

УДК 372.863

**ДЕЛОВЫЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ИГРЫ В КОНТЕКСТЕ
ПРЕПОДАВАНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

И. И. Бычек, Н. В. Никитина

УО «Гродненский государственный аграрный университет» (Республика Беларусь, 230008, г. Гродно, ул. Терешковой, 28; e-mail: degt_77@mail.ru)

Аннотация. Для повышения заинтересованности студентов и обеспечения лучшего запоминания учебного материала при преподавании специальных дисциплин, нами рекомендуется использовать деловые интеллектуальные игры. В процессе практической апробации был отмечен рост активности студентов, повышение уровня удовлетворенности учебным процессом и улучшение микроклимата в студенческих группах.

Ключевые слова: деловая интеллектуальная игра, успеваемость, мотивация в процессе обучения.

**BUSINESS INTELLECTUAL GAMES IN THE CONTEXT OF TEACHING
MANAGEMENT AND MARKETING**

I. I. Bychek, N. V. Nikitina

EI «Grodno Sate Agrarian University» (Belarus, 230008, Grodno, 28 Tereshkova st.; e-mail: degt_77@mail.ru)

Summary. For increase in interest of students and ensuring the best storing of a training material when teaching special disciplines, we recommend to use business intellectual games. In the course of practical approbation growth of activity of students, increase in level of satisfaction with educational process and improvement of a microclimate in student's groups have been noted.

Key words: business intellectual game, progress, motivation in the course of training.

Деловая игра – это способ обучения через проживание специально смоделированной ситуации в рамках учебной дисциплины, уникальная возможность выйти за рамки привычного образа действий и выявить потенциал студента для личностного роста и новые рычаги воздействия на студенческую группу.

Формат деловой игры обеспечивает гораздо более высокий уровень вовлеченности и мотивации участников, чем классические формы обучения, что способствует быстрому и качественному усвоению материала. Данный аргумент немаловажен, поскольку на подготовку к занятию по одному предмету в среднем нынешний студент тратит от 10 до 40 минут, но еще 5 лет назад этот интервал составлял от 35 минут до 1,5 часа, что было установлено в процессе опроса студентов 1-3 курсов агрономического, биотехнологического и экономического факультетов УО «ГТАУ». Спектр деловых игр может иметь разную направленность: деловые, интеллектуальные, командообразующие. Большинство игр могут быть адаптированы с учетом специфики и целей занятия.

Особый интерес у студенческой аудитории вызывают интеллектуальные деловые игры, которые проводились в рамках дисциплины «Маркетинг,

основы менеджмента и делопроизводства» на агрономическом факультете, а также «Маркетинг и ценообразование» на экономическом факультете. Основная цель такой нетрадиционной формы проведения занятия – закрепление и повторение пройденного материала. Второстепенной целью является командообразование и выстраивание межличностных отношений в миникоманде. Преподаватель в начале практического занятия знакомит студентов с правилами игры и ее этапами, раздает участникам рабочий материал. В его обязанности входит также контроль за временем, отведенным на каждый этап.

Подготовительный этап заключается в самостоятельном формировании студентами состава команд (по 3-4 человека), выборе лидеров, названий и девизов команд. Преподаватель структурирует занятие следующим образом: выбирает 2 экспертов из числа студентов, которые проходят успешно собеседование по теме и помогают в организации деловой игры. По теме предварительно или совместно с экспертами готовится перечень вопросов, обычно 20-25, 5% из которых могут относиться к смежным дисциплинам или представлять творческие задания. В группе формируется от 3 до 5 миникоманд, задача которых сводится к тому, чтобы правильно ответить на вопросы, учитывая временные рамки. Преподаватель совместно с экспертами оценивает ответы на вопросы и выставляет баллы и объявляет их участникам. Команда, набравшая максимальное количество баллов в ходе интеллектуальной деловой игры, занимает первое место, а результат оценивается «девять», за второе и последующие места оценки идут по убыванию. В ходе такого занятия происходит формирование активной позиции по отношению к маркетинговой деятельности, понимание ее значения и преобразующей роли в экономике, познавательного интереса, повышение уровня культуры профессионального общения.

