

Ефективним засобом стимулювання студентів до використання іноземної мови в ситуаціях ділового міжкультурного спілкування є організація та проведення презентацій, які забезпечують навчання у взаємодії, сприяють розвитку особистісних і професійно значущих якостей студентів, а також формують лінгвосоціокультурну компетенцію.

Розвиток умінь міжкультурного спілкування повинен здійснюватися й під час навчання студентів писемного мовлення. Згідно вимог освітньо-кваліфікаційних характеристик бакалавра студенти повинні вміти заповнювати документацію, писати різноманітні листи, вести конспекти і записи, укладати контракти, готувати доповіді, тобто спілкуватись у письмовій формі зі своїми діловими партнерами.

Ще одним видом писемної комунікації, яка повинна враховувати міжкультурні відмінності, є написання доповідей або рефератів на основі опрацювання автентичних фахових текстів. Оволодіння цими вміннями дозволить майбутнім економістам підготуватися до позанавчальної діяльності, такої як, наприклад, студентська наукова конференція, де вимагається підготувати доповідь за результатами своєї навчально-дослідної діяльності. Участь студентів у конференції сприятиме тому, що вони зможуть ефективно вступати в міжкультурне спілкування із зарубіжними діловими партнерами, у них сформується загальнонауковий світогляд, розшириться діапазон знань про предмет свого дослідження, вони зможуть задовольнити свої пізнавальні інтереси.

Таким чином, для забезпечення умінь міжкультурного спілкування в усній чи письмовій формі студенти повинні мати знання про основи вербальної комунікації у діловому середовищі, знати тонкощі формальних і неформальних стосунків, розуміти й дотримуватись певних традицій, притаманних діловим людям.

*Солодковський Ю. М., доц.,
Солодковська Г. В., ст. викладач,
кафедри міжнародної торгівлі*

АУДИТОРНА РОБОТА ЯК ПОТОЧНИЙ ДВОСТОРОННІЙ КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС

В останні роки ринок освітніх послуг України переживає значні зміни зумовлені багатьма факторами, зокрема для закладів, які надають послуги університетської освіти помітно зросла кон-

куренція з боку іноземних ВНЗ і підвищились вимоги безпосередніх споживачів, студентів і їх батьків, щодо якості пропонованих послуг. Одночасно відбувається трансформація національної системи освіти, яка безперечно посилить конкуренцію між українськими освітніми закладами, особливо тими, які готують фахівців у галузі економічної науки. В даному випадку вдосконалюючи існуючий освітній продукт треба перш за все враховувати зміни у поведінці споживачів, визначати найважливіші для них аспекти якості освітніх послуг, вчасно та адекватно реагувати на зміни кон'юнктури ринку. Важливим аспектом тут має стати формування та використання ефективної інформаційної системи освітнього закладу.

Оскільки освітня послуга є нематеріальним товаром, то й оцінювання її якості багато в чому є суб'єктивним процесом, а отже в значній мірі залежить від вподобань споживача. Саме тому інформаційна система освітнього закладу має приділяти багато уваги підтриманню належного рівня забезпечення внутрішньою інформацією. Одним з найбільш важливих джерел інформації щодо якості освітніх послуг є її безпосередній споживач — студент. Причому, оскільки загальний освітній продукт, пропонований університетом студенту включає певну сукупність дисциплін бакалаврського та магістерського рівня, отримання такої інформації доцільно проводити як на загальноуніверситетському, так і на дисциплінарному рівні. Доцільно пропонувати студентам виразити свої враження як від наповнення конкретних дисциплін так і від окремих семестрів і курсів. Головною вимогою до використання таких відгуків має стати їх конструктивний характер, оскільки практично доведено що частка обґрунтованих відгуків становить приблизно 20—30 % від загальної кількості.

Практика використання такого інструменту під час проведення тренінгу «Проведення міждержавних торговельних переговорів» у рамках магістерської програми «Міжнародна торгівля» значно посприяла вдосконаленню механізму проведення тренінгу (збільшено кількість днів, введено нові елементи у лекційний і практичний матеріали) та дала змогу зрозуміти очікування студентів від такого виду аудиторної роботи. Використання такого механізму підтримання зв'язку між викладачем і студентом протягом семестру має носити більш анонімний характер, тоді як по закінченню курсу можна організувати дискусію щодо можливих напрямів удосконалення наповнення дисципліни з урахуванням побажань студентів. Відкрита дискусія дасть змогу виявити найбільш проблематичні місця дисципліни та відшукати можливі

шляхи вирішення таких проблем, зокрема через використання мозкового штурму.

Можливість студента висловити свої думки з приводу тієї чи іншої дисципліни, принципу оцінювання знань студентів має переміститись з неформальної площини Інтернет-блогів і форумів до більш конкретних форм вираження для створення ефективного комунікаційного процесу між викладачем і студентом.

Столярчук Я. М., д-р. екон. наук,
професор кафедри міжнародної економіки

НОВИЙ ФОРМАТ АУДИТОРНОЇ РОБОТИ В СИСТЕМІ БІЗНЕС-ОСВІТИ КНЕУ

Сучасний етап модернізації системи вищої освіти в Україні та її повноцінна інтеграція у світовий ринок освітніх послуг передбачають, серед інших завдань, суттєву диверсифікацію національної бізнес-освіти на функціонально-організаційному рівні. І це не випадково, оскільки саме вона покликана готувати висококваліфіковані управлінські кадри для усіх сфер вітчизняного бізнесу, які б володіли достатнім потенціалом професійних знань і навичок, а також були б здатні оперативно реагувати на всі зміни бізнес-середовища та здійснювати ефективне управління фінансово-господарською діяльністю підприємств.

Базуючись на досягненнях світової науки і практики менеджменту, вітчизняна бізнес-освіта є найдинамічнішим сегментом вітчизняного ринку освітніх послуг. Її специфікою є, насамперед, «дорослий» контингент слухачів, які характеризуються наявністю професійного досвіду, самостійним прийняттям рішення щодо продовження своєї освіти, високою мотивацією до отримання знань, а також стремлінням негайно застосовувати одержані знання, вміння та навички у практичній діяльності. Тож ядром бізнес-освіти є навчання практикою, що дозволяє студентам ефективно апробувати у змодельованому бізнес-середовищі усі здобуті професійні компетенції.

Важливу роль у досягненні цієї стратегічної мети відіграє запровадження з нового навчального року в Центрі магістерської підготовки КНЕУ нового формату аудиторної роботи — так званих контактних занять. Їх головною перевагою, порівняно з тра-