы 1С.Битрикс.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, программные инструменты, Маркетинговые Исследования и Конкурентная Разведка в Интернете (МИКРИ), 1С.Битрикс на сайте SOLID.ru.

Annotation

This article examined the formation of an integrated system of marketing research and competitive intelligence on the Internet banking market. The use of the program for calculating and analyzing indicators of the site's market position is described, an explanation of the "Marketing Research and Competitive Intelligence on the Internet" - "MICRI" system is given, and interactive modules of the 1C. Bitrix system are used.

Keywords: marketing research, software tools, Marketing Research and Competitive Intelligence on the Internet (MICRI), 1C. Bitrix on the site SOLID.ru.

Цифровая экономика представляет собой производство, завязанное на цифровых технологиях. На текущий момент около половины населения планеты использует Интернет в повседневной жизни для обучения и ведения бизнеса [1].

В виду того, что в настоящее время нет единой инструментальной среды, позволяющей решить все или большинство вопросов осуществления маркетинговых исследований в Интернете, в рамках исследования комплексной системе маркетинговых исследований на рынке банковских услуг необходимо использовать спектр программных инструментов.

Кроме того, эти инструменты должны быть дополнены программой расчета и анализа показателей рыночной позиции сайта. В рамках данной программы целесообразно также реализовать ряд функций, которые не представлены в существующих системах, например, автоматизацию процесса подбора ключевых слов, их качественного и количественного анализа и построения семантического ядра.

Очевидно, что такая программа, обладающая уникальными функциональными возможностями как для этапа постановки задачи маркетингового исследования в Интернете, так и для последующих этапов сбора и анализа информации, должна аккумулировать в себе всю информацию маркетингового исследования и формировать результирующие выводы и рекомендации. Название данной системе было дано в виде аббревиатуры словосочетания «Маркетинговые Исследования и Конкурентная Разведка в Интернете» – «МИКРИ».

Полученные в других системах маркетинговых исследований в Интернете ключевые промежуточные результаты фиксируются в разработанном программном комплексе МИКРИ, который в дополнение к ним рассчитывает показатели из предложенной в диссертации системы показателей рыночной позиции сайта и вырабатывает экспертные заключения.

Постановка задачи состоит из выбора конкурентного окружения, анализа поискового спроса и построения семантического ядра. В начале практического исследования маркетолог должен составить список конкурентов из региональных банков, а также список соответствующих им сайтов. Далее необходимо проанализировать поисковый спрос на запросы сферы банковских услуг для этого будем использовать инструментальные средства YANDEX.DIRECT и GOOGLE.

Результаты анализа заносятся в базу данных программного комплекса МИКРИ, на основе этих данных маркетолог при помощи инструментального модуля «Построение семантического ядра» системы МИКРИ осуществляет построение семантического ядра для целей исследования рынка банковских услуг.

На основе поставленной задачи, осуществляется сбор информации, с использованием комплексных программных продуктов SeoMonitor, PagePromoter, Site Auditor, описанных в предыдущих параграфах. Для выбранных сайтов банков определяются позиции в поисковых системах по

запросам из семантического ядра, индекс цитируемости, проводится базовый SEO-анализ.

С использованием интерактивных модулей системы 1С.Битрикс на сайте SOLID.ru проводятся активные маркетинговые мероприятия и фиксируются их результаты: данные опросов и анкетирования, мнения, жалобы и предложения.

Анализ данных полученных с сайта SOLID.ru осуществляется при помощи двух инструментальных средств – модуля веб-аналитики системы 1С.Битрикс и статистического программного комплекса VORTEX.

Статистический программный комплекс VORTEX предназначен для ввода первичной информации, собранной в ходе прикладного социологического исследования, обработки, анализа этих данных, а также интерпретации и представления полученных результатов в виде таблиц, текстов, графиков и диаграмм с возможностью их переноса в Microsoft Word и другие приложения Windows 9X/Windows NT.

VORTEX определяет для маркетолога следующие показатели: линейное и парное распределение переменных, показывает значимые связи между различными показателями, помогает построить матрицу корреляции, сравнить результаты исследований по различным группам респондентов.

Результаты маркетинговых мероприятий, проводимых для сайта SOLID.ru, подвергаются анализу при помощи модуля веб-аналитики системы 1С.Битрикс по четырем составляющим, статистические данные которых были собраны на предыдущем этапе сбора информации.

