

Лопанова Елена Николаевна,

преподаватель

ГБПОУ ПК № 50,

г. Москва

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО КОЛЛЕДЖА

На современном этапе важнейшей целью системы профессионального образования в целом и системы среднего профессионального образования (СПО), в частности, является подготовка компетентных, творчески мыслящих, конкурентоспособных специалистов, способных адаптироваться к изменяющимся экономическим условиям, оперативно реагировать на требования рынка труда, ориентироваться в потоках информации, готовых к дальнейшему непрерывному профессиональному саморазвитию и самореализации. В Концепции Федеральной целевой программы развития образования подчеркивается необходимость создания организационно-педагогических условий формирования конкурентоспособной личности нового поколения, ее социально-профессиональной культуры и профессиональной направленности, а также переориентации образовательного процесса на новые условия жизни и образовательные запросы личности, общества и государства. Для достижения этой комплексной цели важное значение имеет экономическая подготовка студентов, формирование их экономической компетенции, включающей наряду с теоретическими знаниями и практическими умениями профессионально значимые качества личности, а также ее способность и готовностью реализовывать их на практике.

Согласно компетентностному подходу, подробному рассмотрению которого посвящены труды многих отечественных ученых (В.И. Байденко, И.А. Зимняя, А.К. Маркова, В.А. Сластенин, А.В. Хуторской и др.), профессиональная компетентность представляет собой интегративную профессионально-личностную характеристику специалиста, выражающую его готовность и способность выполнять профессиональные функции. В структуре профессиональной компетентности выделяют ряд компетенций: общих

(универсальных, ключевых, непрофессиональных) и предметно-специализированных (профессиональных).

Необходима активизация учебно-исследовательской работы студентов, кружковой работы оптимизация производственной практики, подготовка дипломных проектов и работ для реального сектора экономики с рекомендациями к внедрению. В том случае подготовка будущих менеджеров не сводится главным образом к передаче и усвоению информации, в учебно-профессиональной деятельности моделируются целостные фрагменты производства, их предметно-технологическое и социально-ролевое содержание. Студенты учатся выполнять действия и совершать поступки, соответствующие нормам собственно профессиональных и социальных отношений специалистов, вступающих в процессе труда в межличностное взаимодействие и общение. Так, постепенно будущие менеджеры овладевают реальным профессиональным опытом, получая возможности естественного вхождения в профессию.

В этой связи на первый план в учебном процессе колледжа должны выйти такие методы обучения, как деловые игры, метод проектов, кейс-анализ, Функционально-стоимостный анализ, «мозговой штурм», морфологический анализ, метод Дельфи и др. Необходимо рассмотреть в общем виде их сущность и специфику применения в процессе подготовки менеджеров.

Деловая игра – это метод имитации принятия управленческих или производственных решений в искусственно смоделированных ситуациях, осуществляемый по заданным правилам. Имитационное моделирование реальных условий профессиональной деятельности специалиста, как правило, предполагающих наличие одной или нескольких проблемных ситуаций, позволяет представить во всем многообразии служебные, социальные и личностные связи. Особенно эффективен данный метод при условии совместной деятельности студентов. От преподавателя требуется основательная предварительная подготовка: выбор и характеристика ролей, определение полномочий участников, интересов и средств деятельности выявление и моделирование наиболее характерных видов профессионального взаимодействия «должностных» лиц и т.д.

Четко организованная, конструктивная дискуссия с максимальным участием всех играющих способна породить поистине творческую работу.

Значение деловых игр в процессе подготовки менеджеров трудно переоценить, поскольку этот метод не только активно «погружает» студентов в будущую профессиональную деятельность, но и способствует формированию познавательных и профессиональных мотивов, а также умений и навыков социального взаимодействия и общения, творческой деятельности, индивидуального и совместного принятия решений; воспитанию ответственного отношения к делу, уважения к социальным ценностям и установкам коллектива и общества в целом.

