

УДК 378–057. 875: 33

## **ПРОЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ-ЭКОНОМИСТОВ**

**Горина А. П.**

*Доктор экономических наук, профессор,*

*Мордовский государственный университет имени Огарева,*

*Саранск, Россия*

**Челмакина И. И.**

*Магистрант*

*Мордовский государственный университет имени Огарева,*

*Саранск, Россия*

**Егорова А.А.**

*Магистрант*

*Мордовский государственный университет имени Огарева,*

*Саранск, Россия*

**Аннотация.** В представленной статье использован проектно–ориентированный подход в обучении студентов, обучающихся по экономическим направлениям подготовки (уровень бакалавриата) по дисциплинам «Экономика организации» и «Экономика предприятий и организаций» по теме учебных планов «Предприятие как субъект рыночной экономики». Осуществлен анализ семинарского занятия–деловой игры «Проектирование предприятия в конкурентной рыночной среде», проведенного в студенческой академической группе (уровень бакалавриата) под руководством студентов–практикантов, проходивших производственную педагогическую практику по направлению подготовки «Экономика» (уровень магистратуры).

**Ключевые слова:** проектно-ориентированный подход, презентация, дискуссия, оппонирование, ролевые функции, деловая игра, игровая команда, формы

проектирования предприятия, корпоративная культура, производственные и трудовые ресурсы предприятия.

***PROJECT-ORIENTED APPROACH IN THE TRAINING OF STUDENT  
ECONOMISTS***

***Gorina A.P.***

*Doctor of Economics, Professor,  
Mordovian State University named after Ogarev,  
Saransk, Russia*

***Chelmakina I.I.***

*Undergraduate  
Mordovian State University named after Ogarev,  
Saransk, Russia*

***Egorova A.A.***

*Undergraduate  
Mordovian State University named after Ogarev,  
Saransk, Russia*

**Annotation.** The presented article uses a project-oriented approach in teaching students studying in economic areas of study (undergraduate level) in the disciplines “Organization Economics” and “Economics of Enterprises and Organizations” on the subject of the curriculum “Enterprise as a subject of a market economy”. The analysis of the seminar-business game "Designing an Enterprise in a Competitive Market Environment" was carried out in a student academic group (undergraduate level) under the guidance of student trainees who had completed pedagogical practical training in the field of preparation "Economics" (master's level).

**Keywords:** project-oriented approach, presentation, discussion, opposition, role functions, business game, game team, enterprise design forms, corporate culture, enterprise production and labor resources.

Современные проблемы высшей школы, обострившиеся в период перехода России к рынку и новому общественно–политическому устройству, уникальными национальными проблемами все же не являются и поэтому их следует рассматривать в общемировом контексте трансформирования институциональных основ образования [1].

Новые условия функционирования организаций высшего образования поставили перед научно–образовательным сообществом вопрос: можно ли сохранить прежние способы и методы работы, которые основаны на государственном протекционизме и финансировании высшего образования, или следует активно включиться в рыночную деятельность, адаптировавшись к абсолютно новым условиям?

Наиболее распространенными системами подготовки специалистов являются: естественно–научная, появившаяся в Германии около 400 лет назад, и гуманитарная (американская). В первой приоритет отдается химии, физике, математике, биологии и другим естественным наукам. Германия с бедными природными ресурсами, благодаря применению этой системы, является по научно-производственному и человеческому потенциалу третьей страной мира. В России около 300 лет, вплоть до 1992 г., применялась именно германская система подготовки специалистов [2].

Опираясь на естественно–научную систему подготовки специалистов, Россия достигла значительных результатов во многих наукоемких отраслях промышленности: космонавтике, авиастроении, оборонной промышленности, лазерной биотехнологии, производстве композитов, новых материалов, компьютерных продуктов и других. Современная научно-техническая революция, становление информационного общества, возникновение и быстрый рост так называемой новой экономики, или экономики знаний, поднимают значение естественно–научного подхода к развитию высшего и других ступеней образования [3].

