

Все вышеперечисленные работы составили портфолио студента-финансиста. Это позволяло объективно оценить навыки индивидуальной и кооперативной работы, что было важно для выставления итоговой отметки по данной учебной дисциплине, представления информации другим заинтересованным лицам, преподавателям, руководителям, работодателям.

Итак, модель креативного человека характеризуется уникальностью, неожиданностью результата, свободой слова и действий, гуманизмом.

Список использованных источников

1. *Каку, М.* Будущее разума : пер. с англ. / М. Каку. – 4-е изд. – М. : Альпина нон-фикшн, 2018. – 502 с.
2. *Сен, А.* Развитие как свобода : пер. с англ. / А. Сен ; под ред. и с послеслов. Р. М. Нуреева. – М. : Новое изд-во, 2004. – 432 с.
3. *Трофимов, Е. В.* Модели экономического и творческого человека / Е. В. Трофимов // Креативная экономика. – 2016. – Т. 10, № 6. – С. 629–634.
4. *Хвесеня, Н. П.* Университет в формирующейся инновационной экономике Республики Беларусь / Н. П. Хвесеня // Беларусь-2030: государство, бизнес, наука, образование : материалы V Междунар. науч. конф., посвящ. 20-летию образования экон. ф-та Белорус. гос. ун-та, Минск, 14 дек. 2018 г. / Белорус. гос. ун-т. – Минск : Право и экономика, 2018. – С. 251–252.

УДК 378.4

Е. В. Хотина

Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь, skvortsova@sbmt.by

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРЕПОДАВАНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ» ДЛЯ СТУДЕНТОВ ДНЕВНОГО ОТДЕЛЕНИЯ

Описывается опыт использования автором современных инновационных образовательных технологий, в том числе применения некоторых инструментов учебного портала Института бизнеса БГУ в преподавании курса «Маркетинг» для студентов дневного отделения специальности «Бизнес-администрирование». Также рассмотрены особенности восприятия информации современными студентами, их достоинства и недостатки. Представлены некоторые аспекты использования современных технологий для студентов заочного отделения.

Ключевые слова: образование, потребители образовательных услуг, современные технологии, студенты, учебный портал, форум

E. Khotsina

School of Business of BSU, Minsk, Belarus, skvortsova@sbmt.by

USE OF MODERN TECHNOLOGIES IN TEACHING THE MARKETING DISCIPLINE FOR FULL-TIME STUDENTS

The article describes the author's experience of using modern innovative educational technologies, including the use of School of Business of BSU educational portal some tools in teaching the course «Marketing» for full-time students of the specialty «Business administration». Also considered are the

features of information perception by modern students, their advantages and disadvantages. Some aspects of using modern technologies for part-time students are presented.

Keywords: *education, educational services consumers, modern technologies, students, educational portal, forum*

В последние годы все большее значение приобретают используемые преподавателями методы и инструменты, которые должны соответствовать предпочтениям потребителей образовательных услуг. С течением времени меняется портрет этих потребителей: поколение Z в меньшей степени, чем предыдущие поколения, воспринимает текстовую информацию, предпочитает большее использование визуальных материалов, современных компьютерных технологий, устройств и Интернета.

Институт бизнеса БГУ (далее – Институт) является одним из успешных примеров бизнес-образования и использования инновационных образовательных технологий. Маркетинг считается одной из важнейших дисциплин бизнес-образования, что обуславливает необходимость использования при его преподавании современных образовательных и компьютерных технологий. Автор при преподавании курса «Маркетинг» для студентов дневного отделения использует в своей работе прежде всего технологии учебного портала Института, что упрощает работу со студентами и делает ее более современной, соответствующей потребностям нового поколения.

Так, для облегчения контроля выполнения заданий, групповых проектов, управляемой самостоятельной работы удобным инструментом является форум студентов, который довольно просто организовать на учебном портале Института. Например, автор использует форум для контроля управляемой самостоятельной работы. В курсе «Маркетинг» для студентов специальности «Бизнес-администрирование» дневного отделения запланировано 22 ч самостоятельной работы, которая организуется в 8 этапов:

1. Задание «Товар» (4 ч).
2. Задание «Рынок» (2 ч).
3. Задание «Потребитель» (4 ч).
4. Задание «Маркетинговые коммуникации» (4 ч).
5. Задание «Конкуренция» (2 ч).
6. Задание «Распределение товаров» (2 ч).
7. Задание «Ценовая политика» (2 ч).
8. Задание «Стратегия маркетинга» (2 ч).

Данная работа реализуется в течение 2 курса (первые 3 этапа – в 3 семестре, 4–8 этапы реализуются в 4 семестре) в соответствии с учебной программой дисциплины. Работа через учебный портал Института организуется следующим образом:

– 1 этап – выбор товара, с которым будет работать студент, и одногруппника, если они принимают решение работать вдвоем, эта информация размещается каждым студентом (или одним из пары студентов) на портале;

– 2–9 этапы выполняются исходя из выдаваемых через портал студентам заданий, которые размещены в курсе согласно плану управляемой самостоятельной работы; на каждый этап дается 2–4 недели для подготовки в зависимости от его сложности; результат выполнения каждого задания размещается студентом на форуме учебного портала в виде краткой текстовой информации;

– 10 этап – в конце 4 семестра студенты размещают итоги выполненной на 2–9 этапе работы в форме презентации через свободный ответ на портале – инструмент, позволяющий получить от студента информацию в виде присланного им файла.