Финансовые показатели затрат на интернет-рекламу вычисляются автоматически. При этом в итоговом отчете показывается только чистый доход от рекламной кампании. Показатели эффективности инвестиций в интернет-маркетинг также рассчитываются автоматически.

На основе полученных данных в разработанном программном комплексе МИКРИ делаются выводы по рыночной позиции сайта SOLID.ru, даются SEO-

рекомендации, а также подводятся результаты рекламных кампаний. Описание данного алгоритма рассматривается в следующем параграфе.

Программный комплекс «МИКРИ» реализован в форме веб-приложения, для того чтобы упростить и расширить возможности его использования маркетологами. Веб-приложение не требует специализированной инсталляции на локальный компьютер и готово к использованию на любом рабочем месте, имеющим выход в Интернет (или в частном случае интранет) через любой веб-браузер. В качестве языка реализации был выбран PHP 5.0 как наиболее распространенный и производительный, также была предусмотрена тесная интеграция с системой 1С-Битрикс на которой работает новая версия сайта КБ «Солидарность».

Список использованной литературы

1. Хасаншин И.А., Краснов И.С. Цифровая экономика и ее влияние на конкурентоспособность предпринимательских структур. //Актуальные вопросы современной экономики - 2020г. № 2. С. 363-372 - (Дата обращения: 14.04.2020).;
2. Холмогоров В. Интернет-маркетинг: Краткий курс. – СПб.: Питер, 2002. – 272 с.;
3. Успенский И.В. Интернет как инструмент маркетинга. – СПб.: Питер, 2001. – 256 с.;
4. Смирнов С.Н. Электронный бизнес. – М.: ДМК Пресс; М.: Компания АйТи, 2003. – 240 с.

УДК

ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ ШКОЛЬНОЙ ТРАВЛИ

Каталова О.А.

магистрант Саратовского национального исследовательского
государственного университета им. Н.Г. Чернышевского,
факультет психолого-педагогического и специального образования, г.
Саратов

Аннотация: в данной статье рассматриваются результаты исследования проведенного с целью выявления причин возникновения школьной травли. В период школьного обучения, дети все чаще сталкиваются с феноменом школьной травли. Её последствия, так или иначе сказываются на всех участниках травли. Но помимо того, безусловно страдает и само качество обучения, так как в условиях повышенной тревожности и отсутствия чувства безопасности, освоение нового материала значительно затрудняется.

Ключевые слова: травля, буллинг, жертва, эмпатия, непринятие.

Causes and consequences of school bullying

Katalova O.A.

Abstract: this article discusses the results of a study conducted to identify the causes of school bullying. During school education, children are increasingly faced with the phenomenon of school bullying. Its consequences, in one way or another, affect all participants in bullying. But in addition to this, the quality of training itself certainly suffers, since in conditions of increased anxiety and lack of a sense of security, the development of new material is much more difficult.

Key words: bullying, bullying, victimization, empathy, rejection.

Одной из самых остросоциальных проблем в сфере образования на данный момент по праву можно считать школьную травлю. Ее суть заключается в том, что весь класс на протяжении длительного периода систематично травит одного из своих одноклассников. Это проявляется ежедневно и выражается в постоянных издевательствах, как психологического, так и физического характера. Ребёнка всячески подавляют в коллективе, принижают, а иногда и бьют. Важно заметить, что травля отличается от непопулярности. И не всякая агрессия есть травля. Если ребенок непопулярен у себя в коллективе, но при этом чувствует себя комфортно и безопасно, его никто не пытается высмеять, подставить или унижить, то это нельзя назвать травлей. Драки среди сверстников, тоже не всегда являются проявлением школьной травли. Драка чаще всего является свойственным некоторым возрастным периодам способом разрешения конфликта и проявлением агрессии. Если после драки из ребенка не пытаются сделать «козла отпущения», причем важно, делает это один человек или весь класс, то это также не является травлей.

Травля систематична. И страдает при этом один ребёнок, т.е. за ним закрепляется роль жертвы. Но последствия школьной травли сказываются на всех участниках. В том числе и тех, кто являлся пассивным буллером. Они чаще всего сами боятся оказаться на месте жертвы, поэтому принимают сторону травящих. И это обусловлено естественным психологическим страхом быть непринятым социумом, отвергнутым, одиноким. Поэтому они выбирают иную стратегию. Не травят сами, но и не защищают жертву, а наблюдают молча, при необходимости поддерживая сторону травящих. Они как правило в последствии помнят об этом из-за сформировавшегося чувства вины. Подсознательно они чаще всего сопереживают жертве, но боятся это показать.

