

ПЕДАГОГИКА ВЫСШЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ШКОЛЫ

Ромицына Галина Афанасьевна

канд. экон. наук, доцент

Тульский филиал

ФГБОУ ВО «Российский экономический

университет им. Г.В. Плеханова»

г. Тула, Тульская область

МАСТЕР-КЛАСС КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ФОРМА ПЕРЕДАЧИ ЗНАНИЙ

Аннотация: в статье анализируется опыт проведения мастер-классов и деловых игр со студентами высшей школы, оцениваются положительные стороны использования данных технологий обучения для достижения поставленной цели – формирования профессиональных компетенций.

Ключевые слова: мастер-класс, деловая игра, компетенции, познавательная деятельность, инновационные методы, стратегии управления, мастерство.

Во все времена существования высшей школы преподаватели находились в постоянном поиске оптимального решения в области технологий подготовки специалистов в соответствии с существующими условиями и требованиями. И сегодня ученые и практики занимаются поиском и разработкой новых технологий обучения для достижения цели – развития личности, обладающей компетенциями и готовой к профессиональной деятельности в новом обществе, обществе информационных технологий. Еще в 70 годы XX века члены Римского клуба, авторы доклада «Пределы обучения», подчеркивали, что обучение для них – это приобретение и применение новых методологических приемов, навыков, установок и ценностей, необходимых для того, чтобы жить в быстро меняющемся мире; обучение есть подготовительный процесс к тому, чтобы справляться с новыми ситуациями, т.е. такой подход к знаниям и к жизни, который подчеркивает значение человеческой инициативы. К числу инновационных методов обучения,

развивающих творческий потенциал и самостоятельность студентов можно отнести мастер-классы, деловые игры. Остановимся на указанных формах, поскольку нами накоплен определенный опыт их проведения в вузе, в частности, со студентами направления «Экономика», профиля «Финансы и кредит».

В литературе по педагогике существует большое количество определений понятия «мастер-класс». Авторы многочисленных публикаций, характеризуя мастер – классы, отмечают, что это вид профессионального обучения, который предполагает сильную, обладающую признанным авторитетом фигуру Мастера и группу учителей-учеников и дают определения, смысл которых сводится, как правило, к следующему содержанию: мастер-класс – ярко выраженная форма ученичества именно у Мастера, то есть передача мастером ученикам опыта, мастерства, искусства в точном смысле, чаще всего – путем прямого и комментированного показа приемов работы. Можно добавить, что это форма учебного занятия, основанная на практических действиях демонстрации творческого решения определенной поставленной задачи.

Методика проведения мастер-классов не имеет каких-то строгих и единых норм. В большинстве своем она основывается как на интуиции ведущего специалиста, так и на восприимчивости слушателя. Принцип мастер-класса «Я знаю как это делать. Я научу вас». Мастер-класс – это двусторонний процесс, и отношения «преподаватель – слушатель» являются абсолютно необходимыми. К участию в мастер-классах приглашаются специалисты – профессионалы в изучаемой области. В частности, в качестве примера можно рассмотреть проведение следующего мастер-класса. На занятия был приглашен финансовый директор компании «Легкий шаг», только что прошедший стажировку в США. Проблема, рассматриваемая в рамках мастер-класса, сформулирована как «Стратегии управления финансами компании. Как достичь цели?». Тематика мастер-класса включала в себя:

- обзор актуальных проблем и технологий;
- различные аспекты и приемы использования технологий;
- авторские методы применения технологий на практике;

Педагогическое мастерство и педагогические технологии

– особенности, нюансы и недокументированные возможности при использовании технологии в решении конкретных задач.

В качестве теоретического посыла послужила работа Джима Коллинза «От хорошего к великому» [1], практическая составляющая – становление и развитие компании «Легкий шаг». Тезисами обсуждения стали «Семь принципов строительства великой компании»:

1. «Стремитесь стать руководителями пятого уровня. Такой лидер реализует себя не через личный успех, а через достижения высокой общественной цели – создание великой компании.

2. Действуйте по принципу: сначала «кто»... затем «что». То есть любые преобразования в компании надо начинать с подбора нужных людей и избавления от людей ненужных.

