

УДК 659.44

DOI: 10.34670/AR.2023.69.74.049

**Формирование умений и навыков актерского мастерства у студентов РУС «ГЦОЛИФК», обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»: предпосылки, значение, инструментарий**

**Майоров Олег Вячеславович**

Кандидат педагогических наук,  
доцент кафедры рекламы, связей с общественностью  
и социально-гуманитарных проблем,  
декан социально-гуманитарного факультета,  
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»,  
105122, Российская Федерация, Москва, Сиреневый б., 4;  
e-mail: mayorov.ov@gtsolifk.ru

**Матвеева Джамиля Альбертовна**

Начальник отдела аспирантуры,  
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»,  
105122, Российская Федерация, Москва, Сиреневый б., 4;  
e-mail: matveeva.da@gtsolifk.ru

**Аннотация**

Практика деятельности кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» показывает, что в рамках системы обучения студентов очной и заочной форм по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» (профиль подготовки «Спортивная реклама и PR»), созрела необходимость решения вопроса с формированием базовых знаний актерского мастерства и повышением имеющихся навыков и умений. Статья посвящена вопросам формирования навыков и умений актерского мастерства у студентов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» (профиль подготовки «Спортивная рекламы и PR») в РУС «ГЦОЛИФК». В ней также поднимается вопрос о стратегии реализации внеучебных проектов, связанных с обучением актерскому мастерству на бакалавриате. Наличие таких навыков востребовано не только при съемке видеоконтента, но и сказывается на положительном имидже и высокой профессиональной репутации студентов и будущих специалистов в целом, развивает возможность расширения границ решения проблемных ситуаций с помощью нестандартных подходов и креативного мышления. На данном этапе авторами статьи, учитывающими имеющиеся обстоятельства и специфику вуза, разработан план мероприятий, направленный на содействие учащимся в получение дополнительных знаний – в части актерского мастерства.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Майоров О.В., Матвеева Д.А. Формирование умений и навыков актерского мастерства у студентов РУС «ГЦОЛИФК», обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»: предпосылки, значение, инструментарий // Педагогический журнал. 2023. Т. 13. № 4А. С. 404-413. DOI: 10.34670/AR.2023.69.74.049

**Ключевые слова**

Реклама, PR, актерское мастерство, образование, сценическая речь, видеоконтент, блогеры, уверенность, телевизионные программы, стрим.

**Введение**

Практика деятельности кафедры Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» показывает, что в рамках системы обучения студентов очной и заочной форм по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» (профиль подготовки «Спортивная реклама и PR»), созрела необходимость решения вопроса с формированием базовых знаний актерского мастерства и повышением имеющихся навыков и умений.

**Основная часть**

В перечне обоснований данному положению укажем следующее:

Во многом этому способствует сложившаяся ситуация в системе информационного сопровождения спортивных событий и проектов, когда наиболее востребованным у потребителей информации в сети Интернет является видеоконтент, объем и виды форматов которого увеличиваются.

Нельзя не отметить стремление многих спортивных организаций к созданию шоу «вокруг соревнования» и увеличению интересного, разноформатного и оригинального контента, что способствует расширению границ их популярности, набору медиавеса, повышению показателей вовлеченности аудиторий и монетизации проектов и их информационных площадок (сайтов, социальных сетей, каналов в мессенджерах).

Одним из результатов этой тенденции стало появление спортивных медиалиг, таких как Медийная футбольная лига, лига «Media Basket», Медийная хоккейная лига и пр., которые:

- быстро заняли свое место на спортивном рынке и в «медиаполе», продемонстрировав актуальность и отличительность;
- завоевали популярность у молодежи и у аудиторий разного возраста, реагирующих на entertainment (развлечение) в спорте;
- составили серьезную конкуренцию традиционным форматам проведения соревнований и системам информационной поддержки в борьбе за привлечение спонсоров, внимание СМИ и общественности.