Те же, кто являлся в данном случае травящим, чаще всего сохраняют эту стратегию поведения и интегрируют ее в жизнь за рамками школы. И эта стратегия не является продуктивной и безопасной, в том числе и для самого травящего. Жертвы травли получают из этой ситуации травматичный опыт и в

дальнейшем живут со страхом, проявляющимся в основном в коллективной деятельности или в контакте с группой людей. Важно, что участники школьной травли (буллер и жертва) могут вполне дружелюбно общаться между собой, когда остаются вдвоем. Но по возвращению в коллектив, травля возобновляется. Травля опасна не только формированием негативного сценария взаимодействия в коллективе и травматичным опытом, но и на этапе школьного обучения тем, что у большинства участников страдает чувство психологической безопасности. Что в свою очередь, препятствует комфортному обучению и развитию в целом.

С целью исследования причин школьной травли и было проведено данное исследование. Респондентами стали учащиеся 5-х классов, число которых составило 47 человек. Были использованы следующие методики: адаптированная анкета «Исследование школьного климата» для школьников 4-6 классов Белорусской Ассоциации клубов ЮНЕСКО (Перевод Шмакова Анна), методика диагностики социально-психологической адаптации К. Роджерса и Р. Даймонда (текст опросника в адаптации А. К. Осницкого), опросник эмоциональной эмпатии А. Мехрабиана и М. Эпштейна, опросник уровня агрессивности А. Басса - А. Дарки.

По результатам данного исследования можно сказать следующее. 86% респондентов показали низкий уровень эмпатии, что говорит о неспособности учащихся из числа испытуемых сопереживать другим людям и при необходимости оказывать эмоциональную поддержку. Около 52% испытуемых показали высокий уровень вербальной и косвенной агрессии. Т.е., можно предположить, что испытуемым свойственно проявление негативных чувств через угрозы, оскорбления, ругательства, а также не прямое воздействие на личность (например обидные шутки или сплетни). У 62% был также отмечен высокий уровень негативизма. Что в некоторой степени свойственно для данного возрастного периода, но также может сыграть свою роль в школьной травле. Стоит отметить, что у 47% испытуемых был выявлен высокий уровень

непринятия других. Интересно, что у 59% испытуемых был также выявлен высокий уровень непринятия себя.

Все это если и не является причинами школьной травли, то безусловно может быть той самой средой, где школьная травля будет развиваться и поддерживаться достаточно успешно. Мы считаем, что помимо индивидуально-личностных особенностей школьников, одним из ключевых аспектов влияющих на возникновение школьной травли является личность и авторитет учителя. Так как одним из условий возникновения школьной травли можно считать и неоднородность класса (индивидуально-типологических, интеллектуальных, социально-экономических и других особенностей учащихся), то отсутствие общих интересов, единой направленности и общей для всех цели и стратегии развития коллектива, объединяющим всех фактором может быть учитель. Стоит обратить внимание, что травля не возникает в кружках по интересам, так как дети там объединены общим интересом и поглощены важным для них процессом и целью. Учитель может являться как пассивным участником травли (если не воздействует на класс и не предпринимает попыток остановить травлю), так и проявив профессионализм, пресечь травлю, не прибегая к радикальным мерам. Данное исследование может быть использовано для дальнейшего более грубого исследования темы школьной травли, также в качестве основы для составления программы психологической профилактики школьной травли.

Список литературы

1. Кон И.С. Что такое буллинг и как с ним бороться // Семья и школа. 2006.- №11. - С. 15-18.

ПРИЧИНЫ И ВИДЫ МОШЕННИЧЕСТВА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Патеева Д.Р.

Аспирантка 1 курса заочной формы обучения
кафедры уголовного права; уголовно-исполнительного
права и криминологии
ФГБОУВО «РГЭУ (РИНХ)»

Аннотация: Данная статья посвящена такому актуальному вопросу, как мошенничество в социальных сетях, причинам его возникновения, его соотношению с киберпреступностью и компьютерным мошенничеством, классификация мошенничества в социальных сетях в зависимости от места совершения и характера действия преступников.

Ключевые слова: киберпреступность, компьютерное мошенничество, мошенничество в социальных сетях, социальные сети, каналы коммуникации, Интернет.

