

DOI 10.51582/interconf.19-20.02.2021.028

Велущак Марина Ярославівна

кандидат педагогічних наук, асистент кафедри іноземних мов
для гуманітарних факультетів, Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича, Україна

ІНОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ В УНІВЕРСИТЕТАХ США

***Анотація.** В статті проаналізовані інноваційні технології підготовки майбутніх фахівців з міжнародної економіки та бізнесу в університетах США. Виствітлено використання методу кейсів та технологій активного навчання під час підготовки фахівців з міжнародного бізнесу та економіки.*

***Ключові слова:** бізнес – освіта, метод кейсів, активне навчання*

Бізнес-освіта в двадцять першому столітті має ряд загальних вимог. По-перше, бізнес-освіта має дійсно глобальний характер, відображаючи реалії міжнародної торгівлі та організацій. По-друге, ефективна бізнес-освіта має моделювати вимоги бізнес-середовища. Але, мабуть, найголовніше є те що бізнес-освіта має надати студентам необхідні знання та навичками необхідні для сучасного бізнес середовища. В силу збільшення конкурентних вимог, як в діловому світі, так і в науковому співтоваристві, бізнес-педагоги прагнуть впровадити найбільш ефективні методи викладання для того, щоб підготувати своїх студентів їх до успішної кар'єри в світі. Визначальною позитивною ознакою економічної освіти США є використання великої різноманітності методів та моделей організації навчальної діяльності студентів. Аналіз вітчизняної наукової літератури свідчить про зростання інтересу українських педагогів до особливостей системи вищої освіти у США. Зокрема, різні аспекти вищої освіти у США проаналізовані у дисертаціях С.В.Бурдіної, О.В.Вощевської, Я.Г.Гулецької, В.С.Дикань, Т.С.Кошманової, І.В.Пентиної,

К.В.Рибчука, С.М.Романової, В.М.Тименко, В.Ю.Ільїна дослідила становлення та розвиток економічної та бізнес-освіти Сполучених Штатів Америки в сучасних умовах. Якість економічної освіти в Україні та шляхи її вдосконалення в контексті сучасних інноваційних процесів розглядали О.А.Грішнова, М.І.Долішній, А.М.Колот, В.М.Новіков, М.Д.Романюк, Є.В.Савельєв, В.І.Свистун, В.Л.Тодосійчук, А.А.Чухно.

Навчальні ігри займають одне з провідних положень. Хоча Едвард Чамберлін був одним із перших, хто працював над створенням та розвитком штучних ринків на заняттях на початку 1940-х років, М. Джозеф та Ф. Саундер були першими економістами, які опублікували повний опис використання таких ігор для навчання основам економічних концепцій [3]. Цей підхід досить скоро став дуже популярним. Національна Рада Економічної Освіти видала перше «Керівництво до використання ігор та моделей у викладанні економіки» у 1971 році, авторами якого стали Д. Льюїс та Д. Вентвос, із посиланням на ще дев'яносто джерел та публікацій. В останні роки постійно з'являються нові комерційно видані ігри та моделі економіки у вигляді комп'ютерних моделей та програм, написаних спеціально для ігор у процесі навчання [2].

Метою використання ігор є залучення студентів до роботи у відтвореній моделі із справжнього життя. Наприклад, використання макроекономічних моделей навчає студентів використовувати економічні стратегії для досягнення цілей. Ігри можуть проводитись у вигляді змагання, де студентів заохочують перевершити своїх одногрупників, або досягти найвищого рівня, встановленого критеріями гри. Ігрові моделі стають рольовими іграми, коли студенти поводяться у відповідності із наданою роллю. Зокрема, їм може бути запропоновано грати роль брокерів у грі, пов'язаній з акціями, або канцлером казначейства у керуванні економікою. Рольові ігри дають більше можливостей студентам випробувати свої власні інтерпретації ролей. Окрім того використання навчальних ігор забезпечує те, що усі студенти у різній мірі випробують свої теоретичні знання на практиці, що залучить їх до попереднього вивчення матеріалу. Педагогічні переваги використання

окремих ігор та моделей у процесі викладання економічних ідей та концепцій безсумнівні. Винятково корисні вони у подоланні прогалів у розумінні студентів, які починають особливо завзято працювати після звичної роботи із традиційними підручниками і лекціями [1].

