

более точных результатов. Также итерационный процесс разработки позволяет оперативно выявлять неточности в аналитике/реализации и устранять их с минимальными трудозатратами.

2. Анализ бизнес-процессов и интегрируемых данных. При проектировании интеграционной логики следует опираться на модель деятельности учреждения [1], на котором проводится автоматизация. Данная модель, в зависимости от конкретного случая, может включать в себя:

- Детализированную организационную структуру с указанием информационных потоков между подразделениями, участвующими в интеграции.
- Детальное описание автоматизируемых бизнес-процессов с перечнем соответствующих бизнес-объектов.
- Внутренние и/или внешние стандарты. Примеры отчетных форм.
- Систему ключевых показателей результативности, которая должна являться основой при построении интеграционной информационно-аналитической системы в случае, если основной целью интеграции является сбор и хранение показателей регламентированной отчетности, исходная информация для которых хранится в базах данных распределенных информационных систем.

3. Нормативно-справочная информация (НСИ). Занимает центральное место при интеграции трех и более информационных

систем. Содержит в себе общие справочники и механизмы их актуализации. При проектировании системы НСИ необходимо:

- выделить набор требуемых справочников, проанализировав каждую из интегрируемых систем с привязкой к автоматизируемым бизнес-процессам. Критерий, который может быть использован для включения справочника в данный набор, – справочник используется в двух и более информационных системах;
- выбрать схему актуализации справочников НСИ исходя из задач автоматизации (консолидация данных, централизованное хранение данных, гармонизация данных);
- разработать (и внедрить) регламент ведения НСИ.

1) Сопровождение интеграционной логики. Формат данных, либо структура баз данных информационных систем, являющихся источниками данных, может со временем меняться. Разработанная интеграционная схема должна предусматривать это и позволять вносить необходимые изменения с минимумом трудозатрат.

Литература

1. Корнеева Т. Б. Интегрированная информационная среда Вуза: новые условия диктуют новые решения // Единая образовательная информационная среда: направления и перспективы развития : материалы X Международной научно-практической конференции-выставки. – Томск, 2011. – С. 89–91.

Twitter: непонятая «Птица счастья»

М. А. Кречмер

Национальный исследовательский Томский государственный университет

Как это ни странно, но всего за несколько лет активного внедрения в учебный процесс социальных медиа уже успел сложиться консервативный подход к их использованию. Безусловно, новаторский инструментарий многоуровневой и многогранной

коммуникации часто попадает в прокрустово ложе наспех слатанных стереотипов. И если социальную сеть «В Контакте» преподаватели с большей или меньшей охотой берут на вооружение, то многие другие социальные медиа остаются вне зоны активного использования.

Это можно было бы объяснить тем, что «В Контакте» – самый популярный социальный ресурс в нашей стране, и миллионы пользователей обосновались здесь намного раньше своих преподавателей. Кроме того, хорошо известно, что некоторые всемирно признанные интернет-ресурсы не попали в обиход нашего активного использования потому, что люди прикипели душой к созданным у нас «Одноклассникам», «Моему миру» и тому же «В Контакте».

Но вполне логично думать, что Высшая школа должна не только догнать самую продвинутую в смысле виртуального общения часть общества, учитывая ее привязанности, но и вести ее за собой, актуализируя и внедряя в практику использование эффективных инструментов для учебы, карьерного роста и повседневной жизни.

Одним из незаслуженно обделенных у нас вниманием ресурсов стал Twitter. Блогоплатформа, позволяющая практически мгновенно публиковать сообщения объемом 140 знаков, была создана в 2006 году и сегодня объединяет, судя по разным источникам, до 500 миллионов пользователей. Эта система микроблогинга – один из самых востребованных в мире инструментов социального виртуального общения, с его помощью пользователи публикуют фото, аудио, видео, делятся ссылками на любые материалы, расположенные в Интернете. Этот постоянно совершенствующийся механизм в разных странах используют руководители всех уровней и областей деятельности, бизнесмены, ученые, представители IT-индустрии, студенты, политики, журналисты, деятели культуры и многие другие. Но предельно оперативный, многофункциональный и очень гибкий ресурс часто воспринимается у нас всего лишь как разновидность интернет-коммуникатора ICQ.

Студенты факультета журналистики Томского государственного университета в рамках спецкурса «Интернет-журналистика» восьмой учебный год подряд знакомятся с последними по времени тенденциями развития интернет-технологий. Они учатся использовать социальные медиа не только для

развлечения, учебы и повседневного общения с друзьями. Главная задача спецкурса – развить у студентов так называемое сетевое мышление и выработать максимальное количество практических навыков использования интернет-технологий в их будущей профессии. И если предыдущие два года платформой для учебных проектов по спецкурсу «Интернет-журналистика» становился «Живой журнал» – популярная блогоплатформа по адресу в Интернете Livejournal.com, то в 2011 году впервые платформой для учебного проекта был выбран Twitter.

