

Бадмаева Светлана Владимировна

Шарова Ирина Владимировна

*Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования*

«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ ПУТЕМ УСИЛЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ

Аннотация. В статье авторами выделены основные пути усиления практической направленности образования по повышению качества подготовки специалистов по предпринимательству. Проанализированы особенности формирования социально-психологической компетентности молодого специалиста в области будущего эффективного социально-профессионального взаимодействия в предпринимательской деятельности. Подробно рассмотрена практика привлечения компаний-работодателей при разработке образовательных программ и организации учебного процесса по направлению «Менеджмент» на факультете маркетинга ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».

Ключевые слова: качество образования, социально-психологические компетенции, предпринимательские компетенции, практическая направленность образования, профориентация.

Одним из важнейших показателей качества образования ВУЗа и подготовки специалистов различных профилей является



конкурентоспособность его выпускников на рынке труда. В условиях жесткой конкуренции выбор работодателем специалиста из того или иного учебного заведения может быть обусловлен несколькими причинами. Во-первых, наличие у кандидата всех необходимых личностных и профессиональных компетенций, в том числе первичного опыта работы по специальности; во-вторых, имеющийся положительный опыт в выборе выпускников конкретного ВУЗа на открытые вакансии и тем самым, сформировавшееся доверие к бренду; в-третьих, тесное сотрудничество компании-работодателя и высшего учебного заведения по различным направлениям в области подготовки высококвалифицированных специалистов. [3]

Стратегическими направлениями повышения качества образования в Российском экономическом университете имени Г.В.Плеханова являются повышение практической направленности подготовки специалистов и развитие долгосрочных взаимоотношений с компаниями-работодателями.

Необходимо отметить, что потребность предпринимательского рынка в специалистах различных профилей достаточно велика и перспективы трудоустройства наших выпускников весьма благоприятны. Однако, динамичное развитие предпринимательства в России, появление новых технологий, информационных поддерживающих систем, быстро меняющиеся условия ведения бизнеса заставляют искать новые подходы в образовании, чтобы выпускать на рынок специалистов, обладающих необходимыми знаниями и компетенциями.

Провозглашенный Болонским процессом компетентный подход в образовании, отраженный как в Федеральном законе Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ, так и в ФГОС 3 и ФГОС 3+ подчеркивают его общую ориентацию на формирование у будущего молодого специалиста компетентности, как интегрированного свойства личности, позволяющего ей быть успешной в профессиональной деятельности.



При этом компетентность не ограничивается только способностями, свойствами и качествами личности, обеспечивающими высокий уровень ее профессионализма. (Гришанова Н.А., Исаев В.А., Кузьмина Н.В., Маркова А.К. Татур Ю.Г., Хаймс Д., Хуторской А.В. и др.). Так, И.А.Зимняя трактует компетентность как «основывающуюся на знаниях, интеллектуально и личностно обусловленную социально-профессиональную жизнедеятельность человека» [2].

Конкретизируя содержательную сторону социально-психологической компетентности молодого специалиста в области будущего эффективного социально-профессионального взаимодействия в предпринимательской деятельности стоит обратиться к работам В.И.Байденко. В них мы находим следующий перечень требуемых социально-психологических компетенций: коммуникативность (отзывчивость в общении, структурированность речи, убедительность в аргументации, критике и т.д.); способность работать в команде, способность к наглядной и убедительной презентации своих идей; готовность к нестандартным, креативным решениям; навыки самоорганизации; гибкость в отношении вновь появляющихся требований и изменений; выносливость и целеустремленность [1].

