

прикладных исследований в области профессионально значимых качеств, позволило сформировать взаимосвязанную систему профессионально важных качеств экономиста-менеджера (в машиностроении), представленную тремя группами мотивационно-эмоциональной, когнитивно-творческой и социально-перцептивной. Предложенная структура профессионально важных качеств может быть использована в процессе подготовки компетентностных специалистов данного профиля.

**THE RESULTS OF PROFESSIONOGRAPHICAL EXAMINATION
OF THE PROFESSIONALLY IMPORTANT QUALITIES OF AN ECONOMIST-MANAGER
(ANALYSIS AND PROPOSED STRUCTURE)**

Petruk G.V.

Vladivostok State University of Economics and Service, Russia, st.Gogolya,41, Vladivostok, 690014

The author examines various approaches to understanding professionally important qualities of a subject engaged in the labour activity, allocation of the composition and structure of professionally important qualities specialists' economic and administrative profile . Analysis of the professional sphere of economist-managers' in various branches allowed to identify the main classes of professional tasks, forming functional of economist-managers' (in industry). Professiograficheskoe study based on professional tasks , theoretical development issues of professional education in the field of economics and management, applied research in the field of professionally significant qualities allowed to form an interconnected system of professionally important qualities economist-managers' (mechanical engineering), represented by three groups of motivationally-emotional, cognitively-creative and socially-perceptional. The proposed structure of professionally important qualities can be used in the preparation of competency such specialists.

**СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ
СТУДЕНЧЕСКОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ**

Пешкова В.П.

НОУ ВПО «Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов», Санкт-Петербург, Россия
(192238, Россия, С.-Петербург, ул. Фучика, 15), e-mail: culture96@bk.ru

Статья посвящена исследованию влияния социально-культурной среды образовательного учреждения на формирование социальных установок и мировоззрения молодого человека, его ценностных ориентаций, стереотипов и моделей поведения, на формирование корпоративной культуры молодых специалистов. Базируясь на опыте Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов по организации социально-культурной среды, определены роль и значение социально-педагогических функций корпоративной культуры студенческого сообщества в социокультурном пространстве вуза. Социокультурная среда понимается как жизненное пространство человека, которое обладает мощным педагогическим потенциалом и способно востребовать эффективные технологии и средства воздействия на сознание и поведение личности, как результат творческой активности личности. В результате проведенных исследований показано, что особую роль в педагогизации социально-культурной среды играют духовно-нравственные референты, которые создают поле «культурного напряжения», в котором человек ощущает полноту бытия, познает себя через другого человека, расширяет сферу реального общения. Создание духовно насыщенной среды способствует социализации личности и самореализации творческих способностей, овладения подростками опытом культурообразного поведения, обретения «культурной самоидентификации личности».

SOCIAL FUNCTIONS OF TEACHING STUDENTS OF CORPORATE CULTURE

Peshkova V.P.

NOU VPO «St. PetersburgHumanitarianUniversity of Trade Unions», St. Petersburg, Russia
(192238, Russia, St. Petersburg, ul.Fucik, 15), e-mail: culture96@bk.ru

The article investigates the influence of socio-cultural environment of the educational institutions in the formation of attitudes and outlook of the young man, his value orientations, attitudes and behaviors in the corporate culture of young professionals. Based on the experience of the St. Petersburg Humanitarian University of Trade Unions to organize socio-cultural environment, the role and importance of social and educational functions of the corporate culture of the student community in the socio-cultural environment of the university. Socio-cultural environment is understood as human living space, which has a strong teaching potential and can claim effective technologies and the impact on the consciousness and behavior of the individual as a result of the creative activity of the person. The studies showed that a specific role in pedagogization socio-cultural environment play a spiritual and moral referents, which create the «cultural tension» in which a person feels the fullness of being, knows himself through another person, expands the scope of real communication. Creating a spiritually rich environment promotes socialization and self-creativity, mastery of teenagers experience kulturosoobraznyh behavior, becoming «the cultural identity of the individual».