REASONS AND TYPES OF FRAUD IN SOCIAL NETWORKS

Pateeva D. R.

Abstract: This article is devoted to such a topical issue as fraud in social networks, the causes of its occurrence, its relationship with cybercrime and computer fraud, the classification of fraud in social networks depending on the place of Commission and the nature of the actions of criminals.

Keywords: cybercrime, computer fraud, fraud in social networks, social networks, communication channels, Internet.

В 2020 году мир столкнулся с беспрецедентным событием – почти полным переходом всей общественной жизни на дистанционный формат. Необходимость такого перехода обуславливает все возрастающий интерес к Интернет-ресурсам,

мессенджерам и социальным сетям для общения, работы и покупки товаров. Социальные сети и ранее пользовались не малой популярностью, теперь их актуальность все возрастает. Социальные сети на данный момент можно назвать центром киберпространства, поскольку их функционал дает беспрецедентные возможности – общение, файлообмен, денежные переводы, покупки, видеосвязь, игровые сервисы, приложения.

Статистика и исследования показывают, что все больше юристов приходят к выводу, что в новых условиях возникает абсолютное новое право, связанное с необходимостью социально-технического регулирования, где предметом преступления становится некий виртуальный объект, не имеющий физического выражения, но имеющий определенную материальную ценность [1].

Виртуальное право является предметом исследования зарубежных и российских ученых, однако его изучение ведется относительно отраслевых научных изысканий.

По данным исследования Mediascope больше всего времени российские пользователи проводят в социальных сетях, среди приложений по частоте использования социальные сети уступают только мессенджерам, а самыми популярными социальными сетями среди российских пользователей являются «ВКонтакте» и «Инстаграм»[2].

Угрозы цифровой среды, создающие опасность нанесения ущерба личности, обществу, государству исследуются сейчас как совокупность факторов, обусловленных применением цифровых технологий. Внимание отечественных ученых посвящено в основном преступлениям в сфере компьютерной информации [3]. В рамках исследования вопросов мошенничества самой близкой является статья 159.6 УК РФ Мошенничество в сфере компьютерной информации. Следует отметить, что не смотря на разновидности мошенничества, содержащиеся в Уголовном Кодексе Российской Федерации – они не утрачивают своего основного признака: «хищения чужого имущества или приобретение права на чужое имущество» [4]. Однако, особенностью мошенничества в сфере компьютерной информации является

«хищение имущества или приобретение права на чужое имущество путем ввода, удаления, блокирования, модификации компьютерной информации либо иного вмешательства в функционирование средств хранения, обработки или передачи компьютерной информации или информационно-телекоммуникационных сетей». Соответственно невозможно отрицать, что совершение мошенничества в социальных сетях не в полной мере включает в себя признаки, перечисленные в статье 159.6 УК РФ.

Чтобы доказать данный тезис, видится целесообразным рассмотрение видов и способов совершения мошенничества в социальных сетях.

Исследование американских и российских авторов, а также правоприменительной практики позволило классифицировать мошенничество в социальных сетях следующим образом:

I. Мошенничество с использованием личных страниц пользователей социальных сетей:

1. «Простое» мошенничество, в зарубежной литературе именуемое как кэтфишинг – создание поддельных профилей в социальных сетях или использование профилей с заимствованными именами (знаменитостей, родственников), с целью установить доверительный контакт с физическими лицами, заманить их в онлайн-отношения, в дальнейшем чтобы просить их отправить денежные средства или поделиться личными данными [5].

2. Подписки ловушки: лицу поступает предложение подписаться на рассылку, чтобы получить какой-либо бесплатный товар, однако товар не передан, а лицо оплачивает подписку

3. Фишинг – способ кибер-мошенничества для получения паролей и данных социальных сетей пользователей, может быть сопряжено с другим видом мошенничества.

4. Мошенничество с установлением социальной связи. Пользователь социальной сети знакомится с другим пользователем, при этом после установления доверительной связи просит перевести ему денежные средства на какие-либо личные нужды, просит в долг или на билет, чтобы добраться до лица.

II. Мошенничество с использованием публичных страниц в социальных сетях

1. Мошенничество при краудфандинге. Просьба выступить спонсором социального проекта, который не существует в реальности, растрата полученных денежных средств не на социальные нужды [6].