Как показало сравнительное исследование соответствия развиваемых вузами социально-психологических компетенций (знаний, навыков и умений) ожиданиям действующих предпринимателей на рынке труда между их спросом и предложением существует значительный разрыв (табл. 1). Показательно, что совпадение было отмечено всего по трем компетенциям: способности решать управленческие проблемы, коммуникативности, а также по готовности к нестандартным, креативным решениям. При этом образовательные программы высшего образования не подразумевали развития пяти из 8 компетенций, рассматриваемых действующими предпринимателями в качестве «факторов успеха», в том числе - важнейшей бизнес-компетенции «способности к



наглядной и убедительной презентации своих бизнес-идей», а также компетенций, традиционно относимых к управленческой деятельности, «способности работать в команде» и «гибкости в отношении вновь появляющихся требований и изменений» и «выносливости и целеустремленность».

Таблица 1.

Социально-психологические компетенции специалистов по предпринимательству (разработано авторами)

Социально-психологическая компетенция	Ожидания на рынке труда	Предложения образовательных программ
Коммуникативность	+	+
Способность работать в команде	+	-
Способность к наглядной и убедительной презентации своих бизнес-идей	+	-
Готовность к нестандартным, креативным решениям	+	+
Способность решать управленческие проблемы	+	+
Навыки самоорганизации	+	-
Гибкость в отношении вновь появляющихся требований и изменений	+	-
Выносливость и целеустремленность	+	-



Одним из действенных инструментов по адаптации учебного процесса к требованиям меняющегося рынка труда и формирования предпринимательских компетенций будущих специалистов служит взаимодействие ВУЗа с компаниями-работодателями. Можно выделить следующие направления по привлечению компаний-работодателей к разработке основных образовательных программ и участию в итоговой государственной аттестации, формированию профессиональных компетенций в общем и предпринимательских компетенций в частности:

1. Привлечение компаний-работодателей, сотрудничающих с выпускающими кафедрами к разработке профессиональных компетенций выпускника в соответствии с требованиями современного рынка труда.

2. Учет рекомендаций компаний-работодателей по содержанию и структуре разрабатываемых программ учебных дисциплин или отдельных разделов программы, способствующих получению выпускником тех или иных профессиональных компетенций.

3. Привлечение компаний-работодателей к разработке программ учебной и производственной практик.

4. Привлечение руководителей и специалистов компаний-работодателей в качестве внешних рецензентов разработанных программ учебных дисциплин профессионального цикла и программ практик.

5. Участие представителей компаний-работодателей в заседаниях кафедры и совета факультета при обсуждении и утверждении программ дисциплин, программ учебной и производственной практики и других учебно-методических материалов.

6. Участие компаний-работодателей в разработке и определении тематики курсовых и дипломных работ.



7. Использование практических материалов компаний-работодателей при разработке бизнес-кейсов, используемых в учебном процессе.

8. Включение в состав комиссии по итоговой государственной аттестации представителей компаний-работодателей.

Привлечение компаний-партнеров к такого рода сотрудничеству позволит кафедрам РЭУ им. Г.В. Плеханова лучше понимать потребности рынка труда, учитывать рекомендации руководителей бизнес-структур при составлении учебных планов и программ дисциплин, разрабатывать новые программы, формируемые у студента необходимые профессиональные компетенции, требуемые специалисту данного профиля подготовки. Это позволит существенно поднять качество образовательных программ в соответствии с требованиями современного рынка труда и даже работать на опережение – разрабатывать программы подготовки специалистов, в которых рынок будет нуждаться в ближайшем будущем.

Факультет маркетинга РЭУ имени Г.В. Плеханова сотрудничает со многими ведущими российскими и зарубежными компаниями – Ферреро Русия, Нестле, Икеа, Юнилевер, Ителла, DHL, РЖД, Почта России, 3М, Группа компаний МЕТРО, Новартис Консьюмер Хелс, Адидас, Проктер энд Гембл, Кока-Кола, GEFSCO и т.д.