Данные спортивные и информационные продукты:

- демонстрируют оригинальные инновационные подходы к медиасопровождению своих событий с использованием видеоконтента и подтверждают необходимость умений «работы на камеру» у их участников (спортсменов, тренеров, судей, болельщиков) и

других персон (экспертов, журналистов, блогеров, управленцев, VIP и др.);

- создают «моду» на видеформаты, в которых одним из главных действующих лиц является коммуникатор, умеющий влиять на потребителей информации в соответствии с целями (личными и/или организации/проектов) посредством слов, интонации, эмоций и действий, получая нужную «обратную связь» (реакцию или ответ).

Студенты, которые по своему возрасту могут быть отнесены к поколению Z (поколение людей-центениалов, не знающих и не представляющих жизнь без Интернет), сами создают информационные площадки (авторские тематические каналы в мессенджерах, паблики или блоги на сайтах, в популярных социальных сетях), на которых размещают видеоконтент со своим участием и становятся генераторами и лидерами мнения. Так, проведение профориентационного анкетирования студентов (63 человека), поступивших на первый курс очной формы обучения на кафедру Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем (РУС «ГЦОЛИФК») в 2022-2023 учебном году, показало, что 25% из них имели опыт размещения и продвижения в тематических группах разных проектов и организаций видеоконтента со своим участием. А в рамках обучения в университете практически все студенты вовлекаются в кафедральные проекты, требующие умений «работать в кадре» при видеосъемке.

В то время, как одним из инструментов продвижения бренда специалистов и проектов организаций является их участие в деловых событиях (включая и те, которые транслируются онлайн), нельзя обойти стороной необходимость обучения студентов навыкам и умениям публичных выступлений.

Постоянно проводимый мониторинг профессиональной деятельности выпускников кафедры показывает наличие среди них тех, кто работает на телевидении в качестве ведущих тематических программ и шоу, а также создавших авторские видеоблоги. Их пример показывает сегодняшним студентам (в том числе и с подачи кафедры, осуществляющей позиционирование деятельности выпускников и приглашая их в вуз для проведения мастер-классов):

- «траекторию» возможного поиска работы и трудоустройства в организациях, в которых коммуникаторы, работающие «в кадре», востребованы;
- возможность реализации своих творческих амбиций и создание своего бренда посредством продвижения видеоконтента.

В целом, анализ перечня профессий выпускников кафедры разных лет показывает востребованность актерского мастерства, как одной из профессиональных компетенций, которая способствует решению деловых вопросов, монетизации проектов, построению личного бренда и бренда организации.

Актерское мастерство позволяет:

- руководителям и менеджерам отделов рекламы и PR спортивных организаций быть более эффективными в работе, связанной с самопрезентацией, проведением деловых переговоров, публичными презентациями и защитами проектов, где они должны эффектно презентовать себя и эффективно преподнести материал, иногда скрывать свои истинные намерения, располагать к себе и влиять на изменение мнения оппонента о себе;
- управлять персоналом, мотивируя и «заряжая его своей энергетикой», передаваемой с помощью актерских приемов;
- тележурналистам, ведущим телевизионных программ в спортивных СМИ управлять мнением собеседников или аудиторией, создавать запоминающиеся образы и передавать

эмоции;

- блогерам привлекать больше зрителей, устанавливая с ними контакт и длительное время поддерживать интерес к своему контенту;
- шоуменам и ведущим спортивных церемоний создавать атмосферу торжественного события, эффективнее доносить информацию большой аудитории, стилизовать мероприятие своей работой;
- спикерам деловых событий и преподавателям удерживать внимание аудитории, уверенно отвечать на вопросы и/или вести дискуссии;
- экспертам на телевидении и в эфире прямых трансляций спортивных событий органично и привлекательно смотреться в кадре, делать свои выступления запоминающимися.