2. Торговое мошенничество. Покупка товара с гарантией возврата. При таком мошенничестве лицо не получает товар вовсе или получает порченный или не соответствующий товар, который отказываются принимать к возврату.

3. Мошенничество при проведении публичных конкурсов, викторин, розыгрышей. Лицу приходит сообщение в социальных сетях о победе в конкурсе, викторине, розыгрыше и ставится условие о получении вознаграждения. Например, оплатить доставку. При этом мошенники часто используют названия существующих популярных брендов, делая рассылку от их лица. Вознаграждение лицо в итоге не получает [7].

4. Краудинвестинг

4.1. Мошенничество с участием. Потребитель приглашается присоединиться к поддельной группе или инвестиционному проекту и должен делиться личными данными, отправлять текстовые сообщения премиум-класса или платить за членство.

4.2. Мошенничество с предложением. Лицу предлагается заведомо не существующее или не выгодное предложение для вложения денег.

5. Кликбейт. Реклама в социальных сетях или на публичных страницах, содержащая в себе скрытые URL-адреса, при переходе на которые пользователя могут просить ввести данные платежной карты или оформить автоматическую подписку.

Также следует отметить, что совершение мошенничества в социальных сетях часто бывает сопряжено и с другими преступлениями, например с отмыванием денежных средств, полученных незаконным путем при совершении мошенничества. Отследить в таком случае денежные средства чаще всего не представляется возможным.

Таким образом, можно прийти к выводу, что мошенничество в социальных сетях включает в себя признаки мошенничества, предусмотренного ст. 159 УК РФ, где идет обман или злоупотребление доверием, а информация не подвергается никакой технической корректировке и признаки мошенничества в сфере компьютерной информации, предусмотренно ст.159.6 УК РФ, где присутствует ввод, удаление, блокирование, модификация компьютерной информации. Отличным же особенным признаком мошенничества в социальных сетях является его особое место совершение.

Список литературы

1. Певцова Е.А. Виртуальное право как новая юридическая конструкция в теории права: идея будущего или реальная действительность? // Вестник МГОУ. Серия: Юриспруденция. 2020. №1.
2. <https://mediascope.net/>
3. Грачева Ю. В., Коробеев А. И., Маликов С. В., Чучаев А. И. Уголовно-правовые риски в сфере цифровых технологий: проблемы и предложения // Lex Russica. 2020. №1 (158).
4. «Уголовный кодекс Российской Федерации» от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 07.04.2020) // "Собрание законодательства РФ", 17.06.1996, N 25, ст. 2954
5. Consumers International. Social media scams: Understanding the consumer experience to create a safer digital world // CI report, May 2019
6. Жиронкин С.А., Гасанов М.А.О, Гузырь В.В., Жиронкин В.С. Блокчейн как технологическая платформа сетевого типа структурогенезиса в экономике // Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика. 2020. №49.
7. Аскерова Э.С., Гаранин А.В. Мошенничество в социальных сетях // Научная дискуссия современной молодежи: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей X Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – 330 с.

УДК 547.745

ВЛИЯНИЕ ПРИРОДЫ ЗАМЕСТИТЕЛЕЙ В ЯДРЕ АНИЛИНОВ НА УСЛОВИЯ СИНТЕЗА 1-АРИЛ-2-ФОРМИЛПИРРОЛОВ

Рибий П.С., Роот Е. В.

студент; к.х.н., доцент

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева

Аннотация: в данной статье установлено влияние заместителей: $-\text{NO}$, $-\text{NO}_2$, $-\text{N}=\text{N}-\text{Ar}$, на реакцию замены гетероатома в ядре фурфурола в условиях реакции Юрьева и подобраны условия проведения синтеза.

Ключевые слова: N-замещенные пирролы, нитрогруппа, нитрозогруппа, арилазогруппа, пирролаль-2, фенильный заместитель.

INFLUENCE OF THE NATURE OF SUBSTITUENTS IN THE ANILINE NUCLEUS ON THE CONDITIONS OF SYNTHESIS OF 1-ARIL-2-FORMYLPYRROLES

Ribiy P.S., Root E. V.

Abstract: in this article establishes the influence of the substituents: $-\text{NO}$, $-\text{NO}_2$, $-\text{N} = \text{N}-\text{Ar}$, on the reaction heteroatom substitution in the furfural nucleus under the conditions of Yuryev's reaction and were selected the conditions for the synthesis .