В течение последних лет в отечественном высшем образовании четко наметился переход на проектно–ориентированный подход в обучении. Основное преимущество и новизна проектно–ориентированного подхода заключается в распространении принципов проектной предпринимательской работы в университете, на факультете и на кафедрах на все сферы деятельности, в том числе – на образовательную деятельность.

В ФГБОУ высшего образования «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева» студенты экономического факультета (уровень бакалавриата) обучаются по учебным планам, разработанным в соответствии с ФГОС ВО по направлениям подготовки 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент» и др. В соответствии с учебными планами выделяют различные виды учебной работы: лекции, семинарские и практические занятия; индивидуальные и групповые консультации; различные виды самостоятельной внеаудиторной работы (рефераты, контрольные и курсовые работы и др.).

Так, в рамках учебных дисциплин «Экономика и организация производства» для студентов–бакалавров направления подготовки 38.03.01 «Экономика», «Экономика организации» для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) по теме «Предприятие как субъект рыночной экономики» предусмотрено семинарское занятие – деловая игра «Проектирование предприятия в конкурентной рыночной среде».

Семинарское занятие (семинар) – одна из основных организационных форм учебного процесса, представляющая собой коллективное обсуждение студентами теоретических вопросов под руководством преподавателя и самостоятельное изучение материала по различным источникам профессиональных знаний. На семинарские занятия выносятся узловые темы курса, усвоение которых определяет качество профессиональной подготовки студентов [4].

Важно, чтобы учебные вопросы, выносимые для обсуждения на семинаре, не дублировали материал лекции, но сохраняли бы с ней тесную связь. Возможность равноправного и активного участия каждого студента в обсуждении рассматриваемых вопросов это обязательное условие семинарского занятия.

Цель семинарского занятия – развитие самостоятельности мышления и творческой активности студентов, формирование необходимых образовательных компетенций.

Специфика учебной дисциплины, содержание темы, профиль и уровень подготовки студентов, характер рекомендованной литературы определяют выбор вида и формы проведения семинарского занятия, способствующий достижению наибольшей активности студентов, обеспечению наиболее полного раскрытия содержания обсуждаемой темы.

Деловая игра «Проектирование предприятия в конкурентной рыночной среде» ориентирована для более углубленного усвоения изученного теоретического материала по выше обозначенным дисциплинам и проводится в форме деловой игры в рамках семинарского занятия [5].

Деловая игра создает в сознании её участников образные модели формирования и функционирования государственных и частных предприятий. Реализация этой цели предполагает:

1. Создание в деловой игре ситуаций, показывающих необходимость утверждения позитивного образа вновь созданного предприятия.
2. Единство созданных ситуаций, умелое вычленение общего и частного в функционировании предприятий (организаций) в различных ситуациях.

Вышеназванные предпосылки обеспечивают достижение ряда следующих учебных подцелей. Первая предпосылка для деловой игры «Проектирование предприятия в конкурентной рыночной среде» равносильна реализации следующих подцелей:

– сформировать у студентов необходимые практические компетенции принятия решений по проектированию и обоснованию экономических и управленческих решений, а также осуществления соответствующих экономических расчетов на основе релевантной информации;

– представить необходимую практическую информацию для сравнения и выбора наиболее оптимальных форм проектирования предприятия и осуществления его хозяйственной деятельности;

– сформировать навыки образования команды и управления ею в разных ситуациях и в условиях неопределенности.

Следующая предпосылка связана с другой группой подцелей:

– демонстрация участникам игры связи экономических показателей и законов, закономерностей психологии с реальной действительностью;

– обучение студентов активному взаимодействию на ситуацию, основанную на понятии экономической, социальной, экологической, демографической, психологической и т. п. сущности своих действий, воспитание активного стиля экономического мышления.

