

ПРАКТИЧНЕ ОПРАЦЮВАННЯ КРЕАТИВНОЇ ІДЕЇ НА ПІДСТАВІ МІЖДИСЦИПЛІНАРНИХ КОМПЕТЕНТНІСТНИХ ЗВ'ЯЗКІВ

Г.Ю. Попова, канд. екон. наук, доцент

Донбаська національна академія будівництва і архітектури, м. Краматорськ

Постіндустріальна економіка – «економіка знань» – вимагає від фахівців економічного спрямування вміння вирішувати виробничі завдання системно, комплексно. Необхідною умовою для цього є вміння мислити не категоріями окремих економічних дисциплін, а залучати інструментарій відразу декількох напрямків. Дж. М. Кейнс писав з цього приводу: «Економіст вищої проби повинен володіти рідкісним поєднанням безлічі здібностей. Він повинен володіти величезним обсягом знань в самих різних областях і поєднувати в собі таланти, які рідко поєднуються в одній особі» [1, с. 12]. Але в процесі навчання студент працює з кожною навчальною дисципліною окремо, і ситуації, в яких йому доводиться задіяти інструментарій відразу декількох курсів, обмежені. Зазначені проблеми знаходяться у центрі уваги багатьох дослідників [2-3 та ін.], але проблема поки що не отримала необхідної розробки.

Розглянемо цей процес на прикладі. Припустимо, що студентами розглядається ситуаційне завдання – кейс «Формування стратегії діяльності підприємства у конкурентному середовищі». Кейс містить вихідні параметри ситуації – опис підприємства, його фінансову звітність, довідкові дані (індивідуальні для кожного студента). Завдання: визначити галузеву специфіку підприємства, виконати аналіз тенденцій розвитку галузі, аналіз майнового стану підприємства, оцінити реальні активи, які характеризують можливості підприємства, його фінансову стійкість, платоспроможність та ліквідність. На підставі аналізу розробити та обґрунтувати стратегію діяльності підприємства у конкурентному середовищі.

Після виконання аналітичної частини завдання студент розробляє стратегії аналізованого підприємства. Саме на цьому етапі роботи відбувається продукування креативної ідеї, формування аргументаційної бази, обговорення різних аспектів впровадження стратегії, що пропонується для конкретного підприємства, дискусія, в процесі якої виникає конкуренція ідей. При цьому дуже важливі психологічні аспекти формування творчого середовища, дослідницького натхнення. Як показує досвід, ефективніша форма цього процесу – робота у малих групах під керівництвом викладача, який організовує творчу дискусію – обговорення ситуативних кейсів кожного студента. Кінцевим етапом роботи є пристосування креативної ідеї до практичних потреб бізнесу, оформлення та презентація результатів дослідження (при цьому студент використовує інструментарій практичного опрацювання ідеї).

Наступна частина дослідження – аргументаційна: студент має довести ефективність та доцільність запропонованих заходів. За результатами дослідження робиться доповідь із презентацією графічно-ілюстративного та фактичного матеріалу, який підтверджує правильність міркувань та висновків.

Узагальнимо методичне підґрунтя формування креативного мислення в процесі опрацювання кейсу «Формування стратегії діяльності підприємства у конкурентному середовищі» (рис. 1).

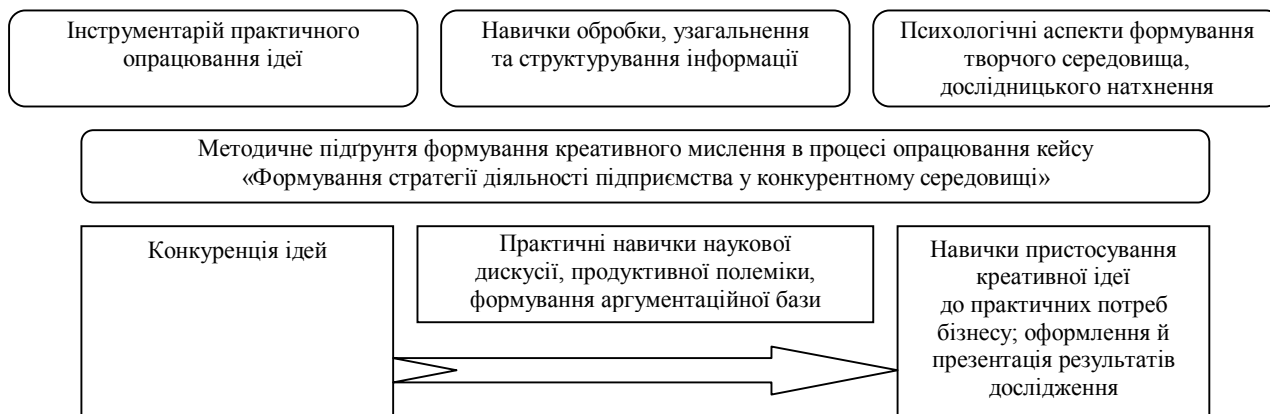


Рисунок 1. Методичне підґрунтя формування креативного мислення в процесі опрацювання кейсу «Формування стратегії діяльності підприємства у конкурентному середовищі»

На вищевикладеному прикладі можна відстежити, як формуються компетенції під час роботи з бізнес-кейсом – в результаті поєднання початкового особистого досвіду, знань, способів діяльності, вмій, навичок, особистісних цінностей та здатності їх застосування в процесі продуктивної діяльності стосовно кола предметів та процесів певної галузі економічної діяльності.