Одним из наиболее ярких примеров применения деловых игр при обучении менеджеров является ребрендинг (англ. rebranding) – комплекс мероприятий по изменению бренда, либо его составляющих (название логотипа, визуальное оформление бренда с изменением позиционирования, изменение целостной идеологии бренда). Удачный ребрендинг позволяет компании выйти на новый уровень развития, привлечь внимание новых клиентов и увеличить лояльность существующих. В деловой игре можно смоделировать все основные этапы ребрендинга (обеспечив при этом активное участие всех студентов и поощряя их творческую инициативу):

- маркетинговый аудит. Основная цель понять, насколько потребитель знает бренд, лояльно ли к нему относится, какие барьеры существуют для восприятия бренда; оценить его имидж для различных целевых аудиторий; выявить слабые и сильные стороны, конкурентные преимущества. На основании маркетингового исследования принимается решение о том, нуждается ли бренд в репозиционировании;

- репозиционирование бренда – изменение его основных характеристик и закрепление их в сознании целевых аудиторий;

- рестайлинг визуальных атрибутов бренда – изменение цвета логотипа и других визуальных атрибутов, сопровождающих бренд, в соответствии с новым позиционированием и новыми характеристиками бренда;

- внутренняя и внешняя коммуникация – ознакомление сотрудников, потребителей, конкурентов и так далее с новыми характеристиками разработанного бренда (реклама).

Огромным дидактическим потенциалом для подготовки будущих менеджеров также обладает метод проектов как способ достижения педагогической цели через детальную разработку научной или практической проблемы, которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым результатом. Это – совокупность действий студентов в их определенной последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, личностью значимой для обучающихся и оформленной в виде некоего конечного продукта.

Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении обучающимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего *интеграции* знаний из различных предметных областей. В этом заключаются колоссальные возможности для формирования конкретных профессиональных компетенций будущих специалистов, развития их творческого мышления. Более того, сам метод проектов носит интегральный характер, объединяя в себя различные исследовательские, поисковые, проблемные методы, творческие по своей сути. Преподавателю в рамках проекта отводится роль разработчика, координатора, эксперта, консультанта. Например, при подготовке менеджеров метод проектов может успешно применяться для разработки студентами бизнес-планов конкретных предприятий или организаций.

В процессе преподавания экономических дисциплин активно используется метод «кейс-анализ» – анализ, проведенный студентами, объединенными в подгруппы, реальной или гипотетической ситуации и разработка критериев решения проблем и программы действий. Анализ ситуации предполагает выделение не столько фактов, сколько признаков проблемы и ее факторов. Залогом проблемности является самостоятельная выработка обучающимися собственных предположений. В организационном отношении важную роль играют студенты, выполняющие функции

«менеджеров» и «критиков» (которым преподаватель передает часть своих полномочий). Тем самым снимается дистанция между организатором учебного процесса и студентами, взаимодействие между самими обучающимися благоприятно сказывается на творческом характере решения проблемы. Этот метод применяется в сочетании с моделированием и прогнозированием экономических процессов, концептуализацией опыта.

Функционально-стоимостный анализ представляет собой метод технико-экономического исследования технических объектов, оптимизирующий соотношение между их потребительскими свойствами и затратами на обеспечение этих свойств. Суть метода заключается в рассмотрении объекта с точки зрения выполняемого им комплекса функций и требований потребителя. Этот метод способствует повышению экономической эффективности использования материальных и трудовых ресурсов, снижению непродуктивных расходов.

Метод «мозгового штурма» включает в себя следующие основные этапы: подготовка, генерация анализ и оценка идей. Для решения какой либо проблемы (например, экологической, инженерной или маркетинговой), как правило, создается две группы участников (по 7... 10 чел.): «генераторы идей» будут предлагать мысли, понятия, а «эксперты» – заниматься их анализом. Работу групп организует ведущий, задача которого – сформулировать проблемы, вопросы, распределить участников по группам, обеспечить фиксацию идей.

