

О. І. Пестрецова, канд. екон. наук, доцент
кафедри міжнародної економіки

ТЕХНІКИ НЕЙРОЛІНГВІСТИЧНОГО ПРОГРАМУВАННЯ ЯК МЕТОД АКТИВІЗАЦІЇ ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»

Методика викладання дисципліни «Міжнародна економіка», виходячи з її важливості та об'єктивної цікавості для студентів є найбільш сприятливою для використання в лекційних заняттях поряд із традиційними підходами (структурована подача матеріалу, використання дошки та слайдів) активних методик навчання. Деякі обмеження, які існують, в більшості стосуються не конкретної тематики, а організації навчального простору, кількості студентів у групі, часу та тривалості проведення занять і, таким чином, мають відношення не тільки до дисципліни «Міжнародна економіка», а і в цілому до адекватності активних методик організації навчального процесу в університеті.

Нейролінгвістичне програмування (НЛП) базується на принципах відносно нової науки — нейролінгвістиці, що вивчає зв'язок роботи мозку зі словесними засобами кодування досвіду людини і заснована американськими вченими (Ричард Бендлер — математик та Джон Гриндер — лінгвіст). На початку 70-х років ХХ ст. ними було проаналізовано діяльність найбільш відомих на той час комунікаторів і психотерапевтів з метою вивчення їх світогляду, несвідомих вербальних та невербальних стратегій, стилей мислення. Таким чином змодельовавши діяльність, яка досягла досконалості, ними доведена можливість її адаптації для інших ситуацій та у виконанні різними суб'єктами, для підвищення своєї майстерності. Поширення принципів НЛП та відповідних методик у бізнесі, рекламі, техніках продаж, зв'язках з громадськістю та навчанні зумовлено доведеною на практиці можливістю управління реакцією людей, їх сприйняття та дій.

Використання технік НЛП у навчальному процесі, з одного боку, об'єктивна реальність (будь-який викладач їх застосовує), а з іншого — для підвищення ефективності викладання дисципліни, посилення якості впливу думки викладача у спілкуванні зі студентами необхідним стає розвиток навичок на свідомому рівні. Методи НЛП, такі як «підстроювання» під

особливості внутрішнього досвіду співрозмовника, постановка цілей, моделювання стратегій досягнення успіху допомагають підвищити якість навчального процесу в цілому та комунікації викладача із студентами безпосередньо, оскільки висвітлюють мотивацію навчання і можливі межі впливу для її посилення, визначення та оцінка результатів навчання та отримання зворотного зв'язку, а також утримує студентів у центрі навчального процесу та допомагає виробити для них стратегії досягнення цілей.

Деякі методичні підходи, які можливо використовувати при викладанні дисципліни «Міжнародна економіка».

1. Прив'язка до термінології та понять, які було введено у попередніх питаннях або темах. Наприклад: На початку — «Немає жодного суб'єкта міжнародних економічних відносин, який би діяв як замкнута система: Ми вже знаємо, що суб'єктами міжнародної економіки є: (пауза)»...

2. Звертання до аудиторії з відкритим запитанням. Наприклад: «Чим відрізняються економічні відносини, які відбуваються всередині країни, від економічних відносин, які відбуваються за її межами?» Досвід показує, що студенти називають різноманітні фактори середовища, які записуються на дошці для подальшого використання.

3. Використання знань та лексики студентів. Наприклад, ті фактори, які студенти називають у відповіді на запитання, яке приведено у п. 2, використовуються в подальшому при викладанні питань політичного (і т. ін.) середовища, формулюються словами та фразами, що використовують студенти, звертаючи увагу, в яку комірку системи вкладається те, що вони знають.

4. Приклади з життя. Наприклад, зв'язок політики та економіки у МЄВ.

5. Приклади з поточного життя, те, що зараз обговорюється у ЗМІ та у побутових розмовах. Наприклад, значення культурного середовища у міжнародних економічних відносинах (Схід—Захід), або динамічне протиріччя факторів середовища (більша рухливість економічних факторів та інерційність соціально-культурних).

6. Структуроване порівняння. Наприклад, порівняння характеристик найбільших світових культур та позиціонування елементів української культури до них*.

* Приклад наведено із лекційного матеріалу Лук'яненка Д. Г.

США	Схід	Україна
Індивідуалізм	Пріоритети групи та співробітництво	?
Неформальність	Традиції та формалізм	?
Матеріалізм	Естетична сторона та духовність	?
Самоцінність часу	Нескінченність часу	?

В. П. Пилипчук, доцент

ТРЕНІНГ ЯК ФОРМА ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ

Визнаючи тренінг як сучасну форму підготовки фахівців з вищою освітою, що поєднує теоретичні та практичні знання, кафедра маркетингу КНЕУ взяла участь у створенні навчального підприємства. В роботі з його створення було задіяно ще ряд кафедр університету: стратегії підприємств, економіки підприємств, менеджменту, бухгалтерського обліку.

Проведена робота з моделювання роботи служби маркетингу, в яку входять заступник директора підприємства, завідувач складським господарством та експедитори.

Маркетингова діяльність здійснювалась, починаючи з етапу прийняття стратегічного рішення про створення нового підприємства по переробці сільгосппродукції і до етапу випуску та збуту готової продукції, такої як соки, напої, консервація, сушені та заморожені продукти харчування: всього близько 60 асортиментних позицій. Робота підприємства моделювалась по днях протягом поточного року і робився прогноз діяльності в наступному періоді.

Проводилось дослідження та діагностика існуючих ринків постачальників та споживачів відповідної продукції, вивчення потенційних конкурентів, а також, за комплексом маркетингу, — розробка товарної, цінової та розподільчої політики, політики просування. Планувались та вирішувались питання матеріально-технічного забезпечення виробничого процесу навчальної фірми, переробки, зберігання та транспортування вантажів, управління складським процесом і збутом готової продукції, її просуванням у ринок. Велика увага в процесі роботи приділялась встановленню контактів із партнерами, веденню переговорів та укладанню угод, їх виконанню. Важли-