

# ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ЛОГИСТИКА: ОБРАЗОВАНИЕ, НАУКА, ЭКОНОМИКА

---

УДК 681.324

## БИЗНЕС-ТРЕНИНГ КАК АДАПТАЦИЯ СТУДЕНТА К ПРАКТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### BUSSINESS – TRAINING AS THE ADAPTION OF STUDENT TO PRACTICE ACTIVITIES

**Атрощенко Н.О., Мещерякова Е.В.**  
**Atroshchenko N., Meshcheryakova A.**

Белорусский государственный технический университет  
Минск, Беларусь

*During the practice classes in the subjects «Economy enterprise» and «Management of personnel's» on the specialty «Management» widely are using active methods of training: business and role games, business – training. This would permit not only to improve of the master educational material, but to its identification, realization on life.*

Переход к рыночной экономике ставит задачу максимально эффективного использования кадрового потенциала как в стране в целом, так и на каждом отдельном предприятии. Постоянные организационные изменения, направленные на гармонизацию внутренней среды организации и баланса ее с внешней средой приводят к необходимости повышения инновационности персонала. К нему предъявляются более высокие требования. При этом происходит существенная трансформация принципов и систем управления персоналом – изменяется мотивация труда, происходит расширение диапазона потребностей персонала, который становится более развитым [1]. Как результат – повышаются требования к профессиональной подготовке специалистов. Существенная проблема состоит в том, что руководители многих предприятий не в полной мере готовы работать в условиях рыночной экономики. Требуется повышение психологической грамотности специалистов, что поможет изменить внутреннюю среду на предприятиях, сформировать организационную культуру поддерживающую высокоэффективный труд.

Что изменилось в требованиях к руководству предприятиями и корпорациями за последние 20 лет? Исследования, проводимые на Западе, показали, что эффективные менеджеры, нацеленные на результат, тратят 70 % своего рабочего времени на коммуникации (обмен информацией) и управление человеческими ресурсами, что включает мотивацию подчиненных, направление активности других, отбор наиболее эффективных каналов коммуникации и разрешение конфликтов среди членов организации.

Приходим к выводу, что эффективная коммуникация без искажений и помех, в первую очередь, требует развития коммуникативных навыков менеджеров. Вот поэтому и вкладывают зарубежные фирмы большие деньги в обучение и развитие своих менеджеров, что в свою очередь способствует развитию организации в целом и повышает ее конкурентоспособность.

Самые главные области, где особенно необходимы коммуникативные навыки:

- прием на работу;
- ориентация и адаптация. Цель этой сферы деятельности по управлению пер-

соналом – сформировать у работников чувство уверенности, ощущение организации, как своей, гордости работой в ней;

- функционирование работников. Им нужна информация о конкретных этапах деятельности, о своей роли в организации, о том, как они справляются с заданиями;
- индивидуальная оценка. Оценка работников и выполняемых ими работ – должна проводиться грамотно, чтобы не снизить мотивацию к работе, а повысить ее.

В статье рассмотрены вопросы адаптации академических знаний, полученных в учреждении высшего образования к практической деятельности в изменяющихся условиях рынка и конкретного производства.

Основная часть. Разберем, чем помогают в воспитании будущего руководителя активные формы обучения?

Концепция «активных форм обучения» для специалистов специальности «Менеджмент» БГТУ заключается в следующем.

На кафедре ЭиУП по дисциплине «Экономика организации» на первом этапе для студентов проводится бизнес-тренинг, целью которого является формирование и развитие навыков генерации и оформления концептуальных идей, совершенствование интеллектуально-творческих и профессиональных качеств [2]. Одновременно, на практических занятиях по дисциплине «Психология управления», кафедра МиЭП проводит ряд психологических тренингов и деловых игр, которые занимают 52 часа практических занятий за год обучения. Студенты приобретают навыки, позволяющие им правильно строить как деловое общение в целом, так и управленческое, с подчиненным персоналом.

Последовательность проведения бизнес-тренинга:

каждому студенту выдается задание разработать индивидуальную бизнес-идею (имитация открытия своего бизнеса) которая включает в себя название организации, логотип, месторасположение, вид рекламы (бигборды, рекламные объявления, вывески, теле- и радиореклама, издание рекламных проспектов, брошюр и др.), проанализировать деятельность своих потенциальных конкурентов, а также составить стратегию развития своего бизнес-проекта, используя SWOT-матрицу;

к практическому занятию студент готовит презентацию своей индивидуальной бизнес-идеи;

в ходе дискуссии, под руководством преподавателя, окончательно формируется бизнес-идея.

Второй этап включает экономическое обоснование бизнес-идеи по методике, включающей расчет следующих разделов.

Введение.

1. Характеристика предприятия и стратегия его развития.
2. Описание продукции.
3. Проведение маркетинговых исследований, оценка рынков сбыта продукции и конкурентов.
4. Обоснование производственной мощности и программы предприятия.
5. Расчет инвестиций в основной капитал.
6. Расчет текущих затрат на производство и реализацию продукции.
7. Расчет прибыли и рентабельности продукции.
8. Расчет потребности в оборотном капитале.
9. Анализ безубыточности.
10. Расчет показателей экономической эффективности.
11. Виды рисков.

## 12. Показатели эффективности бизнес-проекта.

Работа группы при проведении бизнес-тренинга подчиняется следующим принципам:

- принцип реалистичности;
- принцип осознания необходимости создания того или иного вида бизнеса;
- принцип творческой позиции;
- принцип партнерского общения;
- принцип активности.

