

Информационно-коммуникационные технологии в педагогическом образовании,
2025. № 2 (95). *infed.ru*

УДК 338.4:37.013.73

Т. Т. Хуинь

T. T. Huynh

Хуинь Тан Туан, аспирант, Университет социальных и гуманитарных наук – HCMUSSH, г. Хошимин, Вьетнам.

Huynh Tan Tuan, postgraduate, University of Social Sciences & Humanities, Ho Chi Minh City, Viet Nam.

**УПРАВЛЕНИЕ ПРОПАГАНДИСТСКИМИ
ОПЕРАЦИЯМИ И МЕРОПРИЯТИЯМИ ДЛЯ
ПОВЫШЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ОСВЕДОМЛЕННОСТИ СРЕДИ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ**

**MANAGING PROPAGANDA OPERATIONS AND
ACTIVITIES TO ENHANCE ENTREPRENEURSHIP
AWARENESS AMONG UNIVERSITY STUDENTS**

Аннотация. В настоящее время движение за развитие предпринимательского мышления имеет тенденцию к росту и распространению среди различных демографических групп по всему миру, включая студентов школ и университетов во Вьетнаме. Пропагандистская деятельность играет решающую роль в развитии предпринимательского мышления и креативности, а её эффективное управление помогает администраторам правильно планировать и реализовывать контент и методы. Исследование выявило четыре аспекта управления деятельностью по пропаганде предпринимательства: контроль, действия, планирование и выполнение. Вопросы, рассматриваемые в данной статье, вносят вклад в теоретические и практические основы и могут служить справочным материалом и руководством для университетов при разработке мер по совершенствованию управления данной деятельностью в современных условиях.

Annotation. Currently, the movement to foster an entrepreneurial spirit tends to grow and spread across various demographics globally and in Vietnam, including students in schools and universities. Propaganda activities play a crucial role in enhancing entrepreneurial thinking and creativity, and managing these activities assists administrators in planning and executing content and methods effectively. The findings revealed 4 management's impacts on entrepreneurship propaganda activities which are checking, acting, planning and doing. The issues discussed in this paper contribute to the theoretical and practical foundations and can serve as a reference and guide for universities in developing measures to strengthen the management of these activities in the current context.

Ключевые слова: предпринимательство, пропаганда, осведомленность, управление деятельностью.

Keywords: entrepreneurship, propaganda, awareness, activities management.

Пропаганда – это деятельность, которая помогает студентам стать более информированными и осведомленными в сфере предпринимательства, направляя их от стадии формирования идеи до её реализации. Существует несколько исследований, посвящённых управлению деятельностью по поддержке и консультированию студентов, которые предоставляют обзор данной деятельности, как на национальном, так и на международном уровне [1]. Исследование До Бао Дыка (2018), посвящённое управлению службами поддержки студентов в Университете Донг Най, изложило теоретические основы и текущее состояние этих служб [2]. В исследовании Хоанг Чонг Нгиа (2018) по управлению деятельностью служб поддержки студентов школ-интернатов представлен всесторонний обзор доступных услуг, а также дана оценка текущих методов управления с точки зрения комплексного подхода [3]. На сегодняшний день отсутствуют исследования, специально посвящённые управлению пропагандистской деятельностью, направленной на повышение осведомлённости о предпринимательстве среди студентов во Вьетнаме. Поэтому необходимо проведение исследований в этой области для разработки рекомендаций университетам, чтобы помочь студентам глубже понять предпринимательство.

Пропагандистская деятельность в области предпринимательства осуществляется для всех заинтересованных сторон: студентов; сотрудников университетов, преподавателей, специалистов; инвесторов и предприятий.

Цели пропаганды заключаются в повышении осведомлённости и развитии предпринимательского мышления студентов, повышении осведомлённости и ответственности сотрудников университетов, преподавателей и специалистов, а также в увеличении осведомлённости и ответственности инвесторов и предприятий в вопросах сотрудничества с университетами для поддержки студенческого предпринимательства. Содержание пропаганды включает продвижение роли предпринимательства в экономическом и социальном развитии страны, информирование о политике и законах, касающихся предпринимательства, а также разъяснение обязанностей студентов по созданию бизнеса, обязанностей сотрудников университетов, преподавателей и специалистов, а также обязанностей инвесторов и предприятий по сотрудничеству с университетами.