Все вышесказанное предопределило появление ответных «реакций» профессорско-преподавательского состава кафедры, выраженных в:

- коррекции учебных программ по профильным дисциплинам – включение в перечни тем занятий, рефератов, кейсов и деловых игр, связанных с производством видеоконтента;
- наполнении содержания учебных занятий новыми формами коммуникаций и интерактивных технологий, подразумевающих видеосъемку и работу студентов «на камеру» (интервью, комментарии, «прямые» включения, съемку контента для блога) в качестве журналистов-корреспондентов, блогеров-стримеров, ведущих «телевизионных» рубрик, интервьюеров, а также в разборе и освоении методологии создания популярных видеоформатов (влоги, стримы, прямые трансляции, студийные ТВ-программы, ток-шоу);
- создании новых «технических заданий» на реализацию видеопроектов в рамках самостоятельной подготовки, «домашних» заданий, учебной практики и внеучебных проектов кафедры, факультета, Университета;
- стимулировании студентов на самостоятельное обучение видеомонтажу в специализированных компьютерных программах и мобильных приложениях, что подразумевает необходимость видеосъемки себя (т.ч. «самопроб») и своих одноклассников, друзей в рамках вузовских и вневузовских спортивных событий;
- увеличении числа событий, связанных с выступлениями студентов перед большими аудиториями (защита презентаций проектов в рамках учебных занятий, доклады на студенческих кафедральных, вузовских и межвузовских конференциях);
- увеличении числа посещений деловых форумов, сопровождающихся выступлениями спикеров с целью анализа качества их выступления и уровня владения приемами актерского мастерства.

Показательной стала проведенная в период март-апрель 2023 года учебная («Профессионально-ознакомительная») практика студентов 2-го курса очной формы обучения. Целью практики являлась реализация проекта «Создание концепции деятельности студенческого телевидения». В его рамках были разработаны концепции и осуществлены съемки (включая и студийные) ряда «пилотных» программ: «Аллея героев спорта», «ФутТолк», «Есть тема! Поговорим с деканами», «Завкафедры советуют», «Цифровой дежурный», «Русблогеры» и др.).

Наблюдение за процессом видеосъемки в студии и на территории ВУЗа, а также анализ рабочего и итогового видеоматериала позволил сформировать и обобщить представление об уровне «работы на камеру» студентов, которые были ведущими программ, блогерами, журналистами-обозревателями, корреспондентами.

Практически для всех из них характерно:

- неуверенное поведение в кадре, стеснительность, «скованность» – эмоциональная и физическая зажатость;
- неверная или незэмоциональная «подача» материала;
- неверно подобранные, применительно к ситуации в кадре или к словам собеседника, эмоции;
- растерянность и неумение (или торможение ответных реакций) в случаях, когда сюжет или разговор идет не по заранее прописанному и обсужденному сценарию.

Все это приводило к увеличению времени на съемки и затягиванию сроков выхода готового материала, к коммуникационным конфликтам между практикантами, появлению у некоторых из них дискомфорта от своей деятельности и заинтересованности, чтобы итоговые видеоматериалы не размещались в Интернет.

Данные анкетирования на тему возможного включения в учебную программу образовательных проектов, целью которых является знакомство с базовыми азами актерского мастерства и повышение его уровня, проведенного после завершения данной практики, подтвердили наше видение ситуации.

84% студентов отметили, что уровня актерского мастерства им не хватает и им было бы интересно получить базовые/необходимые навыки и умения в процессе своего обучения в вузе.

Среди главных качеств, которые студенты хотели бы приобрести или развить в процессе освоения навыков актерского мастерства, стали такие как:

- преодоление страха перед камерой и стеснительности;
- качественное, интересное, уверенное донесение материала до зрителей;
- использование правильной (соответствующей ситуации) жестикуляции без «зажима»;
- свободное изложение текста и своих мыслей в активном общении с собеседником или аудиторией;
- умение переключать внимание между собеседниками и объективами видеокамер;
- использование в стрессовой ситуации (какой иногда является видеосъемка) эмоций, соответствующих своему типу личности и характеру, а также концепции видеопрограммы;
- правильное и отличительное взаимодействие с аудиторией, находящейся в студии, а также по ту сторону экрана.
- уверенное изложение текстового контента;
- умение быстро подстраиваться под ситуации, которые возникают при «живом эфире» (настроение собеседника, атмосфера в студии, посторонние шумы и пр.).

