

СТИМУЛИРОВАНИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ (из опыта преподавания дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях»)

Аннотация. В статье освещены основные формы аудиторной и контролируемой самостоятельной работы студентов, используемые в ходе проведения занятий по дисциплине «Основы бизнеса и права в информационных технологиях», которые призваны стимулировать познавательную активность обучающихся.

Ключевые слова: познавательная активность, информационные технологии, образовательные технологии, инновации, презентации, групповая деятельность, проблемное обучение, проектное обучение.

Summary. The article highlights the main forms of students' self-directed and independent work, used in the course of classes on the discipline «Fundamentals of Business and Law in Information Technologies», which are designed to stimulate the cognitive activity of students.

Keywords: cognitive activity, information technologies, educational technologies, innovation, presentations, group activities, problem training, project training.

Непрерывное образование как одна из современных образовательных технологий немислима без стойкой потребности в познавательной активности. Активность как свойство личности, степень и характер ее проявления приобретают все большее значе-

ние в развитии человека, определяя не только его характерологические признаки, но и действенность, интенсивность преобразовательной деятельности [1].

Одной из профессиональных компетенций, которую студенты специальности «Информационные системы и технологии (по направлениям)» обязаны приобрести в ходе изучения дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях», является способность порождать новые идеи (обладать креативностью). Базовым условием для этого выступает стимулирование познавательной активности студентов через различные формы аудиторной и контролируемой самостоятельной работы с использованием современных педагогических технологий.

Дисциплина «Основы бизнеса и права в информационных технологиях», с 2015–2016 учебного года впервые читается в Полесском государственном университете. Введение этого учебного курса связано с вызовами современного рынка труда, на котором востребованы не просто инженеры–программисты, а те, кто имеет дополнительную квалификацию «экономист», которая позволит им в перспективе быть не только исполнителями, но и, обладая необходимыми экономическими и юридическими знаниями, самим организовывать бизнес в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).

Предметом учебной дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» являются особенности бизнеса в сфере ИКТ, а также особенности его организации и правового обеспечения.

Цель учебной дисциплины – изучить основы осуществления предпринимательской деятельности в сфере информационно-коммуникационных технологий, усвоить современный категориальный аппарат бизнеса, исследовать принципы и законы реализации бизнес-проектов в сфере ИКТ, изучить основы права в сфере информационных технологий, в результате чего повысить профессиональную подготовку студентов в области экономической теории и права [2, с. 3].

В соответствии с образовательным стандартом ОСВО 01-40 05 01-2013 содержание дисциплины было разбито на 4 раздела:

- основные положения бизнеса;
- менеджмент организаций в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ);
- организационно-правовое обеспечение предпринимательской деятельности в секторе экономики ИКТ;
- маркетинг и продажи услуг и продуктов ИКТ.

В каждом разделе предусмотрены формы организации работы студентов, способствующие стимулированию их познавательной активности. Дополнительно выполненное (кроме основного курса) задание приносило студенту балл, который учитывался при выставлении итоговой оценки.

В первой (вводной) теме анализируется категориальное пространство современной теории предпринимательской деятельности (бизнес-среда, бизнес-сообщество, капитал, капитализм, рынок, предприниматель, потребитель) и отмечается вариативность трактовки основных понятий. При изучении темы акцентируется внимание на том, что предпринимательская деятельность вообще и в сфере ИКТ в частности представляет собой специфическую инновационную деятельность, направленную на преобразование предметов, связей и отношений окружающего мира с определенной целью. Но не

всякая инновационная деятельность будет предпринимательской. Например, инженерно-изобретательская, инженерно-проектная деятельность являются инновационными, но не предпринимательскими. Предприниматель идет на риск, несет имущественную ответственность, а инженер-изобретатель – нет.

По словам М. Пиатковского, «без предпринимателей не было бы коммерчески используемых инноваций. Вот почему дух предпринимательства и, следовательно, предприниматели, превращающие чьи-либо идеи в экономическую реальность, так важны» [3, с. 20].