Главным условием является «разведение» во времени процессов выдвижения гипотез и их оценки. Это позволяет студентам свободно обсуждать проблему, высказывать как можно больше идей в непринужденной, неформальной обстановке. Даже если это будут, на первый взгляд, нереальные предложения, главное, чтобы студенты – будущие менеджеры – смогли абстрагироваться от сложившихся стереотипов, поверить в свои возможности, начать мыслить нестандартно и не бояться при этом, что их предложения будут категорически отвергнуты.

Метод морфологического анализа уже завоевал популярность во многих сферах производства и науки, в том числе может успешно применяться в маркетинге. Для исследуемой системы выделяют несколько характерных морфологических признаков, по каждому из которых составляют список его возможных конкретных альтернатив. Их располагают в форме таблицы, называемой морфологическим ящиком, или матрицей, и перебором сочетания вариантов выделенных признаков выявляют новые решения задачи. С помощью метода морфологического анализа будущие менеджеры учатся комбинировать возможные элементы решения творческих задач в бизнесе.

Метод Дельфи помогает выбрать из предлагаемой серии альтернатив лучшую. Он применим практически в любой ситуации, требующей прогнозирования спроса, конкуренции, положения фирмы и продукта на рынке и т.д. Например, выявлено пять причин снижения спроса на какой-либо вид услуг. Какую следует назвать главной и устранять в первую очередь? Для удобства подсчета делают специальную таблицу. Участники обсуждения сначала ранжируют все причины по степени важности. На первое место каждый ставит ту альтернативу, которую считает самой главной, а на пятое – второстепенную. Затем каждая альтернатива оценивается по 10-балльной системе в зависимости от издержек, связанных с той или иной причиной снижения спроса. При этом за высший балл принимается 1, а за низший – 10. На третьем этапе оба результата по каждой альтернативе перемножают и находят сумму произведений. Наименьшая сумма укажет на причину, которую надо устранять в первую очередь. Метод Дельфи особенно эффективен, когда участники обсуждения – компетентные в своей сфере эксперты, но, тем не менее, положительно зарекомендовал себя в учебном процессе колледжа на старших курсах.

Выводы

Технология контекстного обучения позволяет с помощью системы адекватных форм и методов моделировать учебно-профессиональную деятельность студентов колледжа, способствуя их успешному приобщению к будущей профессии. При этом происходит трансформация потребностей

студентов, их мотивов, целей, предметных действий и поступков, средств, предмета и результатов учения. Наибольший эффект применения данной технологии в учреждениях СПО достигается при использовании интегрированного, межпредметного содержания, целостно отражающего системность профессиональной деятельности или конкретную профессиональную компетенцию (хотя контекстным может быть обучение и в рамках отдельной учебной дисциплины).

Для более полной реализации идеи моделирования профессиональной деятельности в работе со студентами одним из важнейших условий является освоение преподавателями колледжа навыков педагогического моделирования, в связи с чем актуальной задачей на перспективу становится их обучение проектированию и моделированию социально-педагогических процессов образовательного учреждения с обязательным формированием практических навыков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Байденко В.И. Выявление состава компетенций выпускников вузов как необходимый этап проектирования ГОС ВПО: методич. пособие / В.И. Байденко. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2014. – 72 с.*
- 2. Зимняя И.А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата современного образования / И. А. Зимняя // Интернет-журнал «Эйдос». – 2006. – 5 мая. – Режим доступа: [http://www.eidos.ru/journal/2006/0505 .htm](http://www.eidos.ru/journal/2006/0505.htm).*
- 3. Вербицкий А.А. Новая образовательная парадигма и контекстное обучение: монография / А.А. Вербицкий. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 1999. – 75 с.*
- 4. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования: учеб. пособие / Е.С. Полат, М.Ю. Бухаркина. – М.: Издат. центр «Академия», 2007. – 365 с.*
- 5. Меерович М.И. Технология творческого мышления: практич. пособие / М.И. Меерович, Л.И. Шрагина. – Минск: Харвест, 2003. – 432 с.*