В силу того, что реализация проектов, связанных с созданием видеоконтента (включая и проект «РУС СТУД ТВ»), будет продолжаться и дальше, навыки и умения актерского мастерства у студентов, которые являются главной их движущей (творческой и управленческой) силой, востребованы.

Анализ учебного плана по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» показывает отсутствие дисциплин, в рамках которых возможно осуществление преподавание основ актерского мастерства, которое воспринимается как сумма различных навыков.

Отметим среди них следующие:

Коммуникационные навыки – умение эффективно общаться и взаимодействовать с окружающими.

Наличие уникального образа, позволяющего выделяться на фоне других (конкурентов) и

привлекать внимание своей аудитории.

Эмоциональная выразительность – способность правильно передавать, вызывать эмоции и чувства у героев своих материалов и у себя лично.

Навык публичных выступлений – преодоление глоссофобии, умение выступать перед широкой аудиторией и управлять своим голосом и телом.

Навык импровизации – готовность к неожиданным изменениям в коммуникационных ситуациях и умение быстро адаптироваться к новым условиям.

Выразительность и убедительность в речи, чтобы уверенно, интересно и красиво говорить перед камерой или на сцене, подчеркивать важные моменты и акцентировать внимание зрителей.

Эмоциональная вовлеченность – умение полностью углубиться в процесс происходящего, показывать свои истинные эмоции и передавать их зрителям.

«Погружение в жизнь» героев материалов – «вживание» в роль спортсменов, тренеров и других участников событий, для лучшего понимания их мотивов и действий.

Работа с публикой – умение выступать перед большой аудиторией, взаимодействовать с ней, контролируя процесс взаимной реакции сторон.

«Пластичность» – умение быстро менять ролевое поведение и эмоции в зависимости от ситуации, от статуса собеседника и т.д.

Отметим, что наличие таких навыков востребовано не только при съемке видеоконтента, но и сказывается на положительном имидже и высокой профессиональной репутации студентов и будущих специалистов в целом, развивает возможность расширения границ решения проблемных ситуаций с помощью нестандартных подходов и креативного мышления.

## Заключение

На данном этапе авторами статьи, учитывающими имеющиеся обстоятельства и специфику вуза, разработан план мероприятий, направленный на содействие учащимся в получении дополнительных знаний – в части актерского мастерства.

Осуществление, согласно договоренности с преподавателями профильных дисциплин, интеграции в содержание их учебных занятий блока информации на тему значения актерского мастерства в деятельности специалиста по рекламе и PR; решение кейсов и выполнение самостоятельных заданий, которые стимулируют студентов на самостоятельное освоение методических материалов, посещение курсов и/или просмотр доступных видеоуроков по актерскому мастерству.

Организация и проведение для студентов мастер-классов силами сотрудников и преподавателей вузов, имеющих опыт актерского мастерства в рамках внеучебной работы и межкафедральных/межфакультетских взаимодействий.

Просмотр студентами видеоматериалов с успешными и неуспешными примерами работы корреспондентов, телеведущих и блогеров «в кадре» с целью получения представлений о нужных профессиональных компетенциях, связанных с актерским мастерством.

Поиск и архивация видеоконтента с целью создания «Банка видеоматериалов с уроками по актерскому мастерству», находящихся в открытом доступе и разрешенных к использованию их правообладателями.

Подбор для учащихся и во взаимодействии с ними учебно-методической и популярной литературы по актерскому мастерству.

Моделирование профессиональных ситуаций, в которых требуется актерское мастерство:

съемки интервью («полевые»), программ (съемка в студии), проведение пресс-конференций (в аудитории или конференц-зале Университета), организация стрима (прямая трансляция с события), создание влогов (селфи-съемка).

Организация мастер-классов приглашенных в Университет именитых артистов.

Моделирование в рамках учебных занятий и практик реакций студента, выступающих в роли журналистов, комментаторов, блогеров, ведущих программ и т.д. на ситуации, возникающие в процессе коммуникаций в эфире и в студии.

