
В.В. Небелюк, старший преподаватель
Брестский государственный технический университет, Брест, Беларусь

КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В ФОРМИРОВАНИИ НАВЫКОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА У СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА

Формирование экономики знаний приводит к появлению новых ценностей общественного развития — развитие человеческих ресурсов и инвестиции в человеческий фактор. Образование в экономике знаний становится движущей силой развития и рассматривается как производительное потребление, оказывающее влияние на экономический рост. В результате особое значение приобретает развитие образования и науки как сфер, «производящих и передающих знания». Результат обучения уже не может ограничиваться набором фактов или суммой приемов решения стандартных задач. Становление современных бизнес-коммуникаций и предлагает расширение опыта работы в сфере бизнес-образования.

Формирование компетентности студентов — способности применять знания в реальной жизненной ситуации, является одной из наиболее актуальных проблем современного образования. Одной из задач преподавателей технического вуза при подготовке будущих специалистов является активизация познавательной деятельности студентов в процессе обучения, которая предусматривает перенос педагогических усилий с передачи готовых знаний на развитие творческих, познавательных способностей студентов, формирование у них навыков самостоятельного приобретения знаний. Решение этой проблемы возможно при построении образовательного процесса на основе компетентностно-ориентированного подхода.

Компетентностный подход в профессиональном образовании заключается в активизации познавательной деятельности студентов в процессе обучения. Суть подхода не в информированности обучающегося, а в умении разрешать проблемы, возникающие при познании и объяснении явлений действительности, освоении современной техники и технологии, во взаимоотношениях людей и оценке собственных поступков в рамках этических норм и практической жизни. Отличие компетентностной модели образования от «знаниевой» по мнению специалистов так же велико, как отличие знания правил игры в шахматы от самого умения играть — базируется на опыте деятельности обучающегося [7]. Подобную точку зрения, основанную на достижениях теории обучения (Ж. Пиаже, Л. С. Выготский, П. Я. Гальперин, Н. Ф. Талызина и др.) разделяют многие европейские и российские эксперты.

Компетентностный подход ориентирован на обучаемость, самоопределение, социализацию и развитие индивидуальности, в связи с чем требуется смена роли преподавателя в учебном процессе — переход на позиции «организатора образовательных ресурсов» [4].

Существенной проблемой является то, что при использовании компетентностного подхода возрастает объем предварительной подготовки педагога, включающей в себя проектирование вариативных сценариев занятий, разработку (подбор) соответствующего учебно-методического обеспечения самостоятельной работы студентов и в учебных аудиториях, и во вне их.

Мотивация и вовлеченность учащихся на занятии может быть увеличена за счет использования интерактивных средств обучения. Главное дидактическое назначение средств — ускорить процесс усвоения учебного материала, т. е. приблизить учебный процесс к наиболее эффективным характеристикам. П.И. Пидкасистый понимает под средством обучения материальный или идеальный объект, который использован учителем и учащимися для усвоения знаний [5].

Интерактивные средства обучения — средства, которые обеспечивают возникновение диалога. В результате осваиваются такие новые виды учебной деятельности, как регистрация, сбор, накопление, хранение, обработка информации об изучаемых объектах, явлениях, процессах, передача достаточно больших объемов информации, представленных в различной форме. Это позволяет обучаемому проводить исследования, преодолевая различные препятствия, структурировать последовательность задач.

В данной работе в качестве примера использования компетентностно-ориентированного подхода в формировании навыков предпринимательства у студентов технического вуза представлен один из этапов двухлетней работы над проектом кафедры «Экономическая теория и логистика» Брестского государственного технического университета по формированию символики и элементов бренда кафедры. В процессе данного этапа определены функции и элементы структуры логотипа кафедры с учетом влияния графических и цветовых символов на визуальную идентификацию целевой аудитории. Дано обоснование — приведены результаты опроса восприятия проектных логотипов кафедры «Экономическая теория и логистика», выявлена специфика символов логотипа в контексте образовательной услуги кафедры.

В целом актуальность данного проекта обоснована тем, что идентификация субъекта по его логотипу как ключевому элементу фирменного стиля необходима не только учебному заведению, но и его подразделениям — кафедрам, факультетам. Этот процесс активно развивается на территории всех участников ЕврАзЭС и не является исключением для Республики Беларусь, особенно после вступления в Болонскую систему образования.

Проект реализуется в процессе изучения дисциплины «Основы предпринимательства» студентами различных факультетов: строительного, экономического, информационных технологий, водных коммуникаций и экологических систем. Тема создания логотипа исследована студентами при изучении трудов известных ученых: Джона Т. Дрю, Сары А. Мейер «Управление цветом в логотипах. Подробный справочник графического дизайнера», Д. Рассела «Логотип», В.И. Тараненко «Разоблаченный логотип или Психогеометрия» и Ю.М. Гофмана «Типографика словесного знака: монограмма и логотип» и др. В своей книге «Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера» Д. Эйри, графический дизайнер из Северной Ирландии, утверждает, что «логотипы помогают людям помнить случаи, когда они уже имели дело с компаниями», а значит, чем больше запоминается логотип организации, тем больше будет потребителей, желающих обратиться повторно именно к ней [3].

В рамках данного исследования была достигнута цель: предложить вариант логотипа кафедре «Экономическая теория и логистика», который визуально идентифицировался бы у целевой аудитории — студентов, преподавателей, предприятий-заказчиков кадров — с ка-

чественными услугами и сервисом в сфере образования. Было выяснено и принято за основу, что базовый набор работ по созданию элементов фирменного стиля будет включать: 1) конструирование образа логотипа, 2) подбор фирменных цветов, 3) разработку эксклюзивных шрифтов, 4) разработку стиля оформления фирменных реквизитов.