Предлагаемая форма усиливает заинтересованность ее участников в более глубоком знании изучаемой дисциплины, предоставляет им возможность повышать профессиональное мастерство. В ходе проведения интеллектуальной деловой игры активно проявляются такие качества студентов, как ответственность, умение взаимодействовать в группе, создается большая эмоциональная включенность игроков в образовательный процесс; у студентов возникает необходимость осмысления теоретического материала, междисциплинарных связей, поиска возможностей практического применения знаний и навыков.

Практическая апробация предложенной формы работы позволяет заключить, что игровой подход в обучении является более эффективным, поскольку, прежде всего, приносит удовольствие при решении деловых задач.

Деловая интеллектуальная игра удовлетворяет одну из важных врожденных психологических потребностей человека - уверенность в своих знаниях и опыте. Кроме того, переживаемые эмоции участниками, которые могут иметь как позитивную, так и негативную окраску в подсознании фиксируются как некие якоря, которые способствуют запоминанию и воспроизведению изученной информации.

Таким образом, разрабатывая деловую интеллектуальную игру, необходимо продумывать ее мотивационную структуру. Все задачи,

выполняемые по ходу игры, должны продвигать участников на следующий уровень, чтобы они видели свои достижения. Здесь же важным фактором является обратная связь, помогающая понять студентам, как поменять свою индивидуальную или командную стратегию, чтобы добиться успеха. Кроме того, в игре все личные и командные неудачи позиционируются в развлекательной форме и никаких серьезных последствий не влекут, что позволяет избежать стресса и демотивации в процессе обучения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Слободина, Н. Д. Деловые игры / Н. Д. Слободина. - Москва, ИВЭСЭП, 2006. - 72 с.
2. Менеджмент. Кейсы, тренинги, деловые игры. - Москва, Дашков и Ко, 2012. - 284 с.
3. Баркалов, С.А. Деловые имитационные игры в организации и управлении / С.А. Баркалов, В.Ф. Бабкин, А.В. Щепкин. - Москва: Наука, 2003. - 200 с.

УДК 616-07/08-378

К ВОПРОСУ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКИ СТУДЕНТОВ МЕДИЦИНСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Г. М. Варнакова, З. П. Лемешевская

УО «Гродненский государственный медицинский университет» (Республика Беларусь, 230009, г. Гродно, ул. Горького 80; e-mail: lemeshevskayazp@tut.by)

Аннотация. В статье рассмотрены проблемные вопросы по прохождению практики студентами медицинского университета в областных и районных центрах.

Ключевые слова: практические навыки, медицинский университет, проблемные вопросы.

TO THE QUESTION OF THE ORGANIZATION OF PRACTICE OF STUDENTS OF THE MEDICAL UNIVERSITY

G. M. Varnakova, Z. P. Lemeshevskaya

El «Grodno State Medical University» (Republic of Belarus, 230009, Grodno, 80 Gorky st.; e-mail: lemeshevskayazp@tut.by)

Summary. In the article are considered problematic questions on the practice of students of a medical university in regional and district centers.

Key words: practical skills, medical university, problematic issues.

В медицинском университете студенты осваивают практические навыки не только во время учебного года, но и в период прохождения летней практики.

Студенты ежегодно задают вопросы преподавателям: где лучше проходить практику в областном центре или на уровне района? Однозначного ответа не существует. С одной стороны в областном центре больше диагностических возможностей, например, компьютерное рентгеновское обследование или магнитно-резонансное, уровень лабораторных исследований выше за счет областного финансирования. С другой стороны, количество студентов, которые остаются на практику в областных центрах ежегодно увеличивается, соответственно растет их количество в отделениях, что приводит к