Перелік посилань:

1. Кейнс Дж. М. Т. 1. Вступительная статья. / Дж. М. Кейнс, А. Маршалл. – М. : Прогресс. – 2002. – С. 12.
2. Заблоцька О. С. Компетентнісний підхід як освітня інновація: порівняльний аналіз / О. С. Заблоцька // Вісник Житомирського державного університету. Серія : Педагогічні науки. – 2008. – Вип. 40. – С. 63-68.
3. Помінова І. І. Інституційна трансформація вищої освіти як траєкторія ефективної інтеграції в сучасну світову економіку / І. І. Помінова // Бізнес Інформ. – 2015. – № 1. – С. 34-39.

**ПРОБЛЕМИ ВИКЛАДАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ДИСЦИПЛІН
НА ТЕХНІЧНИХ ФАКУЛЬТЕТАХ УНІВЕРСИТЕТІВ**

С.П. Сударкіна, канд. екон. наук, професор

М.І. Ларка, канд. екон. наук, професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

У сучасних умовах глобалізації світової економіки та реальних перспектив європейської інтеграції України перед нашою країною постає ряд проблем та викликів, серед яких найбільш суттєвими, з нашої точки зору, є відновлення конкурентоспроможного промислового потенціалу країни, для чого, окрім значних обсягів інвестування в розвиток сучасних галузей промислового виробництва, потрібні сучасні висококваліфіковані спеціалісти: інженери, дослідники, економісти і т. ін. Цю категорію фахівців готують технічні університети згідно з їх профілем та спеціалізаціями окремих факультетів та кафедр. Невід'ємною частиною навчальних планів з підготовки таких фахівців є економічні дисципліни, до яких відносяться конкретні економіки окремих галузей промисловості та курс «Організації та маркетингу», які викладаються на 3-му та 4-му курсах. Але треба зазначити, що за останні роки, в результаті численних «модернізацій» навчальних планів підготовки бакалаврів з технічних спеціальностей, які розроблялись технічними випускаючими кафедрами та факультетами, обсяги викладання економічних дисциплін були дуже суттєво зменшені. Причому в такій мірі, що ці курси практично стали не навчальними, а оглядовими.

Так, в НТУ «ХПІ» у відповідності з сучасними навчальними планами підготовки бакалаврів з технічних спеціальностей і спеціалізацій на лекційні курси з навчальних дисциплін «Економіка галузі» та «Організація та маркетинг на підприємствах машино- та приладобудування» виділяється лише по 16 годин. До цього додається ще 16 годин практичних занять по кожному з курсів, а для курсу «Організація та маркетинг» передбачено ще і виконання розрахункового завдання. Завершується вивчення цих дисциплін прийняттям заліків.

З нашої точки зору таких обсягів аудиторних занять для вивчення фактично базових дисциплін для майбутніх фахівців реального сектору економіки явно недостатньо. Неможливо викладачеві пояснити, а студенту оволодіти базовими знаннями в області цих дисциплін при таких мізерних обсягах викладання. Сподівання на самостійне вивчення матеріалу в даному разі, коли мова йде про 3-й або навіть 4-й курс, не є продуктивними. Адже студенти на 3-му курсі, як правило, ще не мають достатнього уявлення про свою майбутню спеціальність і про ті функціональні обов'язки, які їм доведеться виконувати на реальному виробництві, і саме тому вони потребують хоча б на початку вивчення курсу фахових пояснень викладача стосовно не тільки самих понять щодо економічних категорій та процесів, а й головне – взаємозв'язків між ними, впливу зовнішніх та внутрішніх умов та обставин, суті процесів, які відбуваються на підприємстві і в навколишньому економічному середовищі.

Виходячи з цього, нам здається, що для підготовки якісного спеціаліста-організатора виробництва обсяг як лекційних, так і практичних занять необхідно, як мінімум, збільшити вдвоє, щоб заняття проводилися кожного тижня продовж всього семестру, тобто дві години лекційних і дві години практичних занять на тиждень. Розрахункове завдання в курсі «Організація та маркетинг» залишається. А в курсі «Економіка галузі» треба, як мінімум, передбачити розрахункове завдання, а краще курсову роботу з економічного обґрунтування проектних рішень. Це, в якійсь мірі, дозволить значно покращити якість економічної частини бакалаврських проектів, а потім і магістерських.