

multinational student group, will be the one to acquire a significant competitive advantage on a global market for international business education.

The research provides a look on an international business school classroom as an arena with two active forces of culturally diverse students with various educational backgrounds and learning skills and local instructors who are differentiated by approach. The data obtained through research demonstrates that the contemporary task of the international educational programs is to focus on an individual foreign student and the influence of all the factors conjugated with studying in a foreign international educational institution in order to develop the study environment that will support and facilitate the learning experience at international business program.

LITERATURE

1. **Banks, J. A.** Handbook of research on multicultural education / J. A. Banks. – New York : Macmillan Press, 2005.

2. **Barber, E. G., Morgan, R. P.** Boon or bane: Foreign graduate students in U.S. engineering programmes / E. G. Barber, R. P. Morgan. – New York : Institute of Education, 1998.

3. **Chang, J.-S.** A Transcultural Wisdom Bank in the Classroom : Making Cultural Diversity a Key Resource in Teaching and Learning / J.-S. Chang // Journal of Studies in International Education. 2006. Vol. 10. N. 4. P. 369–377 ; **Sonleitner, N.** Western-educated faculty challenges in a Gulf classroom / N. Sonleitner & M. Khelifa. – Learning and Teaching in Higher Education : Gulf Perspectives, 2005.

4. **Ward, C.** The impact of international students on domestic students and host institutions / C. Ward. – Export Education Policy Project of the New Zealand Ministry of Education, Victoria University of Wellington, 2001.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ИТОГОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ИЛИ УМЕНИЕ ПРОДАВАТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ СВОЕГО ТРУДА

Мигачева Марина Евгеньевна

Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ, Республика Беларусь
m.migacheva@gmail.com

В современном мире исключительно важную роль занимает умение эффективного делового общения. Подготовка и проведение презентации является частью этого процесса, поскольку предполагает способность не просто донести информацию до аудитории, но сделать это кратко, эффективно, образно.

Презентация итогов своей работы – это важный этап в любой деятельности, особенно, если речь идет о получении некой выгоды (к примеру, финансовой или эмоциональной). В ходе проведения презентации предоставляется потенциальному клиенту информация, необходимая для принятия решения. И эффективность процесса проведения презентации будет существенно влиять на исход переговоров.

Мало создать уникальный или полезный продукт, его еще необходимо преподнести аудитории потребителей в нужном ракурсе, продемонстрировать все преимущества и сделать это максимально интересно и доступно. Проведение презентации есть везде – общение по телефону, личная продажа, выступление перед аудиторией на выставке, написание резюме, коммерческое предложение и прочее. Для каждого случая определяется свой набор инструментов, позволяющих организовать этот процесс наиболее рационально. И помимо полной информации по тематике презентации дополнительно потребуются знание, как правильно использовать имеющийся инструментарий (будь то лист бумаги или PowerPoint) и на какую аудиторию будут представлены итоги.

В связи с этим, мышление, ориентированное на клиента, использование правильных форм для подачи информации, соприкосновение с интересами клиента, уход от скучного, монотонного изложения – все это обеспечит успех проводимой презентации.

Как правило, обучаемые, сталкивающиеся с необходимостью подготовить презентацию по итогам своей деятельности в рамках некой задачи, не слишком озадачиваются вопросом ее создания, не видя в этом процессе ничего проблемного или важного. Большинство из них ориентируется на PowerPoint и не рассматривает эту среду как сложную или позволяющую реализовывать интересные подходы к процессу представления. К сожалению, такая позиция неверна в корне и приводит к целому набору ошибок или неудач. К примеру, самые распространенные неверные решения при подготовке презентации:

- неверное определение назначения презентации как ключевая ошибка;
- избыток текстового контента на слайдах;
- чтение по слайдам «слово-в-слово»;
- неверные цветовые решения, которые ухудшают восприятие текста со слайдов;
- размещение текста одним потоком, исключая схемы, таблицы, списки и прочие структурные композиции, упрощающие восприятие информации;
- использование графики плохого качества;
- отсутствие тематической графики;

использование графики в качестве фона, что, без дополнительных решений также ухудшает процесс чтения текста;

не продуманная логика изложения мыслей;

отсутствие обязательных слайдов или информации (к примеру, организация начала, завершение выступления, актуальность вопроса и прочее);

неумение гармонично совместить устное изложение материала и демонстрацию на слайдах (эти два направления должны дополнять друг друга, максимально исключая дублирование).