Преподаватель должен суметь раскрыть творческий потенциал студента, мотивировать его деятельность, дать эмоциональный толчок, заряд участникам тренинга, а также быть открытым, доброжелательно ко всем относиться, стимулировать активность участников, уметь заинтересовать при отсутствии навязывания своего мнения, увлечь всех, уметь четко формулировать и говорить понятно для всех, быть способным найти выход из любой нестандартной ситуации, которая постоянно создается в студенческом коллективе, четко и грамотно отвечать на любые вопросы.

В результате тренинговых занятий студенты приобретают навыки, позволяющие им правильно строить как деловое общение в целом, так и принимать управленческие решения с подчиненным персоналом.

Очень важно определить цель проведения каждого занятия. Цель – это выбор. Выбор приоритетов, характера работы, масштаба. Поэтому цель учебного тренинга всегда носит ограничительный характер, указывает только на ту деятельность, которая будет на тренинге происходить. Но как бы много не проводилось тренингов, цель может быть одна, а задачи совершенно различными. В процессе обучения, в результате анализа результатов проведения второго этапа можно сказать, что почти любой человек, овладевший рядом необходимых навыков, способен стать компетентным руководителем.

Третьим этапом является проведение по вышеназванным курсам на кафедре МиЭПП следующих деловых игр «Образование предприятия. Отбор кадров» (тема «Отбор кадров») и «Проведение переговоров. Работа командой» (темы «Психология переговорного процесса», «Организация работы в команде»), что позволяет развить способности анализа производственных ситуаций и принятия управленческих решений, дает возможность сформировать современную концепцию управления персоналом.

В процессе проведения деловой игры «Отбор кадров» студенты второго курса выступают в качестве кандидатов, ищущих работу. Студенты третьего курса, проводят отбор кадров в уже организованный ими бизнес [3]. В конце второго курса проводится деловая игра «Проведение переговоров», между группами второго и третьего курсов, когда проходят адаптацию на практике наработанные навыки делового общения.

В целом, можно сказать, что определенные психологические знания требуют для их усвоения тренинговых моделей обучения. Используемые активные методы обучения, в их числе деловые игры, бизнес-тренинг, позволяют не только резко улучшить усвоение материала, но и способствуют его идентификации, реализации в повседневной жизни.

Студенты осваивают опыт самостоятельной работы, групповой работы, что позволяет им более успешно адаптироваться к трудовой деятельности.

Главное – это эффективное формирование способности к управлению коллективом, приобретение навыков социального взаимодействия и разделения производственных функций, руководства и подчинения, принятия коллективных и индивидуальных решений в постоянно меняющихся условиях рынка и конкретного производства.

Каждый этап построен так, чтобы проиллюстрировать причинно-следственную

связь от создания своего бизнеса до ежедневного поведения руководителя в процессе управления им. Тот факт, что руководству можно научить, приобретает особую важность в управлении организацией. Сегодня работники проходят строго определенный служебный путь, прежде чем достигнут руководящих постов.

При этом им приходится вырабатывать навыки межличностного общения, которых у них ранее не было и которые приобретаются ценой нелегкого жизненного опыта. Поэтому многие предприятия и организации стараются взять на работу специалистов, уже получивших определенные знания и навыки управленческого общения прямо в вузе.

Заключение. Требования к молодым специалистам изменились. По-прежнему необходимо высшее образование, знание иностранных языков и профильная специализация. Однако, если раньше основными составляющими успешного поиска работы были престижный вуз, опыт работы, то теперь главную роль играют личностные качества, из которых 40 % составляют так называемая корпоративность и умение быть командным игроком, около 30% – креативность, умение воспринимать новое и быстро учиться, 20 % – умение делать конкретную работу и только 10 % – знания. Формирование у студентов всех вышеперечисленных качеств посредством проведения бизнес – тренинга, деловых и ролевых игр является весьма эффективной формой обучения.

В современных организациях, нацеленных на сокращение количества иерархических уровней управления, информационные потоки должны быть сбалансированы и направлены как сверху вниз, так и снизу вверх в виде обратной связи. При этом изменилась роль менеджера – он делится информацией с работниками и много слушает (жалобы, ответы на вопросы, предложения по рационализации). Таким образом, менеджер не сидит большую часть времени в офисе, а находится среди подчиненных, общаясь с ними. Ему необходимо уметь устанавливать доверительные отношения с подчиненными, что требует определенных коммуникативных навыков.

Для повышения пропускной способности вертикальной коммуникации в организациях внедряется политика открытых дверей, когда подчиненный может поговорить с менеджером любого уровня, минуя все иерархические ступени, и это не будет нарушением правил взаимодействия. Реализация данного положения ведет к снижению искажений информационных потоков и к возможности быстрого реагирования – такая мобильность необходима для выживания в современной конкурентной среде.

Совершенствуется горизонтальная коммуникация – сотрудники из разных подразделений могут обращаться непосредственно друг к другу при решении общих проблем и принимать важные решения в рамках своей ответственности самостоятельно.

Это становится возможным благодаря освоению им новых видов активности при решении различных проблем и, соответственно, определенных навыков, которые можно получить только применяя в учебном процессе активные методы обучения, основными из которых являются бизнес-тренинги, деловые и ролевые игры.

1. Питер, Друкер. Задачи менеджмента в XXI веке.
2. Атрощенко, Н.О. Методические указания к выполнению курсовой работы по одноименной дисциплине для студентов специальности 1-26 02 02-03 «Менеджмент (производственный)», 1-26 02 02-04 «Менеджмент (недвижимости)».
3. Мещерякова, Е. В. Активные формы обучения специальности «Менеджмент» / Е.В. Мещерякова // Труды БГТУ. Сер.VIII. Учеб.-метод. работа – 2009. – Вып. X. – С. 215–218.