Формы пропаганды включают публикацию материалов, книг, газет и журналов по предпринимательству; проведение конференций, семинаров, форумов, дискуссий и встреч по вопросам предпринимательства; создание новостей и отчетов на медиаплатформах, веб-сайтах и в социальных сетях.

1. На основе концепции «планирования» Деминга, в сочетании с различными подходами вьетнамских авторов [4; 5; 6], можно выделить три основных компонента планирования: определение целей; принятие решений о необходимых мероприятиях для достижения этих целей и определение организационных ресурсов, требуемых для их реализации. Ресурсы для каждой из пяти видов деятельности, поддерживающих студенческое предпринимательство в университетах, должны быть чётко определены в планах соответствующих мероприятий.

С этой точки зрения содержание планирования пропагандистской деятельности в области предпринимательства для заинтересованных сторон (студентов, сотрудников, преподавателей, специалистов; организаций, предприятий и др.) включает:

а) определение целей пропагандистской деятельности: Чёткое формулирование целей пропаганды для повышения осведомлённости о предпринимательстве среди трёх целевых групп: студентов; сотрудников университетов, преподавателей, специалистов; а также внешних инвесторов, предприятий и организаций.

б) определение содержания пропаганды: Комплексное определение тем, связанных со студенческим предпринимательством, таких как: роль предпринимательства и его поддержка для студентов; обязанности студентов в предпринимательской деятельности; обязанности сотрудников университетов, преподавателей, специалистов; обязанности инвесторов и предприятий; а также руководящие указания Партии, государственная политика и законодательство в сфере студенческого предпринимательства.

в) определение форм организации пропагандистской деятельности: Выбор подходящих форм пропаганды с учётом условий и реальной ситуации университета, таких как: публикация документов и пропагандистских материалов; проведение конференций, семинаров, форумов и др.; организация конкурсов стартап-идей, ярмарок предпринимательства; подготовка новостей, статей, отчетов и т.д. для средств массовой информации и электронных информационных платформ.

г) определение кадровых ресурсов для пропагандистской деятельности: Чёткое распределение обязанностей среди отделов и ответственных лиц, занимающихся управлением, выполнением и поддержкой пропагандистской деятельности; определение необходимых материально-технических условий, информационно-технологических ресурсов и финансовых средств, необходимых для осуществления пропагандистской деятельности.

2. В контексте этапа «*Выполнение*» (согласно концепции Деминга) можно выделить два ключевых аспекта управления: организационные вопросы и руководство выполнением работ.

«Организационные вопросы» можно рассматривать как процесс формирования команды, включающий распределение и конкретизацию обязанностей участников в рамках реализации утверждённого плана. Управляющие субъекты должны «делегировать задачи подразделениям и отдельным лицам, устанавливать взаимодействие внутри системы для обеспечения её бесперебойной и согласованной работы, направленной на достижение поставленных целей» [7]. Для выполнения возложенных обязанностей подразделения и отдельные лица должны получать соответствующие инструкции, то есть находиться под руководством и контролем управления, чтобы обеспечить единообразное выполнение мероприятий по всей системе для достижения намеченных целей.

Таким образом, управление реализацией мероприятий по поддержке студенческого предпринимательства в университетах должно осуществляться следующим образом:

Организация команды:

- определение и чёткое распределение управленческих обязанностей среди административных работников университета (на уровне университета, отделов поддержки студенческого предпринимательства, факультетов или кафедр) в отношении пропагандистской деятельности по предпринимательству;
- определение и чёткое распределение обязанностей среди отделов и отдельных лиц, непосредственно вовлечённых в проведение мероприятий по пропаганде предпринимательства;
- определение и чёткое распределение обязанностей среди отделов и отдельных лиц, отвечающих за обеспечение материально-технической базы для реализации пропагандистских мероприятий;
- определение и чёткое распределение обязанностей среди отделов и отдельных лиц, отвечающих за поддержку информационных технологий, необходимых для реализации пропагандистских мероприятий;

- определение и чёткое распределение обязанностей среди отделов и отдельных лиц, отвечающих за финансовое обеспечение пропагандистских мероприятий.

