

організаційних форм, що спрямовані на виконання самостійних завдань творчого дослідницького характеру.

*І. В. Шабаліна, асист.,
кафедра інформатики*

МОЖЛИВІ ПІДХОДИ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТВОРЧОЇ СКЛАДОВОЇ НАВЧАННЯ

Навіщо людина намагається отримати диплом саме економічного університету? «Мати можливість отримати гарну роботу» — найбільш популярна відповідь. Як багато серед студентів тих, хто відповідає — «мати можливість розпочати власну справу»?

Викладачі економічного університету, на мою думку, мають та можуть враховувати дві різні мотивації — мотивацію майбутнього роботодавця та майбутнього виконавця. Конкуренція на ринку праці та конкуренція на ринку товарів та послуг — різні речі. Конкуренція на ринку праці базується на більш формальних критеріях, у тому числі, престижності освіти та набутому досвіді. Конкуренція на ринку товарів та послуг є процесом більш творчим, а при входженні на розвинутий ринок безумовно вимагає, у першу чергу, творчого підходу до справи.

Шукаючи «гарну роботу» людина погоджується на те, що буде досягати чужої мети, але рано чи вчасно творча людина приймає виклики на себе — стає роботодавцем, тобто визначає мету та механізми її досягнення. Здатність творити притаманна кожній людині, але чи кожна людина наважиться зробити це «роботою»?

Як навчати майбутніх роботодавців? Економічний університет може запропонувати студенту розробку індивідуального проекту, який забезпечить потужний поштовх до самоосвіти. Питання змісту університетської освіти легше вирішувати коли виникає свідомий попит на знання (як теоретичні так і практичні).

Набуваючи базову економічну освіту, багато студентів із задоволенням будуть знайомитись з «дорослішим» економічним життям. Середовищем для застосування студентом набутих навичок та його «природних властивостей» можуть бути не тільки студентські конференції, але й так звані «інкубатори» підприємницької діяльності. Звісно, реалізація бізнес-проекту потребує фінансових ресурсів, але добре підготовлений проект може мати перспективу мікрокредитування.

Для початку можливо організувати конкурс бізнес-проектів з публікацією всіх пропозицій в електронній базі даних КНЕУ. На-

решті, сама база може стати об'єктом бізнес-проекту студентів ФІСіТ. Під цікавий проект можна набрати виконавців з числа студентів, бажаючих приймати участь у «чужому» проекті, або бажаючих стати партнерами. В проекті можуть брати участь студенти різних факультетів: юристи, менеджери, банківські працівники, чи студенти інших ВНЗ, наприклад майбутні інженери.

Успішні проекти пройдуть шлях до «економічної дійсності» (можливо саме вони стануть першим місцем роботи), решта залишиться «невдалим» досвідом, але досвідом; вчаться (переважно) на власних помилках. І позитивний, і негативний досвід може бути матеріалом для роздумів, для аналізу на семінарських заняттях, або індивідуального аналізу. Щонайменше, він ініціює запитання.

Цікавою може стати публікація всіх матеріалів, що подаються на студентські конференції, можливо у електронному виданні. Публічність (хоча б у внутрішньої комп'ютерної мережі КНЕУ) забезпечить оцінку творчої складової. Творчість не може бути оцінена на «відмінно», «добре» чи «задовільно». Сам факт публікації роботи (а вона повинна формально відповідати визначеним критеріям) є плюсом в багажі випускника економічного університету. Зміст (чи тема) публікації віддзеркалюють інтереси, мету навчання та професійну мету.

Публікація чи депонування в базі даних бізнес-проектів дає можливість потенційному роботодавцю чи майбутньому партнеру по бізнесу побачити динаміку професійного розвитку випускника КНЕУ. Практично це може виглядати так. Потенційний роботодавець звертається до бази даних КНЕУ за прізвищем випускника. Він отримає інформацію не тільки про успішність навчання, але і тексти доповідей, статті, інформацію про участь у бізнес-проектах тощо. Такий підхід не означає спроби формування «досьє» на студента, він надає студенту можливість заявити про себе, свої плани на майбутнє, про свої амбіції.

*О. Л. Шевченко, старш. викл.,
кафедра маркетингу*

ЗАСТОСУВАННЯ ТРЕНІНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