

В.Н. Паращенко, А.Я. Конончук
БГЭУ (Минск)

ПЛАНИРОВАНИЕ И ВЫПОЛНЕНИЕ КУРСОВЫХ И ДИПЛОМНЫХ РАБОТ КАК ФАКТОРЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

За время обучения в университете каждый студент выполняет 5–7 курсовых и одну дипломную работу. Поэтому с начала написания курсовых работ важно научить студента самостоятельно добывать информацию, анализировать ее и придти к определенным выводам, что является решающей предпосылкой выполнения дипломной работы на требуемом университетском уровне.

Для студентов-заочников важно, чтобы каждая курсовая и дипломная работа была привязана к конкретному объекту, обычно к той организации или предприятию, где работает студент. Для преемственности тематики выполняемых курсовых работ необходимо уже с первого курса производить закрепление конкретных студентов за конкретными преподавателями выпускающей кафедры, которые помогут ориентировать студента в выборе тем курсовых работ.

Идеальным вариантом был бы такой, чтобы студент самостоятельно выбирал темы курсовых работ и разрабатывал планы их выполнения. Если на первых курсах сделать это довольно трудно, то на последующих вполне возможно. Самостоятельность проработки тематики курсовых работ приведет студента к осознанию того факта, что знания и навыки нужны, прежде всего, ему самому.

Это значит, что выполняемые курсовые работы, в конечном счете, должны быть направлены на подготовку специалиста определенного профиля, умеющего получать и анализировать теоретический и практический материал, увязывать вопросы теории с практикой хозяйствования, делать обобщения, направленные на улучшение производства, совершенствование структуры ассортимента и улучшение качества товаров, а также экономических показателей хозяйствования.

Если первые курсовые работы могут быть выполнены на основе теоретических знаний, использовании литературных источников и некоторых фактических данных работы предприятия, то в дальнейшем требуются новые навыки, приобрести которые можно только на основе специальных исследований. Так выяснить предпочтения потребителей можно на основе социологических обследований. Проводить их лучше

всего путем опросов, для которых необходимы анкеты. Их разработка является определяющим фактором получения достоверных результатов. Обычно преподаватель ставит перед студентом цель проведения опроса и результаты, которые необходимо получить. Студент разрабатывает анкету, однако она обычно уточняется преподавателем вместе со студентом.

Как правило, в результате опроса выявляются показатели качества товаров, предопределившие их покупку, повреждения приобретенных товаров во время эксплуатации и вызывающие повреждения причины. Оказывается, что одни и те же показатели качества, предопределившие покупку товара, имеют неодинаковое значение для разных групп потребителей. Особенно это касается одежды, обуви, мебели и кожгалантерейных товаров. Так, для молодых людей ведущим показателем качества при покупке является соответствие моде, а для пожилых – удобство пользования.

Получаемая информация важна, прежде всего, для изготовителей, так как позволяет вырабатывать товары, отвечающие требованиям покупателей.

Не менее важна она и для работников торговли, которые могут закупать товары с такими показателями качества, которые в большей мере отвечают запросам потребителей.

Студент самостоятельно проводит опросы потребителей, затем обрабатывает анкеты на ПЭВМ и анализирует полученные результаты. Переписать такую информацию из литературных источников невозможно.

Н.Ю. Черник
БГЭУ (Минск)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФОРМ И МЕТОДОВ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИН СТУДЕНТАМ СПЕЦИАЛЬНОСТИ “МАРКЕТИНГ” ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Подготовка специалистов-маркетологов предполагает развитие творческих способностей и формирование определенного мышления у студентов. Этот факт определяет целесообразность и необходимость широкого использования в учебном процессе деловых игр и ситуационных задач – “кейсов” (от англ. “case” – ситуация, случай), распространенных в процессе обучения на Западе.

Метод “кейсов” – это вид обучения принятию решений с