Руководство выполнением задач

Руководство может осуществляться как посредством прямых совещаний, так и через косвенные указания в виде официальных документов. Содержание руководства включает:

- инструкции по целям пропагандистских мероприятий;
- инструкции по содержанию пропаганды;
- инструкции по формам организации пропагандистских мероприятий;
- инструкции по кадровому обеспечению пропагандистских мероприятий;
- инструкции по необходимым условиям материально-технического обеспечения;
- инструкции по необходимым условиям для информационных технологий;
- инструкции по необходимым финансовым условиям для проведения пропагандистских мероприятий.

3. *Проверка результатов работы* включает в себя мониторинг, контроль и оценку итогов деятельности [1]. Для пропагандистской деятельности по предпринимательству в университетах управляющий орган должен опираться на план пропагандистской деятельности и проверять следующие аспекты:

- проверку уровня достижения целей пропаганды;
- проверку выполнения содержания пропаганды;
- проверку организации различных форм пропагандистских мероприятий;
- проверку обеспечения кадровыми ресурсами для пропагандистской деятельности;
- проверку обеспечения материально-техническими условиями для проведения пропагандистских мероприятий;

- проверку обеспечения информационно-технологическими условиями для пропагандистских мероприятий;
- проверку обеспечения финансовыми условиями для проведения пропагандистских мероприятий.

4. Действуя, «результаты деятельности должны соответствовать понесённым затратам, и если этого не происходит, должны быть предприняты соответствующие меры для их корректировки и исправления» [4]. «Проверка результатов с целью выявления ошибок» [8] не только служит предупреждением, чтобы предотвратить повторение ошибок, но и способствует предложению соответствующих решений. Согласно перспективе Деминга (Закон), соответствующие действия предполагают «внедрение улучшений», что запускает новый цикл управления. Поэтому проверка результатов пропагандистской деятельности в университетах должна также выявлять недостатки для улучшения по следующим направлениям:

- исправление недостатков в достижении целей пропагандистской деятельности;
- исправление недостатков в исполнении содержания пропагандистской деятельности;
- исправление недостатков в организации форм пропагандистской деятельности;
- исправление недостатков в обеспечении кадровыми ресурсами для пропагандистской деятельности;
- исправление недостатков в обеспечении условий для проведения пропагандистской деятельности;
- исправление недостатков в обеспечении информационно-технологических условий для пропагандистской деятельности;
- исправление недостатков в обеспечении финансовых условий для пропагандистской деятельности.

Решения для университетов Вьетнама

Во-первых, необходимо усилить управление деятельностью по пропаганде предпринимательства для повышения осведомленности и развития предпринимательского мышления среди студентов. Для привлечения студентов и приближения предпринимательских мероприятий к ним следует использовать различные формы и средства массовой информации. Также следует поощрять участие различных подразделений и организаций. Для эффективной пропаганды необходима сильная база человеческих ресурсов, включая студенческие союзы, связанные клубы, предприятия, образовательные организации и инвесторов, чтобы организовывать семинары, дискуссии и встречи, на которых можно делиться историями успеха, стимулировать интерес и укреплять уверенность. Сотрудничество может создать благоприятную экосистему для предпринимательства, тем самым усиливая поддержку университета в сфере предпринимательской деятельности.

Во-вторых, следует сосредоточиться на выпуске пропагандистских материалов и публикаций по вопросам предпринимательства. Необходимо всесторонне исследовать потребности и текущую ситуацию студентов, чтобы понять их проблемы, такие как информация, знания и навыки, которые важны для формирования предпринимательского мышления. Кроме того, важно усилить применение информационных технологий в данном направлении. Контент и информацию следует интегрировать и распространять через социальные сети, веб-сайты и мобильные приложения, чтобы повысить доступность для студентов и создать более разнообразный подход к пропаганде предпринимательской деятельности. Необходима своевременная оценка сильных и слабых сторон выпуска пропагандистских материалов и публикаций, чтобы оперативно корректировать содержание и формат. Это поможет улучшить качество продукции, а также быстро реагировать на потребности и тенденции рынка.