Key words: N-substituted pyrroles, nitro group, nitroso group, arylazo group, pyrrole-2, phenyl substituent.

Известно, что N-замещенные производные пиррола обладают положительной биологической активностью и используются в качестве прекурсоров для синтеза лекарственных препаратов, так же их успешно используют и в других областях химической промышленности [1]. Поэтому N-фенилпроизводные пирролов вызывают особый интерес для химиков-синтетиков.

Оптимальным способом синтеза N-арилпирролов является замена гетероатома в ядре фурфурола конденсацией с различными анилинпроизводными в условиях реакции Юрьева. Это объясняется простотой процесса, сравнительно высокими

выходами и доступностью исходных реагентов [2]. Несмотря на большую практическую ценность N-арил-2-формилпирролов, на настоящий момент, раскрыты далеко не все препаративные возможности их получения в условиях реакции Юрьева.

Таким способом ранее были синтезированы и изучены соединения, содержащие в ароматическом ядре немногие акцепторные и донорные заместители [3]. Возможность введения азотфункционализированных ариламинов в пиррольное ядро, на настоящий момент, показана только для нитрогруппы [4], другие азотфункционализированные анилины (нитрозо- и арилазо-) в синтезе Юрьева не использовались. Поэтому целью нашей работы является поиск методов синтеза азотфункционализированных N-арил-2-формилпирролов (IIIa-c).

Нами был выбран следующий ряд анилинов, содержащих в ароматическом ядре электроноакцепторные азотфункционализированные группы: 2,4-динитроанилин (Ic), п-нитрозоанилин (Ib), 4-аминоазобензол (Ia) (рис.1).

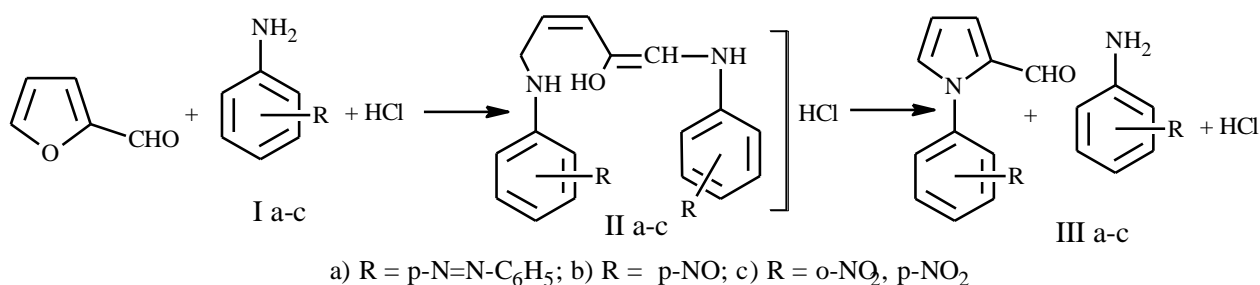


Рис.1. Общая схема синтеза 1-арил-2-формилпирролов

Известны два метода получения 1-арил-2-формилпирролов из фурфура и соответствующего замещенного анилина [3]. Первый способ предусматривает более мягкие условия и небольшое время протекания реакции. Это обусловлено тем, что анилины с акцепторными заместителями в ароматическом ядре легче вступают в конденсацию с фурфуролом за счёт стабилизации промежуточных соединений и конечных продуктов. Второй способ, проводят в более жёстких условиях: используется большее количество кислоты, катализирующей

реакцию, и увеличивают время проведения синтеза, этот метод преимущественно применяют для анилинов с электронодонорными заместителями.

Так как для синтеза азотфункционализированных N-арил-2-формилпирролов (**III**) мы используем ароматические амины, содержащие в сильные электроноакцепторы ($-\text{NO}_2$, $-\text{NO}$, $-\text{N}=\text{N}-\text{C}_6\text{H}_5$), был выбран первый способ получения.

Контроль за ходом реакции проводили с помощью ТСХ (гексан-этилацетат в соотношении 3:1) целевой продукт был обнаружен только в случае 1-(2,4-динитрофенил)-2-формилпирола (**IIIc**). Целевое вещество было выделено в виде желто-оранжевых игл с выходом 14%, строение которого доказано методом масс-спектрометрии: определен пик молекулярного иона, соответствующий молярной массе 1-(2,4-динитрофенил)-2-формилпирола (m/z 261). Такой небольшой выход можно объяснить наличием орто-эффекта нитрогруппы исходного 2,4-динитроанилина.

