

Трансформация познавательной деятельности студентов в деловые качества экономиста-менеджера

Общепринятые принципы высшего образования, отфильтрованные многими столетиями работы европейских университетов, состоят в следующем:

профессор и студент ищут истину сообща;
теория и практика исследований всегда взаимодействуют;
нет единой концепции экономического образования в различных университетах даже одной страны.

Их не выбирают, им следуют, используя весьма разнообразный арсенал методов образования, который призван обеспечивать условия для получения знаний и формирования умений будущих специалистов. Речь идет о дуальной системе обучения. Дуальная система реализует принципы социального партнерства и представляет собой единство двух целей: заложить основы успешной карьеры менеджера и обеспечить страну специалистами.

Все теснее связи между познавательной деятельностью студентов и формированием их деловых качеств, между обучением и профессиональными шансами. В процессе трансформации наиболее сильные коэффициенты полезного действия имеют методы проектов, формирования целевых команд, самостоятельной работы отдельными подгруппами, деловые игры. При этом познавательная деятельность становится принципиально необходимой и предполагает увеличение межличностных коммуникаций преподаватель — студент, а также мобильное использование студенческого времени. Задача состоит в переходе от компетентности отдельных специалистов к компетентности экономических отношений, которая предполагает практическую приспособляемость в рамках профессии.

Мотивация познавательной деятельности студента неотделима от развития экономической педагогики. С увеличением рынка мест обучения возросла потребность в повышении квалификации преподавательских кадров, расширении мест прохождения их стажировок и соответствующем учебно-методическом обеспечении. Международная конференция по экономической педагогике (Берлин, 1996) обратила внимание на возрастание роли экономического образования в условиях социальной рыночной экономики, которая не может предотвратить безработицу и расслоение общества по доходам трудящихся, но обязана ориентировать инвестиции в интеллектуальный потенциал страны. На конференции, в частности, отмечалось, что вклад ректората в качество подготовки студентов составляет порядка 10 %, а всего педагогического персонала не превышает 60 %. Остальные — вклад самих студентов. Задача состоит в обеспечении условий для реализации их возможностей, создании инфраструктуры учебного процесса и особенно самостоятельной работы по схемам преподаватель — студент — преподава-

тель, учебный процесс — самостоятельная работа — познавательная деятельность.

Исследования потенциала управленческих кадров предприятий Республики Беларусь показывают, что наибольшие проблемы существуют с формированием и развитием деловых качеств менеджера, в основе которых:

- умение быть лидером нововведений;
- умение создать эффективную команду;
- знания основ управления людьми в организации;
- знания особенностей труда экономиста-менеджера в условиях неопределенности и риска.

Ориентация познавательной деятельности студентов, их творческой активности в процессе самостоятельной работы будет способствовать в дальнейшем получению и сохранению за ними рабочих мест.

Е.В. Демченко, доцент
(Белорусский государственный экономический университет)

Использование ситуационных задач при проведении семинарских занятий по курсу "Маркетинг"

Переход к новым технологиям обучения предполагает для студентов прежде всего овладение и оперирование информацией при проведении дискуссий. Основным направлением при этом является приближение к условиям реальной хозяйственной деятельности. Наиболее эффективны в этом плане ситуационные задачи и деловые игры. Они предполагают имитацию ситуации, возникающей на практике с последующим принятием управленческого решения. Ситуационные задачи — это упрощенный вариант деловой игры. Как правило, они базируются на фактических материалах, сопровождаются исторической справкой. Ситуационная задача должна быть привлекательна и интересна по форме и содержанию, включать элементы новизны, постановку проблемы. Информация, которая содержится в задаче, определяет направленность маркетинговых исследований. Обычно анализируются емкость рынка, его деление на сегменты, ценовая, товарная политика, товары-аналоги, информация о деятельности конкурентов, каналах сбыта, системе коммуникаций. Источниками информации при составлении ситуационной задачи может служить как общеэкономическая и региональная, так и специфическая отраслевая литература. Целесообразно использовать материалы различных семинаров, рекламных проспектов, выставок, периодических или специальных изданий всех уровней, статистических сборников, коммерческих обзоров и т.д.

Задача преподавателя состоит в том, чтобы правильно организовать и проконтролировать процесс решения ситуационной задачи. Для