С его помощью студенты учатся грамотно презентовать себя, ищут самые свежие и злободневные новости, публикуют их и комментируют в своих лентах. Они оттачивают искусство полемики, учатся аргументировано и достойно отстаивать свою точку зрения, практикуются в налаживании профессиональных связей, поиске единомышленников и друзей. Twitter относится к так называемым несимметричным социальным медиа. В отличие, например, от Facebook, здесь нет необходимости ждать, когда кто-то занесет тебя в друзья для того, чтобы ты мог комментировать его публикации или высказывания. У любого человека всегда есть возможность участвовать в формировании повестки дня. Это один из лучших механизмов обратной связи из всего арсенала социальных медиа.

Twitter – превосходная платформа для того, чтобы сделать максимально публичной и привлекательной деятельность корпорации, конкретного бизнеса, органов власти, учебного заведения, конкретного человека, группы, творческого коллектива. Активно используют этот ресурс и премьер-министр Российской Федерации Д. Медведев (который, будучи президентом, сделал очень многое для популяризации этого ресурса в нашей стране), и президент США Б. Обама, и популярный писатель П. Козьмо, и редактор радиостанции «Эхо Москвы» А. Венедиктов, и футболист А. Аршавин, и многие-многие другие. Есть Twitter-представительства (аккаунты) практически у всех известных мировых корпораций, медиагрупп, университетов, театров, музеев.

А теперь, как говорится, о грустном. Один из основных показателей эффективной работы в Twitter является количество подписчиков на ленту публикаций пользователя. Здесь эти подписчики называются фолловерами (от английского слова «follow» – «следовать»). Так вот, число этих последователей в Twitter-представительствах (аккаунтах) томских органов власти, публичных организаций, компаний, фирм, высших учебных заведений до обидного мало. Будь то Законодательная Дума Томской области, Сибирский Химический Комбинат, инновационный форум Innovus или любой из томских университетов. Обычно число подписчиков составляет от 200–300 до 1000. Это значит, что всемирно принятый ресурс используется «в наших палестинах» на малую долю процента. Это значит, что он не дает той эффективности, которую мог бы давать. Это значит, что люди,

которые занимаются (или должны заниматься) популяризацией и продвижением каждого конкретного органа, организации, компании, персоны либо заблуждаются в своих знаниях, либо некомпетентны в них. Они не выдают максимально возможного результата. Более того, в этом случае результат получается отрицательным, поскольку любой человек в мире, набрав тот или адрес в Twitter, увидит, что конкретный некто совсем не пользуется популярностью. И вполне правомерен будет вопрос: «А почему?».

Автор этих тезисов, используя многолетний опыт работы в Интернете, в 2010–2012 годах выбрал Twitter в качестве основного канала активных коммуникаций с пользователями разных стран. В результате чего к сентябрю 2012 года число его фолловеров достигло 60 тысяч. В докладе приводятся примеры эффективного использования Twitter.

Образовательно-производственный кластер в системе среднего профессионального образования

Н. Н. Лазаренко, М. А. Хасанова, Г. В. Скорик

ОГБОУ СПО «Северский промышленный колледж»

Подготовка специалистов для приоритетных отраслей экономики – одно из важных направлений развития Томской области. Томск является не только «кузницей» кадров специалистов с высшим образованием, но и высококвалифицированных специалистов среднего звена: техников, технологов, рабочих высшей квалификации. Сегодня реальный сектор экономики испытывает кадровый голод и прежде всего среди инженеров, квалифицированных техников, рабочих высшей квалификации. Дальнейшее развитие экономики только за счет специалистов с высшим профессиональным образованием без технических работников среднего звена и рабочих невозможно. Следовательно, развитие только высшего образования без должного внимания к другим ступеням профессионального образования не даст должного эффекта экономического роста региона.

Руководители предприятий всех форм собственности также констатируют факт недостаточного объема подготовки квалифицированных специалистов для эффективного функционирования. Таким образом, очевидным становится необходимость развития системы среднего профессионального образования (СПО) как с точки зрения сохранения и расширения номенклатуры специальностей, так и с точки зрения вовлечения работодателей в образовательный процесс.

Образовательное учреждение среднего профессионального образования в современной ситуации испытывает следующие трудности:

- снижение престижности технического образования среди абитуриентов, несмотря на дефицит специалистов на рынке труда;