Последняя предпосылка дает соответствующий действительности вид деловой игры «Проектирование предприятия в конкурентной рыночной среде». Во время подготовки к семинару студенты опираются на имеющиеся теоретические знания и ранее приобретенные на практике навыки для более полного раскрытия сущности своих предприятий. Используя новые факты, они стремятся расширить полученные знания. В связи с этим получаем еще одну важную подцель:

– стимулирование участников деловой игры к дальнейшему более углубленному изучению вопросов, связанных с исследованием управления производственной и организационной структуры предприятия, а также изучением экономических терминов и категорий.

Все участники игры делятся на отдельные команды по 4–5 человек во главе с выбранными ими руководителями–«директорами» предприятий. В начале игры они определяют общую стратегию поведения.

Команда каждого предприятия разрабатывает корпоративную культуру, придумывает название, слоган, бренд, девиз, предлагает миссию и организационную структуру, определяет сферу деятельности предприятия, ассортимент выпускаемой продукции, изделий или предоставляемых услуг, дает варианты технологии их производства и сбыта, соответствующим целям, экономическим и трудовым ресурсам предприятия.

По итогам презентации каждого проекта аргументация участников игры оценивается в баллах с точки зрения ее креативности презентации в целом, а также по отдельным элементам с учетом поправочных коэффициентов.

Участники игры внутри каждой команды распределяют между собой группу ролей: в соответствии с должностью на предприятии: от директора предприятия, президента компании, главного менеджера до руководителей ведущих подразделений предприятия. В презентации проекта предприятия обязательно участие всех членов команды.

Предварительное распределение состава команд по роли и должностям способствует более эффективной организации, концентрации и координации действий команды в подготовительный период, а также в процессе самой игры.

Задачами каждой команды в процессе игры являются:

– презентация спроектированного предприятия. Приветствуется использование любого иллюстрационного материала и необходимых информационных средств при проведении рекламной компании и представлении предприятия (фирмы);

– оценка конкурентов, рынков сбыта, рисков членами каждой команды;

- определение организационно–правовой формы предприятия, миссии и стратегии предприятия членами каждой команды;
- представление вида деятельности предприятия;
- определение слогана, формирование корпоративной культуры членами каждой команды;
- разработка производственной и организационной структуры управления предприятием и т.д. членами каждой команды.

Все эти материалы оформляются в виде аналитической записки и перед началом презентации передаются в жюри во главе с научным руководителем и студентами–практикантами. Особенности регламента и порядок (алгоритм) проведения игры:

1. Порядковый номер выступления команд устанавливается жеребьевкой.
2. Открытие игры и представление команд участниками игры.
3. Каждая команда делает основной доклад в виде презентации своего предприятия, используя аудиовизуальные средства, рекламные и другие материалы.
4. После основного доклада выступающей команде задаются вопросы от других команд. Первый вопрос задает руководитель проекта, второй – обязательно один из членов его команды. Отвечать на вопрос может любой из членов выступающей команды.
5. Руководители всех команд, кроме выступающей в данный момент, выделяются в особую группу оппонентов, которые дают предварительную (до жюри) словесную, содержательную оценку презентации. Оценка производится с учетом основного доклада и всех ответов на вопросы.
6. После вопросов, ответов и выступлений оппонентов выступающей команде предоставляется право на ответное слово.

7. В начале выступления с вопросом или ответом каждый из участников игры четко называет свою фамилию и номер команды. Самых активных и заинтересованных в ответах на вопросы и в обсуждении презентации в целом члены жюри выделяют в особый список и отмечают персонально по итогам игры.

8. Результаты оцениваются от 1 до 5 баллов. После выставления проставляются баллы, умноженные на поправочные коэффициенты.

9. Итоговая оценка дается членами жюри. Заключительное слово зачитывает председательствующий (или члены жюри). При подведении итогов членами жюри отмечаются команды, занявшие призовые места, и отдельно отличившиеся члены команд.

10. Суммарно вся игра займет 3 академических часа.