Проведение опросов на тему нужных PR-специалисту компетенций, связанных с актерским мастерством, с привлечением выпускников кафедры, работающих по специальности.

Организация посещений открытых мастер-классов по актерскому мастерству, ораторскому искусству, а также посещение студенческих работ ведущих театральных вузов и училищ г. Москвы.

Организация посещений студийных съемок программ спортивных телеканалов, с которыми кафедра осуществляет партнерские коммуникации.

Если рассматривать процесс формирования навыков и умений актерского мастерства учащихся вуза как комплексный и долгосрочный проект, являющийся частью маркетинговой стратегии кафедры и ее партнеров, то его целевыми индикаторами может стать следующее:

Множество новых информационных поводов «вокруг актерского мастерства», что, в свою очередь, может помочь выйти на новую аудиторию абитуриентов – тех, кто желает быть специалистом в медиаиндустрии (блогеры, ТВ-ведущие и пр.).

Создание «Видеобанков информации: записи мастер-классов, записи уроков, записи моделирования ситуаций».

Привлечение к проведению мастер-классов профессионалов разных структур, как одна из форм работы на «внешнем рынке» и как один из методов повышения привлекательности обучения в вузе.

Создание новой «линейки» научно-практических публикаций преподавателей и студентов.

Создание неформального делового сообщества профессорско-преподавательского состава разных кафедр «вокруг» проекта (заинтересованные кафедры вуза) для совместных публикаций статей, проведения совместных конференций и реализации проектов.

Создание открытых курсов повышения квалификации и профессиональной переподготовки кадров на базе Института дополнительного образования РУС «ГЦОЛИФК» с привлечением представителей актерской профессии и профессионалов спортивной индустрии.

Возможность привлечения в Институт дополнительного образования новой аудитории – студенты разных факультетов, сторонние слушатели, которым для работы по своей профессии могут пригодиться навыки актерского мастерства.

Персональный брендинг всех тех, кто вовлечен в реализацию данного кросс-культурного и мультимедийного проекта.

## Библиография

1. Алексейчева Е.Ю. Гуманизация образования как способ создания гуманного будущего // Методология научных исследований. материалы научного семинара. / Сер. «Библиотека Мастерской оргдеятельностных технологий МГПУ». Ярославль, 2021. С. 131-135.
2. Алексейчева Е.Ю. Многомерное образование: выбор или предопределенность // Методология научных исследований. материалы научного семинара. / Сер. «Библиотека Мастерской оргдеятельностных технологий МГПУ». Ярославль, 2021. С. 201-204.
3. Алексейчева Е.Ю. Непрерывное образование в контексте глобальных трендов развития экономики впечатлений // Новое в науке и образовании. Сборник трудов международной ежегодной научно-практической конференции.

- Ответственный редактор Ю.Н. Кондракова. 2019. М.: ООО "Макс Пресс". 2019. С. 5–15.
4. Алексейчева Е.Ю. Современные подходы к организации креативного образования // Методология научных исследований. материалы научного семинара. / Сер. "Серия «Библиотека Мастерской оргдеятельностных технологий МГПУ». Вып. 2" Московский городской педагогический университет (МГПУ). Ярославль, 2021 С. 215-219
  5. Алексейчева Е.Ю. Формирование компетентностей будущего в открытом образовании // Развитие цифровых компетенций и функциональной грамотности школьников: лучшие практики дистанционного образования на русском языке / Материалы Международного педагогического Форума. Под редакцией М.М. Шалашовой, Н.Н. Шевелёвой. 2020. С. 15-25
  6. Казенина А.А., Алексейчева Е.Ю. Проблема гуманитаризации образования в условиях цифровой образовательной среды // Актуальные вопросы гуманитарных наук: теория, методика, практика. Сборник научных статей VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. К 25-летию Московского городского педагогического университета. 2020. С. 118-124.
  7. Алексейчева Е.Ю. Маркетинговые исследования на рынке образовательных услуг // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика». 2018. № 1. С. 98–102
  8. Алексейчева Е.Ю. Современные подходы к организации научного продюсинга // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика». 2020. № 4 (26). С. 100–108. DOI 10.25688/2312-6647.2020.26.4.09
  9. Алексейчева Е.Ю. Формирование предпринимательской грамотности в системе общего и дополнительного образования // Непрерывное образование в контексте идеи будущего: новая грамотность. Сборник научных статей по материалам III Международной научно-практической конференции. Составитель Н.И. Шевченко. М.: А-Приор, 2020. С. 318-323
  10. Orchakova L.G., Smirnova Yu.V. Internet and higher education: prospects, challenges, problems. // Opcion. 2020. Т. 36. № S26. С. 76-93.

