

Организация консультаций способствует более глубокому изучению предмета, значительно уменьшает списывание контрольных и курсовых работ, а главное улучшает успеваемость студентов-заочников.

*А. В. Бондарь, БГЭУ (Минск)*

### **АНАЛИЗ ФАКТОЛОГИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ КАК ФАКТОР АКТИВИЗАЦИИ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ**

Высшая школа призвана готовить студентов к активной, самостоятельной деятельности на протяжении всей их предстоящей жизни. Поэтому преподаватель должен выступать не только в качестве активного носителя и проводника знаний, нравственных принципов и норм поведения, но и в качестве субъекта научного анализа, вовлекающего в этот процесс студенческую аудиторию. Вне этого даже самые стройные и научно выведенные концепции и теории не найдут отклика среди обучающихся в плане их потребности в освоении окружающей действительности, а останутся на уровне формального запоминания на предмет сдачи экзаменов и зачетов. Такое положение вещей особенно важно учитывать при освоении курса экономической теории, поскольку она призвана дать студентам определенный набор экономических знаний, которые бы позволяли им осознанно ориентироваться в широком спектре экономических проблем. Методологические основы научного анализа дают им возможность улавливать смысл и внутреннюю взаимосвязанность окружающей экономической действительности. На этой основе они обретают возможность прояснить, систематизировать и критически оценивать то, что узнают из СМИ и других фактологических источников. Проникновение в тайны экономической теории открывает для учащихся широкое поле применения инструментов экономического анализа. Однако, чтобы реализовать эти возможности, они должны обрести навыки практического использования научно-экономического познавательного инструментария. Оптимальным этот процесс будет лишь при условии осуществления совместного с преподавателем анализа фактологического материала. В связи с этим овладение любой экономической концепцией следует коррелировать с методикой показа ее

практических возможностей. Студенты должны понять, что знание экономической теории необходимо для познания экономической действительности.

Способность студентов определять свое отношение к фактам и явлениям экономической жизни во многом зависит от правильной методики организации различных форм работы с фактологическим материалом. Действенным средством активизации познавательной деятельности обучающихся является технология подбора ими фактологических материалов, отражающих протекание социально-экономических процессов на различных уровнях хозяйствования, в рамках различных регионов и в целом в экономике Республики Беларусь. Анализ данных материалов позволяет студентам глубже проникнуть в суть рассматриваемых в лекциях и на семинарских занятиях вопросов, связать теоретические положения с явлениями конкретной экономики, ввести обучающихся в лабораторию научного исследования, показать различные аспекты становления и функционирования рыночной экономики, рассмотреть принципиальные пути разрешения имеющихся в этом процессе противоречий. При этом важно учитывать специфику отраслей народного хозяйства, в которых предстоит трудиться будущим выпускникам. Для чего весьма полезно рекомендовать им обратить внимание на данные социологических и конкретно-экономических исследований, проводимых сотрудниками кафедр в рамках государственной и договорной научно-исследовательской тематики и вовлекать их в ее выполнение. Это дает возможность студентам проследить динамику социально-экономических процессов, приобщить их к коллективному научному анализу явлений хозяйственной жизни, «оживить» семинары и письменные работы анализом реальных фактов экономической действительности. Привязка к проблемам хозяйствования в тех или иных отраслях народного хозяйства страны должна быть отражена в рабочих программах преподавателей, читающих курсы лекций на различных факультетах университета.

Осуществляемый обучающимися подбор и анализ фактологического материала выступает и как одна из форм контроля за процессом формирования у них научного экономического мышления. Умелое оперирование фактологическим материалом, иллюстрирующим теоретические положения или новые веяния в экономической жизни страны, является яркой характеристикой

активизации познавательной деятельности студентов, самостоятельного осмысления социально-экономических процессов во всем их многообразии и противоречивости, борьбы нового с отжившими стереотипами и догмами, утверждения и практического воплощения передовых идей рыночной трансформации национальной экономики.

В контексте реализации обучающе-исследовательского подхода при подготовке специалистов экономического профиля на конференциях, предшествующих проводимым семинарским занятиям, при подготовке рефератов, написании курсовых и дипломных работ следует рекомендовать студентам использовать материалы научно-практической деятельности кафедры. Параллельно следует обратить их внимание на наиболее интересные периодические издания, рубрики, результаты социологических и социально-экономических исследований, осуществляемых не только в стране, но и зарубежом. Весьма перспективным в этом плане является использование компьютерных базов данных, базы Интернета. Хорошая база данных научно-исследовательской деятельности кафедры, не только предоставляемая студентам, но и созданная при их непосредственном участии, дает дополнительные шансы для занятия высоких мест на республиканских конкурсах студенческих научных работ и повышения конкурентоспособности выпускников на рынке труда. Теоретические знания, опробованные и подтвержденные на практике, постепенно превращаются в убеждения, позволяющие сформировать активную жизненную позицию будущих специалистов экономического профиля.

***В.Ю. Шутилин, БГЭУ (Минск)***

#### **РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»**

Одним из важных направлений совершенствования подготовки специалистов является внедрение в образовательный процесс активных форм и методов обучения, стимулирующих проблемно-поисковое мышление студентов. Автором статьи наконец определен опыт проведения практических и лабораторных занятий по дисциплинам «Маркетинговые исследования» и «Исследо-