Деловая игра «Проектирование предприятия в конкурентной рыночной среде» была проведена студентами направления подготовки 38.04.01 «Экономика» (уровень магистратуры).

Команда №1 представляла предприятие ООО «YOUART», занятое в сфере цветного бизнеса.

Команда №2 представляла бизнес-план организации школы иностранных языков «ELWL-Eazy Life with Language», занимающейся обучением четырем иностранным языкам в режиме онлайн.

Команда №3 представляла предприятие ООО «Two Pizza», которое занимается производством и продажей продуктов общественного питания.

Команда №4 представляла предприятие «EcoLine», занимающееся продажей экологической продукции. Ассортимент товаров достаточно широк: жидкость для мытья посуды, кондиционер для белья, мыло, шампуни, биопосуда, тканевые сумки, восковые салфетки, бамбуковые зубные щетки и порошки для чистки зубов, многоразовые пакеты, мочалки, ватные диски из люфы, блокноты из переработанной бумаги и листьев, ручки и карандаши без

пластика, деревянные линейки, крафтовые коробки, конверты, многоразовые трубочки т.п.

Команда №5 представляла предприятие «НАО RUST», которое занимается проектированием и дизайном торговых центров.

Общим замечанием для всех команд было отсутствие наглядных материалов. Также важным недостатком являлось отсутствие экономической обоснованности вариантов производства, продвижения и сбыта продукции или услуг предприятия каждой командой. Все студенты четко и грамотно отвечали на вопросы, активно участвовали в обсуждении, аргументировано отстаивая свои позиции.

По итогам игры были получены следующие результаты (таблица 1).

**Таблица 1 - Результаты оценки выступления команд**

№	Название команды	Внешний облик участников	Наличие наглядных материалов	Работа в команде	Проведение презентации предприятия	Ответы на вопросы	Участие в обсуждении	Суммарная оценка
1	«YOU ART»	1	1	1	2	2	3	10
2	«ELWL-Eazy Life with Language»	0.5	0.3	0.5	1.8	2	3	8.1
3	«Two Pizza»	0.8	0.5	1	2	2	3	9.1
4	«EcoLine»	1	1	1	2	2	3	10
5	«НАО RUST»	0.8	1	1	2	2	3	9.6

Как видно из результатов общая оценка включает в себя участие каждой команды в обсуждении в качестве конкурента или потребителя

продукции (услуги) другого предприятия на рынке, а также официальное оппонирование ею со стороны руководителей других команд.

Призовые места получили :

- 1) «EcoLine» (10 баллов)
- 2) «YOUART» (10 баллов)
- 3) « НАО RUST» (9,6 баллов)

Таким образом, с помощью деловой игры «Проектирование предприятия в конкурентной рыночной среде» под руководством студентов–практикантов и контролем руководителя производственной практики и участники, и жюри приобрели соответствующие их уровню подготовки определенные образовательные и практические компетенции, необходимые им в своей дальнейшей профессиональной деятельности.

#### **Библиографический список:**

1. Горина А.П., Лябушева А.А., Костромина А.Ю. Тенденции и перспективы развития рынка услуг высшего профессионального образования // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика.–2013.–№6 (32).– С.19- 24.
2. Грудзинский А.О. Проектно–ориентированный университет. Профессиональная предпринимательская организация вуза. Монография. - Н.Новгород: Изд–во ННГУ, 2004.- 370с.
3. Gorina A.P. Issues and Prospectives of the Educations Service Market Modernization submitted for publication in EUROPEAN RESEARCH STUDIES JOURNAL №4 (2015). ИФ 0,169.
4. Баранова Н. А., Идрисова Е. В., Шлома С. Д. Методические указания по организации и проведению семинарских занятий. – Издательский центр «ЮУГК», 2015. – 27 с.
5. Блинов А.О. и др. Исследование систем управления. Методические указания по деловой игре для самостоятельной работы студентов.– РИО ВЗФЭИ.–М.–72с.

*Оригинальность 75%*