Одним з найулюбленіших методів у підготовці майбутніх фахівців з міжнародного бізнесу та економіки вважається метод кейсів (CASE STUDIES). Його назва походить від латинського терміна «casus» - заплутаний, або незвичний випадок. Метод кейсів – це інтерактивна технологія для підготовки економістів, яка базується на реальних або вигаданих бізнес-ситуаціях, спрямованих на формування у слухачів нових якостей та умінь. Мета цього методу – навчити студентів, як індивідуально, так і в групах, аналізувати інформацію, сортувати її для вирішення бізнес-задач, виявляти ключові проблеми, пропонувати альтернативні шляхи вирішення та оцінювати їх. Його суть полягає у тому, що слухачі отримують інформацію про бізнес-ситуацію, з якою стикнулася будь-яка організація у своїй діяльності, або яка була змодельована як реальна. Напередодні заняття студенти мають ознайомитись з проблемою та обміркувати варіанти вирішення. На заняттях у групах відбувається обговорення запропонованої проблеми. Розглянувши та проаналізувавши велику кількість проблемних ситуацій, майбутні економісти будуть впевнені щодо вирішення аналогічних ситуацій у реальному житті.

Одним з нових методів підготовки бакалаврів з міжнародного бізнесу та економіки у США є активне навчання – це група навчальних технік, спрямованих на вдосконалення викладацького процесу. Критеріями ефективності цього методу є зріст здатності студентів запам'ятовувати економічні факти, вдосконалення умінь обробляти інформацію, підвищення ентузіазму студентів до прийняття активної участі у занятті та загальне задоволення процесом навчання. Література останніх двадцяти років нараховує багаточисельні приклади успішного використання методу активного навчання (Т. Бергстром та Дж. Міллер, Д. Джонсон, Р. Джонсон та К. Сміт, М. Сільберман).

Ключовим принципом активного навчання є те, що студенти беруть активну участь у своєму навчанні. Студенти вчаться більше та краще, коли вони не лише чують факти, а і застосовують їх. Вони потребують нових знань для вирішення проблеми, або збору нових фактів. Цей важливий крок зміцнює навчання та підтверджує ефективну трансформацію знань. Такий метод допомагає утримувати увагу студентів і зменшує можливості не зрозуміти нову економічну концепцію. Цей метод залучає студентів до підсилення навчання їх одногрупників. Для здійснення вправи активного навчання можна на короткий час (10-15 хвилин) перервати звичайну лекцію.

Запорукою успішності активного навчання є чітке окреслення його цілей та усвідомлення цих цілей студентами. Цілі визначаються для того, що знати, що саме студенти повинні вміти робити після закінчення навчання. Студенти повинні погодитися із усіма навчальними цілями. Викладач повинен дати чітке направлення, і завдання повинно бути продемонстровано. Викладач спостерігає за процесом виконання завдання та робить виправлення і пропозиції для того, щоб і надалі спрямовувати студентів до вірного висновку.

Сучасні американські економісти вважають, що семінарські заняття, присвячені розвитку критичного мислення, є ідеальним середовищем для інтегрування тематичних художніх фільмів до навчальних програм бакалаврів економіки. Енн Мейсі, викладач університету Західного Техасу, стверджує, що використання фільмів у якості альтернативного методу стимулює студентів цікавитися економічними питаннями та надає образності, яка посилює увагу та довготривалу пам'ять. Фільми забезпечують необхідний зв'язок між теорією та реальністю. Фільми представляють тему візуально із необхідним підґрунтям, щоб допомогти глядачам краще зрозуміти проблему. Фільми – це, по суті, візуальні кейси з образами, які спроможні підвищити рівень запам'ятовування та розуміння. Студентам не потрібно відтворювати ситуацію самостійно для того, щоб визначитись із питанням. Натомість, вони здатні розглянути ситуацію з відокремленої точки зору. Як наслідок, студенти не приймають той чи інший бік через свої власні відчуття. Це дозволяє оцінити

та проаналізувати ситуацію без упереджень та прихильності. Будь-які упередження виносяться на обговорення на відкритих семінарах [3].