Кафедрой был организован конкурс студенческих работ с изначальной постановкой задачи — при создании логотипа использовать изображения, которые ассоциируются с логистикой и экономической теорией. В течение первой части проекта — всего учебного 2015/2016 года была проведена работа по изучению эмблематики как исторической дисциплины. При разработке логотипа кафедры «Экономическая теория и логистика» (далее — ЭТЛ) авторы-разработчики придерживались принципа: грамотно сделанный логотип должен смотреться одинаково хорошо и в виде маленькой картинки на сайте, и большого размера над сценой актового зала, и на форменной одежде, и на информационных письмах.

Было принято два обязательных условия: первое — всеми участниками конкурса в обязательном порядке были изучены области эмблематики и геральдики, рассмотрены примеры из практики спортивных клубов на территории Республики Беларусь и других стран, логотипы учебных заведений (во второй части проекта 2016/2017 учеб. года). Исследовалась практика разработки фирменного стиля как узнаваемого конструируемого образа. Второе условие — всеми участниками проекта использованы «золотые» пропорции, понятие о которых ввели в научный обиход Пифагор, древнегреческий математик и философ и математик Леонардо Фибоначчи.

Из множества представленных вариантов логотипов для кафедры ЭТЛ на основании открытого голосования были сгруппированы несколько направлений. В результате проведенной работы, направленной на создание логотипа кафедры были сделаны выводы о том, что собственная айдентика: 1) помогает кафедре позиционировать себя на рынке образовательных услуг; 2) облегчает студентам и другим представителям целевых аудиторий идентификацию услуг фирмы; 3) обеспечивает достижение необходимого единства всей рекламы и других средств маркетинговых коммуникаций кафедры; 4) повышает корпоративный дух, вырабатывает у сотрудников чувство причастности к общему делу; 5) положительно влияет на эстетический уровень и визуальную среду кафедры.

Итогами участия в проекте для студентов стал освоенный набор ключевых компетенций, который позволил некоторым из них выступить в качестве авторов статей, использовать рекомендации от вуза в своих резюме, и в целом определил последующую успешную адаптацию в обществе.

Основным достоинством компетенций в отличие от термина «квалификация» являются такие качества, как инициатива, сотрудничество, способность к работе в группе, коммуникативные способности, умение учиться, оценивать, логически мыслить, отбирать и использовать информацию. Компетенцию следует рассматривать как стремление и готовность применять знания, умения и личные качества для успешной деятельности в определенной профессиональной области. Высокомотивированные и квалифицированные человеческие ресурсы представляют собой уникальный источник личных конкурентных преимуществ, имеющий важное значение в конкурентной борьбе.

Питер Фердинанд Друкер считал, что «экономика знаний» требует структурных изменений, потому что ее основой являются инновации, которые может эффективно осуществлять только частное мелкое предпринимательство [2]. Наиболее привлекательными для малого

бизнеса являются культурно-рекреационные услуги и сектор культурных индустрий (музыка, мода, искусство, телевидение, ремесла, Интернет, издательское дело, архитектура и др.), которые выступают синонимом креативных индустрий — «деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [6]. Увеличение доли населения, вовлеченного в образовательный процесс, будет способствовать развитию малого бизнеса в данной сфере.

В 2017 г. ряд Указов Президента Республики Беларусь в сфере развития предпринимательской инициативы дополнил Указ № 364 «Об осуществлении физическими лицами ремесленной деятельности», который входит в пакет документов, направленных на развитие предпринимательства и стимулирование деловой активности. Любой инициативный человек независимо от уровня образования или наличия специальных экономических знаний сможет начать свое дело в Беларуси или найти работу по душе. Результатом решения поставленных задач должен стать рост доли субъектов малого и среднего предпринимательства в общем объеме валовой добавленной стоимости с 28,7 % в 2014 г. до 40 % в 2020 г.

Для малого и среднего бизнеса квалифицированные работники приобретают еще большее значение, чем для крупных компаний, однако экспресс-опросы работодателей-предпринимателей малого и среднего бизнеса показывают, что уровень практической подготовки молодых специалистов и бакалавров не в полной мере соответствует требованиям рынка труда, поскольку, обладая достаточно глубокими теоретическими знаниями, они не могут полноценно применять их в своей практической деятельности для решения конкретных профессиональных задач [1].

Компетентностный подход, используемый в целях формирования предпринимательских навыков у студентов технических вузов, призван повысить конкурентоспособность выпускников на рынке труда.

Список использованных источников

1. Гурьянов, П.А. Экономика знаний для подготовки кадрового потенциала для малого предпринимательства в России / П.А. Гурьянов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2015. — № 12-5. — С. 875–878.
2. Друкер, П. Ф. Энциклопедия менеджмента / П. Ф. Друкер: пер. с англ. — М. : Изд. дом «Вильямс», 2004. — 432 с.
3. Куприна, Ю.П. Дизайн логотипа и его особенности / Ю.П. Куприна // Социально-экономические явления и процессы. — 2014. — № 3(061). — С. 243–248.
4. Махмутова, З.М. Теоретические основы профессиональной компетентности / З.М. Махмутова // Информатика и образование. — 2004. — № 12. — С. 41–44.
5. Педагогика: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по непедагогическим спец. / под ред. П.И. Пидкасистова. — М. : Высш. образование, 2006. — 432 с.
6. Рассказова, Н.В. Проблемы перехода к экономике знаний в России и перспективы развития малого предпринимательства / Н.В. Рассказова // Креативная экономика. — 2009. — Т. 3. — № 7. — С. 11–17.
7. Сериков, В.В. Личностный подход в обучении: от концепции к технологии / В.В. Сериков // Проблемы обновления содержания общего образования. — Ростов н/Д., 1992. — С. 10–15.