Заключение. Согласно результатам исследования, пропагандистская деятельность проводится в ряде университетов по всей территории Вьетнама. Количество и качество этих мероприятий, направленных на повышение осведомленности студентов о предпринимательстве, привлекают все большее внимание в образовательной среде. Функции управления были спланированы и реализованы под руководством, однако каждая из функций управления не имеет глубины в специфических областях, таких как планирование материальных условий для проведения пропагандистских мероприятий, что часто приводит к отсутствию руководства и реализации — это постоянная проблема на протяжении всего процесса пропаганды. Несмотря на то, что руководство университета эффективно определяет формы проведения мероприятий, отсутствует достаточное руководство по содержанию, которое представляется в каждой из форм. Отсутствие системного процесса проверки затрудняет оценку степени достижения целей пропагандистской деятельности. Набор кадров для функции улучшения управления пропагандистской деятельностью, направленной на повышение осведомленности студентов о предпринимательстве, не был должным образом дополнен или обучен своевременно. В краткосрочной перспективе руководство университетов должно сосредоточиться на управлении публикацией и распространением материалов, связанных с продвижением предпринимательства среди студентов. Долгосрочные меры также должны включать укрепление управления пропагандистской деятельностью, направленной на повышение осведомленности и развитие предпринимательского мышления среди студентов. В заключение, пропагандистская деятельность в настоящее время проводится и относительно стабильна, однако для достижения устойчивого развития в долгосрочной перспективе, на протяжении учебных лет, необходимы более усиленное внимание, тщательное управление и детальный контроль. Такой подход поможет стабилизировать операционные процессы и лучше соответствовать потребностям студентов и общества.

Список литературы

1. Nguyễn Phú Thành. Một số nghiên cứu về hoạt động tư vấn, hỗ trợ sinh viên trường đại học. Tạp chí khoa học giáo dục, 2023, số 195, tháng 7/2023. [Нгуен Фу Тхань. Некоторые исследования по консультированию и поддержке студентов университетов. Журнал педагогических наук, 2023, номер 195, июль 2023 г.]
2. Đỗ Bảo Đức. Quản lý hoạt động dịch vụ và hỗ trợ sinh viên ở trường Đại học Đồng Nai. Tạp chí Thiết bị giáo dục, 2018, số 173, tr 144. [До Бао Дык. Управляйте деятельностью по обслуживанию и поддержке студентов в Университете Донг Най. Журнал «Образовательное оборудование», 2018, № 173, стр. 144.]
3. Hoàng Trọng Nghĩa. Thực trạng quản lý hoạt động hỗ trợ sinh viên nội trú theo tiếp cận QL chất lượng tổng thể. Tạp chí Giáo dục, 2018, số đặc biệt, kì 2 tháng 5/2018, tr 79-85. [Хоанг Чонг Нгия. Текущее состояние управления деятельностью по поддержке студентов-интернатов в соответствии с общим подходом к управлению качеством. Журнал «Образование», 2018, специальный выпуск, 2 мая 2018 г., стр. 79-85.]
4. Nguyễn Quốc Chí và Nguyễn Thị Mỹ Lộc. Đại cương Khoa học QL. (In lần thứ 2). Hà Nội: Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội, 2014, tr 13-14. [Нгуен Куок Чи и Нгуен Тхи Май Лок. Обзор науки управления. (2-е издание). Ханой: Издательство Ханойского национального университета, 2014, стр. 13-14.]
5. Trần Kiêm. Những vấn đề cơ bản của khoa học QLGD. (In lần thứ 6). Hà Nội: Nhà xuất bản Đại học Sư phạm, 2014. [Чан Киём. Основные вопросы науки управления образованием. (6-е издание). Ханой: Издательство Педагогического университета, 2014.]
6. Trần Kiêm & Nguyễn Xuân Thúc. Đại cương khoa học quản lý và quản lý giáo dục. Hà Nội: Nhà xuất bản Đại học Sư phạm, 2012. [Чан Киём и Нгуен Суан Тхук. Обзор науки управления и управления образованием. Ханой: Издательство Педагогического университета, 2012.]
7. Tô Xuân Dân và cộng sự. Bối cảnh mới, ngôi trường mới, nhà quản lý giáo dục mới. Hà Nội: Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội, 2011. [Сюань Дань и др. Новый

контекст, новая школа, новый администратор образования. Ханой: Издательство Ханойского национального университета, 2011.]

8. Trần Kiểm. Tiếp cận hiện đại trong QLGD. (In lần thứ 7). Hà Nội: Nhà xuất bản Đại học Sư phạm, 2013. [Чан Кiem. Современный подход в управлении образованием. (7-е издание). Ханой: Издательство Педагогического университета, 2013.]

© Хуинь Т. Т., 2025