## **Formation of acting skills among students of Russian University of Sports studying advertising and public relations: prerequisites, meaning, tools**

**Oleg V. Maiorov**

PhD in Pedagogy,  
Associate Professor of the Department of Advertising,  
Public Relations and Social and Humanitarian Problems,  
Dean of the Faculty of Social and Humanitarian Sciences,  
Russian University of Sports,  
105122, 4, Sirenevyi b., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: mayorov.ov@gtsolifk.ru

**Dzhamilya A. Matveeva**

Head of the Postgraduate Department,  
Russian University of Sports,  
105122, 4, Sirenevyi b., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: matveeva.da@gtsolifk.ru

### **Abstract**

The practice of the Department of Advertising, Public Relations and Social and Humanitarian Problems of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education – Russian University of Sports "GTSOLIFK" shows that within the framework of the system of teaching full-time and part-time students in the direction of training "Advertising and Public Relations" (in



training profile "Sports Advertising and PR"), there is a need to address the issue of the formation of basic knowledge of acting skills and the improvement of existing skills and abilities. The article is devoted to the formation of skills and abilities of acting among students studying in the direction of training "Advertising and Public Relations" (training profile "Sports Advertising and PR") at Russian University of Sports. The presence of such skills is in demand not only when shooting video content, but also affects the positive image and high professional reputation of students and future specialists in general, develops the ability to expand the boundaries of solving problem situations using non-standard approaches and creative thinking. It also raises the question of a strategy for the implementation of extracurricular projects related to undergraduate acting education. At this stage, the authors of the article, considering the existing circumstances and the specifics of the university, have developed an action plan aimed at assisting students in obtaining additional knowledge in terms of acting.

### For citation

Maivorov O.V., Matveeva D.A. (2023) Formirovanie umenii i navykov akterskogo masterstva u studentov RUS «GTsOLIFK», obuchayushchikhsya po napravleniyu podgotovki «Reklama i svyazi s obshchestvennost'yu»: predposylki, znachenie, instrumentarii [Formation of acting skills among students of Russian University of Sports studying advertising and public relations: prerequisites, meaning, tools]. *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 13 (4A), pp. 404-413. DOI: 10.34670/AR.2023.69.74.049

### Keywords

Advertising, PR, acting, video content, bloggers, confidence, TV programs, stream, sports.