Необходимо отметить, что на каждом этапе осуществляется контроль выполнения работы студентами: в течение первых 9 этапов преподаватель оставляет свои комментарии на форуме о корректности выполнения заданий, совершенных ошибках, положительных моментах выполнения студентами работы. На 10 этапе осуществляется проверка присланных презентаций через учебный портал, который дает возможность оставить комментарий для студента, поставить оценку по выбранной шкале, отправить файл.

Выполнение управляемой самостоятельной работы через учебный портал позволяет студентам применить приобретенные теоретические знания на практике, организовать дискуссию среди них, мотивировать студентов к выполнению заданий, что обусловлено возможностью каждого оценить работу своих одногруппников, использовать удобную для студентов форму общения.

Форум также можно использовать для студентов заочного отделения, среди которых есть представители поколений X, Y и Z, разница между ними очевидна и отражена в [1]. Например, автор предлагает студентам заочного отделения специальности «Бизнес-администрирование» поучаствовать в форуме в межсессионный период. На сессии студентам выдается задание по анализу маркетинговой деятельности организации, в которой они работают, до начала следующей сессии они должны поучаствовать в форуме «Маркетинговые исследования группы...», организованном для обмена мнениями, обсуждения маркетинговых кейсов между студентами группы. Это позволяет соотнести практические и теоретические знания студентов, получить опыт принятия маркетинговых и управленческих решений на примере реально существующих компаний, а также в большей степени сплотить учебную группу.

Также автор активно пользуется возможностью информирования через учебный портал Института всех или избранных слушателей электронного курса «Маркетинг», что очень удобно для студентов поколения Z, которые привыкли общаться короткими сообщениями в социальных сетях и на форумах. Так, каждому из десяти этапов выполнения управляемой самостоятельной работы предшествует объявление (сообщение) через учебный портал всем студентам курса, которое они могут прочитать в зарегистрированном в их личном кабинете электронном ящике или непосредственно на портале.

Безусловно, учебный портал дает возможность использовать и другие инструменты, облегчающие работу преподавателю и позволяющие ее сделать более подходящей для современного потребителя образовательных услуг.

Таким образом, на основе проведенного анализа можно сделать несколько основных выводов.

1. Портрет современного потребителя образовательных услуг меняется. Поколение Z требует применения современных технологий, устройств и Интернета в образовании. В настоящее время практически невозможна работа с обычным текстом, который сложно воспринимается современными студентами.

2. Институт является успешным примером продолжительной реализации инновационных образовательных технологий.

3. В преподавании курса «Маркетинг» как одной из основных дисциплин бизнес-образования также необходимо использовать современные технологии, особенно при работе с дневным отделением – представителями поколения Z. Также они применимы и для студентов заочного отделения, среди которых есть представители поколений X, Y и Z, в целях облегчения их самостоятельной работы в межсессионных период и повышения интерактивности обучения.

4. Использование автором инструментов учебного портала Института в процессе преподавания дисциплины «Маркетинг» для студентов дневного и заочного отделения демон-

стрирует положительные результаты: повышается лояльность студентов и удовлетворенность курсом.

Список использованных источников

1. Поколение Z: 16 особенностей людей, о которых вы ничего не знали [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sales-generator.ru/blog/pokolenie-z/>. – Дата доступа: 19.02.2020.

УДК 330.190.2

Е. В. Ялунер

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
Санкт-Петербург, Россия, yaluner@yandex.ru*

РОЛЬ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ОБЩЕСТВЕ

Вопросы формирования предпринимательской культуры в обществе являются залогом эффективного социально-экономического развития в стране. Рассматриваются актуальность проблемы и возможности применения вузами инновационных методов для решения данной задачи.

Ключевые слова: *предпринимательская культура, институциональные основы поддержки предпринимательства, академическое предпринимательство, инновационные методы образования*

E. Yaluner

*St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia,
St. Petersburg, Russia, yaluner@yandex.ru*

ROLE OF UNIVERSITIES IN THE FORMATION OF ENTREPRENEURIAL CULTURE IN SOCIETY

The issues of forming an entrepreneurial culture in society are the key to effective social and economic development in the country. The urgency of the problem and the possibility of universities using innovative methods to solve this problem are considered.

Keywords: *entrepreneurial culture, institutional foundations of entrepreneurship support, academic entrepreneurship, innovative methods of education*

В настоящее время программы развития предпринимательства и малого бизнеса зачастую направлены на формирование у молодых людей не соответствующего действительности, искаженного представления о том, что предпринимателем может стать любой человек и, не имея достаточного опыта работы, создать свой бизнес с нуля. Результатом становится кредитная зависимость или разорение созданного бизнеса, потеря веры в собственные силы и, что является самым неэффективным для государства, потеря средств в виде инвестиций и субсидий на осуществление наспех созданных бизнес-планов. В связи с этим одним из факторов формирования устойчивого среднего слоя предпринимателей в стране является четкая, грамотно составленная и планомерно проводимая работа по постепенному вовлечению молодых людей, еще подростков, в трудовую и предпринимательскую деятельность.