3. Смотрите суровым фактам в лицо, но все же не теряйте веру в успех.

4. Придерживайтесь концепции «ежа». Последовательные действия по реализации намеченной стратегии неминуемо приведут к победе, если стратегия правильная.

5. Формируйте в компании культуру высокой дисциплины.

6. Рассматривайте новые технологии как акселераторы развития. Великие компании стали пионерами в применении новейших технологий. Но они их тщательно отбирали и никогда не полагались на них как на волшебный фактор роста.

7. Демонстрируйте даже небольшие результаты преобразований. Переход бизнеса на более высокий уровень не происходит мгновенно. Этот процесс напоминает вращение гигантского тяжелого маховика: сначала он разгоняется очень медленно, но, в конце концов, наступает момент, когда накопленная энергия заставляет компанию вступать в период стремительного роста. И важно дать своей бизнес-команде почувствовать, как ваши реформаторские усилия раз за разом увеличивают ее потенциал».

Студентам, безусловно, было не только интересно, но, прежде всего, полезно услышать, понять, как эти знаменитые семь принципов строительства великой компании Д. Коллинза воплощались в «строительство» компании «Легкий шаг».

До проведения мастер-класса студенты ознакомились с содержанием работы Д. Коллинза, с другими стратегиями управления бизнесом, например, такими как «6 Сигм», «BSC» и др.

Активизация познавательной деятельности всех участников работы мастер-класса обеспечивается тем, что эта форма обучения является средством создания следующих типов условий:

- 1) обеспечивается формирование мотивации и познавательной потребности в конкретной деятельности;
- 2) стимулируется познавательный интерес, а теоретические знания находят практическое подтверждение.

Мастер-класс, на наш взгляд, – одна из форм эффективного профессионального, активного обучения студентов.

Деловая игра, как следующая форма организации учебного процесса, не есть сегодня нововведение. О ее преимуществах, эффективности использования в учебном процессе пишут многие авторы, в том числе, российские. И, тем не менее, в нашей высшей школе ее, как форму обучения, используют, к сожалению, не многие преподаватели. В США, например, к идеи проведения деловых игр подошли в 50-х годах, с тех пор они получили широчайшее распространение в университетах, колледжах и в средней школе. Началось создание системных комплексов деловых игр, в которых учебный материал прорабатывается в нескольких взаимосвязанных деловых играх. Под деловой (ролевой) игрой, согласно позиции большинства авторов, будем понимать игру, являющуюся имитационной моделью, которая предназначена для изучения процессов функционирования организационно-экономических систем [2, с. 95].

Как средство обучения деловая игра обладает тем достоинством, что повышает мотивацию участников, предоставляет возможности применять полученные знания для решения конкретных практических задач: обучения, принятия управленческих решений, организационного проектирования, исследования [3, с. 161]. В деловых играх существенно меняется деятельность преподавателя, на первый план выступают такие функции, как организация деятельности студентов, постоянный контроль за ходом решения проблемы, консультирование, создание эмоционального настроя. В конечном счете, эффективность и результативность деловой игры, уровень проявляемого интереса к ней участников, определяются умением преподавателя по ходу игры создавать соответствующую атмосферу творчества, моделировать ситуации, находить нестандартные приемы в ее проведении, «создавать дух» игры. При подведении итогов необходимо подчеркнуть квалифицированность проведенного командами анализа, дать оценку работы каждой команды, отметить лучших участников. Можно без сомнения сказать, что это более эффективные методы проведения практического занятия, нежели его обычная форма.

Список литературы

1. Коллинз Д. От хорошего к великому. Форумы IME-LINK // Сайт Маркетинг: теория, практика обучения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.link.ru/sections/viewtopic.php>
2. Ромицына Г.А., Медведева Т.В. Деловая игра как метод соединения теории и практики. Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения: Сб. материалов XLII Международной научно-практической конференции / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издат. ЦРНС, 2015.
3. Ромицына Г.А. Деловая игра как метод активизации учебного процесса // Сибирский торгово-экономический журнал. – Вып №6. – 2007. – 171 с.