Проводимые исследования подтверждают важность умения психологически и эмоционально воздействовать на публику. Соответственно, при организации презентации должна быть создана атмосфера, комфортная для аудитории. Умение создавать презентации и проводить по ним выступление (защиту) сводится к подготовке многих вопросов, из которых можно выделить три основных:

подготовка качественной презентации (по содержанию, оформлению и времени просмотра);

проведение устного выступления перед аудиторией (правильная речь, логика при изложении вопросов, требуемая степень эмоциональности, взаимодействие со слушателями);

оптимальное совмещение устного выступления с процессом демонстрации материала, которое исключит лишнее дублирование, подчеркнет самые основные мысли нужное количество раз, позволит усовершенствовать процесс и дополнить его.

В рамках проектной деятельности со студентами по дисциплинам «Информационные технологии. Базы данных и основы программирования» и «Web-дизайн и компьютерная графика» (специальности «Бизнес-администрирование», «Управление информационными ресурсами» факультета бизнеса ИБМТ БГУ) формируется умение подготовки и проведения презентации. В ходе работы затрагиваются самые разнообразные вопросы, а обучаемые получают практические навыки по анализу информации и извлечению идей для отражения в презентации, выражению мыслей в виде четких, убедительных и понятных аудитории сообщений, преобразованию этой информации в легко воспринимаемые слайды, повышающие эффективность восприятия материала и взаимодействия с аудиторией.

Подготовка презентации представляет собой сложный процесс. Правильное расположение и подача информации, разработка плана изложения и контроль времени, умение удержать интерес аудитории и сохранить ее достаточную мотивацию для взаимодействия, правильное оформление слайдов, воспринимаемая структура демонстрируемого контента – обучаемые получают практические навыки по многим

вопросам. В итоге, это позволяет им смотреть на презентацию как на эффективный инструмент, использовать его в полной мере и совершенствоваться в этом вопросе.

Презентация – это особенная форма коммуникации и в ней важна предварительная подготовка. В этом случае экспромт будет хорош только тогда, когда он хорошо подготовлен. Только это позволит провести успешную презентацию, свободно взаимодействовать с аудиторией, исключить чувство неудовлетворенности от процесса, достичь намеченных целей. Умение работать с информацией, анализировать ее, формировать краткие и убедительные сообщения, преобразовывать подготовленный контент в слайды – позволит получить то, что легко и с пользой воспримет аудитория.

Подобная практика работы позволяет формировать у слушателей умение лаконично подавать информацию, создавать запоминающиеся презентации, справляться с сопротивлением аудитории, управлять собой и своей речью, контролировать эмоциональное состояние слушателей. Все перечисленное, несомненно, является востребованным практическим навыком.

ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ТОЧНЫХ НАУК В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Минченков Юрий Владимирович

Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ, Республика Беларусь
min61@tut.by

В современном мире – мире глобализации, национальное образование становится неотъемлемой частью международного рынка образовательных услуг. Белорусские вузы борются за абитуриента не только между собой, но и с зарубежными вузами. Поэтому необходимо разрабатывать стратегию развития международных отношений между национальными системами образования, между вузами разных стран, пропагандируя достижения отечественного образования.

Одним из недостатков белорусского экономического образования считается его недостаточная практическая направленность, но в тоже время нельзя забывать о том, что высшее образование предполагает, что человек, окончивший высшее учебное заведение, всесторонне развит, и не только в области полученной специальности. Поэтому в этой части нужно быть предельно аккуратными, чтобы в погоне за практичностью