В случае *p*-аминоазобензола и *p*-нитрозоанилина целевых N-арил-2-формилпирролов (**IIIa-b**) выделить не удалось, скорее всего это объясняется образованием более устойчивого промежуточного соединения (**IIa-b**), которому на основании литературных данных нами приписано строение солей Стенхауза [5], гидролиз которого до N-арил-2-формилпирола в мягких условиях не проходит.

В связи с полученными результатами нами было принято решение провести конденсацию фурфурола с 4-нитрозоанилином и 4-аминоазобензолом в более жестких условиях.

Контроль за ходом реакции проводили с помощью ТСХ (гексан-этилацетат в соотношении 2:1) в обоих случаях наблюдалось образование целевых N-арил-2-формилпирролов (**IIIb** и **IIIc**). Строение которых было доказано методами масс-спектрометрии. При проведении масс-спектрометрических исследований были определены пики молекулярных ионов соединений **IIIa-b**, соответствующие молярным массам (m/z 200) и (m/z 275).

Таким образом, установлено влияние природы заместителей: $-\text{NO}$, $-\text{NO}_2$, $-\text{N}=\text{N}-\text{Ar}$, на реакцию замены гетероатома в ядре фурфурола в условиях реакции Юрьева. Опытным путём подобраны условия проведения реакции фурфурола с анилинами, содержащими нитрозо- и арилазо-группы. Установлено, что необходимость проводить реакцию в более жестких условиях появляется не только в случае электронодонорных заместителей, но и при наличии в ядре исходного анилина заместителей, обладающих сильными электроноакцепторными свойствами.

Работа выполнена на базе СКБ «Молекулярный дизайн», СибГУ им. М.Ф. Решетнева

Список литературы

1. Э.В. Носова. Биологически активные вещества гетероциклической природы: учеб. пособие/ М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. Екатеринбург, 2019. — 144 с.
2. Эльдерфилд Р. Гетероциклические соединения. М.: Мир, Т 5. 1961. – 499 с.
3. Синтез и спектральные свойства 1-арил-2-формилпирролов / Пина М. дель К., Будылин В.А., Родригес М., Терентьев П.Ю., Бундель Ю.Г.// Химия гетероцикл. соед. – 1989. – С. 180-184.
4. Баум Э. и др. О получении 1-(4-нитрофенил)-пиррол-2-альдегида из фурфурола //Химия гетероциклических соединений. – 1981. – №. 8. – С. 1062-1066.
5. Reactions of Stenhouse Salts. III* Transformation Products Under Acidic and Basic Conditions / D'Arsoy B.r., Lewis k. g., Mulquiney C.E. // Austral. J. Chem – 1985. – Vol.38. – P. 953.

© Рибий П. С., Роот Е. В.

УДК 37 1174

ПЛАНШЕТНЫЙ КОМПЬЮТЕР КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ АЛГОРИТМИЧЕСКИХ УМЕНИЙ У ДОШКОЛЬНИКОВ

Татарина М.А.

Ломаева М.В.

кандидат педагогических наук

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт
филиал РГППУ

Аннотация: в статье рассматривается, как с помощью планшетного компьютера можно формировать алгоритмические умения у дошкольников, раскрываются компоненты алгоритмических умений, а также приведены примеры приложений, которые можно использовать с целью формирования данных умений.

Ключевые слова: алгоритмические умения, дошкольники, планшетный компьютер, приложения

TABLET COMPUTER AS A MEANS OF FORMING ALGORITHMIC SKILLS IN PRESCHOOLERS

Tatarinova M.A.

Abstract: the article discusses how to use a tablet computer to form algorithmic skills in preschoolers, reveals the components of algorithmic skills, and provides examples of applications that can be used to form these skills.

Key words: algorithmic skills, preschoolers, tablet computer, apps

Дошкольный возраст это сензитивный период для развития многих психических процессов — внимания, речи, памяти, мышления, воображения.

Согласно Федеральному государственному образовательному стандарту дошкольного образования содержание работы по познавательному развитию детей должно обеспечивать развитие самостоятельности, целенаправленности и саморегуляции собственных действий, умения действовать по правилам, то есть алгоритмических умений [1]. Вместе с тем, всё большую популярность в образовательном процессе получают электронные образовательные ресурсы. По мнению ряда исследователей (А. И. Башмакова, А. А. Журина, И. Г. Захаровой, Г. М. Коджаспировой, Т. Гергей, Е. И. Машбиц, Е. С. Полат, И. В. Роберт и другие), они обладают существенным мотивационным воздействием на современных детей, помогают гораздо дольше удерживать их внимание, а также активизировать познавательную деятельность. Поэтому для формирования алгоритмических умений мы предлагаем использовать планшетный компьютер.