### References

1. Alekseicheva E.Yu. (2021) Gumanizatsiya obrazovaniya kak sposob sozdaniya gumannogo budushchego [Humanization of education as a way to create a humane future] Metodologiya nauchnyh issledovaniy. materialy nauchnogo seminar. / Ser. «Biblioteka Masterskoj orgdeyatel'nostnyh tekhnologij MGPU». [Methodology of scientific research. materials of the scientific seminar. / Ser. "Library of the Workshop of organizational activity technologies of MSPU". Yaroslavl]. pp. 131-135.
2. Alekseicheva E.Yu. (2021) Mnogomernoe obrazovanie: vybor ili predopredelennost' [Multidimensional education: choice or predestination] Metodologiya nauchnyh issledovaniy. materialy nauchnogo seminar. / Ser. «Biblioteka Masterskoj orgdeyatel'nostnyh tekhnologij MGPU». Yaroslavl' [Methodology of scientific research. materials of the scientific seminar. / Ser. "Library of the Workshop of organizational activity technologies of MSPU"]. Yaroslavl. pp. 201-204.
3. Alekseicheva E.Yu. (2019) Nepreryvnoe obrazovanie v kontekste global'nykh trendov razvitiya ekonomiki vpechatlenii [Life-long learning in the context of global trends of the development of the experience economy] Novoe v nauke i obrazovanii. Sbornik trudov mezhdunarodnoi ezhegodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Otvetstvennyi redaktor Yu.N. Kondrakova. M.: OOO "Maks Press". [The International Annual Scientific and Practical Conference "New in Science and Education", organized by Jewish University. Ed. by Kondrakova Yu. N. Moscow: MAKSS Press] pp. 5-15
4. Alekseicheva E.Yu. (2021) Sovremennye podhody k organizatsii kreativnogo obrazovaniya [Modern approaches to the organization of creative education] Metodologiya nauchnyh issledovaniy. materialy nauchnogo seminar. / Ser. "Seriya «Biblioteka Masterskoj orgdeyatel'nostnyh tekhnologij MGPU». Vyp. 2" Moskovskij gorodskoj pedagogicheskij universitet (MGPU). Yaroslavl' [Methodology of scientific research. materials of the scientific seminar. / Ser. "Series "Library of the Workshop of organizational and activity technologies of MSPU". Issue 2" Moscow City Pedagogical University (MSPU). Yaroslavl] p. 215-219
5. Alekseicheva E.Yu. (2020) Formirovanie kompetentnostej budushchego v otkrytom obrazovanii [Formation of future competencies in open education] Razvitie cifrovyyh kompetencij i funktsional'noj gramotnosti shkol'nikov: luchshie praktiki distantsionnogo obrazovaniya na russkom yazyke / Materialy Mezhdunarodnogo pedagogicheskogo Foruma. Pod redakciej M.M. SHalashovoj, N.N. SHevelyovoj [Development of digital competencies and functional literacy of schoolchildren: best practices of distance education in Russian. Materials of the International Pedagogical Forum. Edited

- 
- by M.M. Shalashova, N.N. Sheveleva ]. pp. 15-25
6. Kazenina A.A., Alekseicheva E.Yu. (2020) Problema gumanitarizacii obrazovaniya v usloviyah cifrovoj obrazovatel'noj sredy [The problem of humanitarization of education in a digital educational environment] Aktual'nye voprosy gumanitarnykh nauk: teoriya, metodika, praktika. Sbornik nauchnykh statej VII Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii s mezhdunarodnym uchastiem. K 25-letiyu Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta [Topical issues of the humanities: theory, methodology, practice. Collection of scientific articles of the VII All-Russian Scientific and Practical Conference with international participation. To the 25th anniversary of the Moscow City Pedagogical University]. pp. 118-124.
  7. Orchakova L.G., Smirnova Yu.V. (2020) Internet and higher education: prospects, challenges, problems. Opcion. T. 36. № S26. pp. 76-93.
  8. Alekseicheva E.Yu. (2018) Marketingovye issledovaniya na rynke obrazovatel'nykh uslug [Marketing Research in the Market of Educational Services]. Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika [Vestnik of Moscow City University. Series «Economics»], 1, pp. 98-102.
  9. Alekseicheva E.Yu. (2020) Sovremennye podhody k organizacii nauchnogo prodyusinga [Modern approaches to the organization of scientific production] Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya «Ekonomika» [Bulletin of the Moscow City Pedagogical University. The series "Economics"]. No. 4 (26). pp. 100-108.
  10. Alekseicheva E.Yu. (2020) Formirovanie predprinimatel'skoj gramotnosti v sisteme obshchego i dopolnitel'nogo obrazovaniya [Formation of entrepreneurial literacy in the system of general and additional education] Nepreryvnoe obrazovanie v kontekste idei budushchego: novaya gramotnost'. Sbornik nauchnykh statej po materialam III Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Sostavitel' N.I. Shevchenko. M.: A-Prior [Continuing education in the context of the idea of the future: new literacy. Collection of scientific articles based on the materials of the III International Scientific and Practical Conference. Compiled by N.I. Shevchenko. M.: A-Prior]. pp. 318-323.