Основное направление сотрудничества – организация и проведение производственных и преддипломных практик студентов в подразделениях компаний. Это серьезный шаг в будущей карьере выпускника – получение первичных производственных навыков и закрепление теоретических знаний, выбор направления своей будущей деятельности, знакомство с организационной структурой организации, особенностями взаимодействия подразделений и конфигурации микрологистической цепи, сбор материалов для написания дипломной работы. По результатам практики студенты готовят отчет по практике, где отражают результаты проведенных исследований и



выполненных заданий. Если компания является базой практики, т.е. одновременно там проходят практику несколько студентов, то может быть разработано комплексное задание руководителем практики от организации охватывающее несколько подразделений компании. Необходимо отметить, что предложение работы является достаточно частым итогом окончания практики, т.к. за время прохождения практики компания имеет возможность достаточно хорошо познакомиться с кандидатом, оценить его профессиональные навыки и личностные качества, необходимые для работы в коллективе. В случае отсутствия свободных вакансий студента вносят в лист ожидания или предоставляют рекомендацию (характеристику), которая может способствовать трудоустройству в дальнейшем.

В Университете разработана программа мероприятий, содействующих трудоустройству выпускников. Все эти мероприятия достаточно успешно проводятся и на выпускающих кафедрах факультета маркетинга, в частности кафедры предпринимательства и логистики:

Проведение презентаций компаний, которые предлагают места для прохождения производственной и преддипломной практик студентов. Такие встречи проводятся всеми компаниями-партнерами и позволяют студентам познакомиться с компанией, узнать о характере и тематике работ, выполняемых в период прохождения практики и о возможных перспективах трудоустройства.

Организация и проведение тематических гостевых лекций, семинаров и мастер-классов топ-менеджеров ведущих компаний, предпринимателей-практиков. Это очень интересный и полезный опыт знакомства с работой департаментов компаний-лидеров, возможность узнать о новых методах работы и задать любые интересующие вопросы. Такие лекции проводили крупнейшие компании-лидеры Ферреро, МЕТРО, Ителла, Юнилевер, Икеа, 3М, Аэрофлот.

Проведение экскурсий в организации для ознакомления с видом деятельности компании, ее организационной структурой, возможных



перспективах построения карьеры, например: Дни открытых дверей в Икеа, маркетинговое исследовательское агентство Ипсос, Смарт Лоджистикс.

Проведение выездных занятий по профессиональным дисциплинам в организациях-партнерах. Такую возможность предоставляет компания Протек. Студенты посещают один из крупнейших в России распределительных центров компании в г. Пушкино.

Выплата организацией-партнером стипендий студентам, успешно прошедшим производственную практику, с целью привлечения их к работе в данной компании после окончания Университета.

Участие студентов Университета в научно-практических конференциях и семинарах, организуемых организациями партнерами. Это позволяет студентам уже в период обучения участвовать в работе профессиональных союзов, знакомится с игроками на предпринимательском рынке, узнавать о новациях в технике и технологиях.

Все перечисленные выше мероприятия способствуют быстрой адаптации выпускника во внешней среде, дают возможность ознакомиться с перспективами развития карьеры, укрепляют репутацию РЭУ им. Г.В. Плеханова, как ведущего экономического ВУЗа России. Востребованность на рынке труда сегодня служит подтверждением высокого уровня теоретической и практической подготовки выпускников Университета и залогом успеха в будущем.

Список литературы:

1. Байденко В.И. Выявление состава компетенций выпускников вуза как необходимый этап ГОС ВПО нового поколения: Метод.пособие. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2006. – 72с.



2. Зимняя, И.А. Ключевые компетенции - новая парадигма результата образования / И.А. Зимняя // Высшее образование сегодня, 2003, № 5. - С. 34-42.

3. Максимова С.М., Строганов И.А. Развитие у студентов предпринимательских компетенций на основе сотрудничества предприятий и высшей школы //В сборнике: Маркетинг России: профессиональные и образовательные стандарты маркетолога в России. Требования времени. Материалы Четвертой международной научно-практической конференции, посвященной 110-й годовщине РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2017. - С. 96-106