Для успішного використання фільмів, як засобу навчання та демонстрації умінь критичного мислення, викладач повинен окреслити головні питання, для того щоб скерувати обговорювання та дотримуватися теми. До того ж, кожен фільм повинен бути присвяченим новому питанню, з метою уникнення повторювань тем. Е. Мейсі наводить список із тридцяти п'яти фільмів до тем корпоративного управління, етики та суспільства.

Метод «Відео за запитом» досліджували інші американські науковці. Викладачі з різними технологічними можливостями приєднуються до світу використання комп'ютерів у навчанні. Викладачі економіки, підприємці, державне та приватне телебачення мають величезний потенціал до використання відеоматеріалів у посиленні цього процесу. Державне телебачення Північно-західного Огайо визнало цей потенціал та розпочало інноваційний проект розвитку партнерства, з метою допомоги викладачам економіки. Телекомпанія розробила поточний проект, який складається з математичних та наукових відео кліпів, які викладачі могли показати під час своїх занять за допомогою Інтернету. Після перегляду відеокліпів студентам було запропоновано відповісти на запитання спеціально розроблених анкет, з метою перевірки засвоєного матеріалу. Підсумковий результати використання методу «Відео за запитом» доводять його ефективність. Лише деякі фактори перешкоджали впровадженню зазначеної методики: недосконалість комп'ютерного забезпечення, недосвідченість у використанні комп'ютерів, викладацька завантаженість та незручні розклади. Але усі ускладнення були подолані і даний проект переростає у загальнонавчаний викладацький інструмент. Розроблені відео кліпи показали свою ефективність та користуються великим попитом у викладачів економіки.

Однією з найголовніших переваг використання такого проекту є можливість використання місцевих економічних подій, які були висвітлені у місцевих телепередачах та на державному телебаченні. Місцеві економічні

новини використовуються для реалістичного застосування економічних концепцій, з якими студенти вже ознайомились. Прикладом може бути банкрутство або успішне зростання місцевого бізнесу, знайомого для студентів, з метою ілюстрації концепцій попиту та пропозицій за допомогою комп'ютеризованих відеокліпів. Такі кліпи модернізують та роблять більш актуальними, щоб зробити навчання дедалі виразним та доречним. Ключовим аспектом такого виду діяльності є те, що відеокліпи можуть сприяти розвитку взаємодії між бізнесовими структурами, освітніми та інформаційними, від чого економічна освіта отримує багато переваг. Використання методу «Відео за запитом» підвищило успішність учнів з економіки, особливо це видно з кількісного дослідження даного методу.

Провідними методами підготовки фахівців з міжнародного бізнесу у вищих навчальних закладах США є використання навчальних ігор і моделей, збільшення ролі письмових завдань, вивчення економіки та бізнесу за допомогою методів кейсів та активного навчання. Зростаючої популярності у підготовці фахівців з міжнародного бізнесу у вищих навчальних закладах США набувають інноваційні технологічні методики: заняття у комп'ютерних економічних лабораторіях, використання тематичних художніх фільмів та «Відео за запитом».

Список джерел:

1. Joseph M. & Saunders P. «Playing the Market Game» in Recent Research in Economics Education / Edited by Keith G. Lumsden. - Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1970. – 245 p.
2. Lewis D. R. & Wentworth D. R. A review of research on instructional games and simulations in social science education// Social Education. – 1973. – May. – P. 432 – 440.
3. Macy A. Using Movies as a Vehicle for Critical Thinking in Economics and Business// Journal of Economics and Economic Education Research. – 2008. - Volume 9, № 1. – P. 31 – 52.