

ся шляхом відвідування студентами разом з викладачем біржі, де є можливість аналізу конкретної біржової ситуації на підставі узагальнення та систематизації знань та розробки конкретного рішення.

Таким чином, можна зробити висновки:

1. Практична складова в навчанні не повинна бути самоціллю, а складовою в органічному поєднанні інших складових освітнього процесу. В цьому контексті важливим є роль лекційних занять, оскільки вони відкривають дорогу до самостійної роботи. Студенти повинні відчувати єдність лекційного матеріалу та практичних завдань.

2. Практичні завдання повинні максимально наближатися до конкретної життєвої ситуації. Студент повинен постійно відчувати тиск на нього його «спеціальності».

3. Завдання повинні відповідати змісту не тільки робочої програми, а й змісту навчальних планів з урахуванням особливостей загальнофакультетського навчального процесу.

*Л. А. Петренко*, асистент,  
кафедра економіки підприємств

## **ДОСВІД ПІДГОТОВКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГУ СЕРЕД СТУДЕНТІВ МАГІСТЕРСЬКИХ ПРОГРАМ «МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ» ТА «ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

Метою проведення тренінгу серед студентів магістерських програм «Менеджмент підприємницької діяльності» та «Інвестиційний менеджмент» є розвиток навичок прийняття управлінських рішень в умовах, які моделюють дійсність. Завданнями тренінгу є відпрацювання навичок практичного застосування теоретичного матеріалу і розвиток навичок індивідуальної роботи та співтворчості в колективі, дискусії і презентації.

Розкриваючи більш глибоко цілі проведення тренінгу, можна відзначити:

1) тренінг покликаний перевірити засвоєні теоретичні знання через:

— ефективність, з точки зору теорії, шляху отримання кінцевого результату;

— оптимальність набору використовуваного методологічного інструментарію;

— аргументованість, адекватне теоретичне пояснення практично отриманих результатів;

2) вміння працювати над практичним розв'язанням проблеми знаходять свій прояв у:

— поведінкової єдності, узгодженості дій команди як у процесі вирішення проблеми, так і при презентації отриманих результатів;

— несуперечності самих результатів, однозначності (компромісності) їх як у рамках відповідей членів однієї команди, так і при підведенні загальних підсумків всіма задіяними в тренінгу командами.

Навчальні завдання побудовані таким чином, щоб, крім власне відповіді на запитання тренінгового завдання, студент-магістр мав вирішити низку методичних питань, які прикладаються до кожного кейсу як типова пам'ятка і включають:

### **1) питання цілей аналізу:**

— що є метою оцінки? Яку глибину повинні мати висновки з аналізу? (Підтвердження, констатація прийнятності основних показників роботи підприємства? Чи визначення наявних і потенційно проблемних зон? Чи розробка конкретних заходів по покращенню функціонування підприємства?);

— хто є замовником? Як потрібно позиціонуватись аналітику? (Власники підприємства, вірогідні кредитори, державні органи, потенційні інвестори чи покупці, контрагенти по бізнесу тощо.);

— які вимоги ставляться до оформлення і засобів презентації результатів аналізу? (Про результати має бути повідомлено усно віч-на-віч з замовником? Чи вони мають бути викладені письмово? А, можливо, необхідною є публічна презентація результатів аналізу?);

### **2) питання засобів аналізу:**

— які наявні джерела інформації можна використати? Як, у разі необхідності, отримати додаткову інформацію? Які джерела використовувати не доцільно? (Первинні і вторинні джерела, основні форми бухгалтерської і статистичної звітності, інформація мас-медіа, наукова та технічна інформація, аналітичні бізнес-прогнози, плітки тощо);

— якими методами слід скористатись у ході аналізу інформації для досягнення поставлених цілей? Наскільки широким має бути діапазон використовуваних у роботі методів? Чи є ак-

туальним питання моделювання власної системи показників, знаходження власного алгоритму аналізу? (Вертикальний і горизонтальний аналіз балансу, метод коефіцієнтів, факторний аналіз і використання індексного методу; технологія побудови власного алгоритму аналізу в разі вирішення нетипової проблеми тощо);

— чи є принципові вимоги з боку замовника до рівня професійності (статусності, акредитації) задіяних у роботі аналітиків? Наскільки складною є методика аналізу з точки зору її засвоєння/термінового вивчення? Наскільки широким має бути спектр компетенцій аналітиків-членів однієї команди і як це вплине на розмір команди?;

— які вимоги до технічного оснащення процесу аналізу? Чи є вони принциповими (чи бажаними)? Як співвідносяться вимоги до технічних засобів (скажімо, засобів презентації отриманих результатів і рекомендацій) з можливостями методологічного інструментарію щодо виконання конкретного завдання?

### **3) питання часу і місця проведення аналізу:**

— наскільки терміновим є проведення аналізу? Як означена терміновість узгоджується з питанням наявності/надходження інформації? Як час, відведений на аналіз, впливатиме на оптимальний вибір методичного інструментарію конкретного дослідження? Як наявність часу узгоджується з можливістю виконання вимог, що пред'являються до дослідження? Чи потрібне переформулювання, з огляду на брак/достатність/надлишок часу, цілей і засобів аналізу? Тощо;

— до якого типу належить аналітичне дослідження (воно є одноразовим чи періодично повторюваним)? Які вимоги слід ставити до унікальних та періодичних видів аналізу і що сприяє найефективнішому проведенню кожного з зазначених видів?

— місце проведення аналізу: чи являється воно суттєвим фактором результативності висновків? Питання безпеки і охорони конфіденційності інформації: як воно впливає на процедуру і результати аналізу?

У ході проведення тренінгу великої уваги, як свідчить наш досвід, потребує підтримання дискусії шляхом постановки конфліктних проблемних питань і скеровування процесу обговорення в правильне русло та застосування різноманітних засобів контролю, а особливо — делегування частки повноважень з контролю самій групі, обраним нею експертам.