В психолого-педагогическом словаре алгоритм — это система операций, которая применяется по строго определённым правилам, приводящих к решению задач [2].

Алгоритмические умения — это умения разделять сложные действия на элементарные операции и показывать их в виде организованной совокупности, умение составлять план собственных действий и строго придерживаться этого плана в своей деятельности, умения выражать свои действия понятными языковыми средствами [3].

Итак, в определение понятия «алгоритмические умения» входят следующие компоненты:

- умение действовать по плану (декодировать информацию, исполнять алгоритм);
- умение составлять организованную совокупность отдельных операций (составлять алгоритм);
- умение выражать действия специальными средствами (кодировать информацию, записывать алгоритм).

Все вышеперечисленные умения можно формировать и развивать с помощью планшетного компьютера. С этой целью следует установить специальные программы.

Например, в приложении PEPI BATH (разработчик: [Pepi Play](#)), детям предлагается осуществлять алгоритмы, записанные на условном языке. Игровая задача — детям нужно помочь мальчикам правильно заботиться об одежде, мыться, ходить в туалет.

С помощью специальных приложений можно научить дошкольников составлять план действий, строго придерживаться этого плана, составлять алгоритмы. К примеру, в приложении Lightbot стоит игровая задача: спроектировать путь робота, которому нужно зажечь лампочки в обозначенных местах, починяясь командам [4]. В игре Fix The Factory от LEGO детям необходимо управлять роботом EV3RSTORM, который раскладывает батарейки на фабрике по заданным местам. Игра формирует умение делить сложные действия на простые операции, а также учит составлять план деятельности (сначала дошкольник сравнивает, до какого места ему можно быстрее добраться, раскладывает батарейку в нужной точке, потом отталкиваясь от этого места, смотрит куда дальше отправиться и так далее вплоть до получения результата).

В приложении Code Kart необходимо исполнять заданный алгоритм и составлять свой. Имеется игровая область, по которой нужно проехать на автомобиле к финишу, задавая алгоритм. Однако на поле есть условные преграды, подразумевают переброс автомобиля в конкретную клетку, установленную уровнем игры. Дошкольнику следует подстроить свой алгоритм под необходимые требования. В этой головоломке ребёнку необходимо сначала проанализировать путь автомобиля, разделить его на ходы, сделать запись с помощью символов, принимая во внимание препятствия [5]. Подобное приложение ElChavo с отличием того, что в данной игре детям задают инструкции в трёхмерном пространстве.

Делая вывод, можно сказать, что работа с планшетным компьютером позволяет формировать алгоритмические умения у дошкольников, поскольку в нем можно установить программы, направленные на формирование умений исполнять алгоритмы, составлять план своих действий, строго следовать ему (ребёнок должен проанализировать, какой результат должен получиться, что нужно сделать для достижения результата и какими способами можно этого добиться), разделять сложные действия на простые операции и демонстрировать их в виде организованной совокупности, то есть составлять алгоритмы.

Список литературы

1. Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования
2. Д.Э Кнут «Искусство программирования» <https://bookree.org/reader?file=536014> [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://lifehacker.ru/10-igr-nauchat-programmirovat/> — статья в интернете. (Дата обращения: 7.05.2020)
3. Формирование элементарных математических представлений у дошкольников. Под ред . А.А. Столяра. -М.,- Просвещение, 1988.
4. «10 игр, которые научат ребёнка программированию» [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://lifehacker.ru/10-igr-nauchat-programmirovat/> — статья в интернете. (Дата обращения: 26.04.2020)
5. Селендеева О. «20 игр, чтобы научить ребёнка программированию» [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/440376/> — статья в интернете. (Дата обращения: 27.04.2020)

© М.А. Татарина, 2020

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Сборник статей

LVI Международной научно-практической конференции

г. Екатеринбург, 08 мая 2020 года.

Под общей редакцией

С.В. Кусова

Подписано в печать 18.05.2020.

Формат 60x84 1/16. Усл.печ.л. 1,3.