По мнению Й. Шумпетера, автора одного из методологических подходов к определению инновации, выполнять предпринимательскую функцию может только субъект, обладающий способностями инноватора и способный реализовывать новые комбинации факторов производства. Ученый разграничил понятия «экономический рост», предполагающий количественные изменения, и «экономическое развитие», результатом которого выступают качественные модификации. На этом основании Й. Шумпетер выделил понятие «инновация» [4, с. 54–72].

Внимание студентов акцентируется на том, что способность предпринимателя перевести продуктивную хозяйственную деятельность в теоретико-рефлексивную форму характеризует его как носителя инновационной компетентности в данной сфере. В практическом отношении такая способность представляется исключительно важной не только для собственно инновационной практики, но и для подготовки, повышения квалификации кадров предпринимательской сферы в такой системе образования, в которой приоритет отдается формированию творческой и гуманистически ориентированной личности, способной ставить задачи собственного роста и решать их. Такой подход отвечает современному пониманию формирования компетентного специалиста-предпринимателя, *ориентированного на опережающее развитие относительно достигнутого уровня.*

Инновационная компетентность предполагает инновационную восприимчивость субъекта. Последнюю можно классифицировать по трем видам: 1) восприимчивость к собственно инновациям или открытиям; 2) способность увидеть элементы нового в относительно устоявшемся; 3) умение предложить принципиально новое решение проблемы. Инновационно ориентированный субъект предпринимательства в накопленном опыте усовершенствований собственной деятельности и опыта других видит материал для инновационного преобразования, для творчества в своей экономической области. Таким образом, результатом рассмотрения первой темы курса выступает осознанная ориентация на приобретение знаний и формирование способности генерировать новое.

При изучении темы «Осмысление предпринимательства в научной и учебной литературе» студентам было предложено подготовиться к семинару, где основным вопросом для обсуждения является «Особенности рассмотрения предпринимательства в отечественной и зарубежной литературе». Кроме перечня основной литературы по теме, студенты получили и список дополнительной. Семинарское занятие организуется в виде круглого стола, где каждая сторона аргументировано (со ссылками на первоисточники) должна доказать состоятельность и актуальность концепций предложенных авторов. При этом приветствуется и высоко оценивается самостоятельность и нестандартность интерпретации авторских теорий.

В третьей теме, рассматривая характеристики субъекта предпринимательской де-

ятельности, необходимо отметить важность его ценностных ориентаций и мотивов. В социальной плоскости целями предпринимателя будут самоутверждение, самореализация, независимость. В высшей духовно-нравственной сфере целями будут доброделание, служение общему благу, что, в конечном итоге, приносит предпринимателю морально-психологическое удовлетворение, чувство значимости и полезности своей деятельности. Здесь студентам на семинаре предлагается подискутировать на тему соотношения общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве. При обсуждении подчеркивается, что предприниматели должны вести свои дела в соответствии с общественными ожиданиями, и с философской точки зрения целью предпринимательства должно быть удовлетворение основных жизненных и культурных потребностей человека.

Для получения актуальных знаний по теме второго раздела «Этапы разработки программных продуктов» к студентам на занятие приглашается практикующий специалист, ИТ-профессионал (например, сотрудник ЕРАМ), который рассказывает об особенностях создания ИТ-продукта и специфике командной работы над проектом. Ребята имеют возможность активно задавать вопросы. Отметим, что общение со специалистом в таком формате призвано заинтересовать студентов и стимулировать их получать знания, необходимые им как будущим работникам ИТ-сферы.

Задача третьего раздела – исследовать источники правовой информации и требования к организации управленческой и предпринимательской деятельности. Студенты знакомятся с основными нормативно-правовыми актами, регулирующими бизнес в сфере ИКТ. Проявить свою креативность и приобрести опыт командной работы обучающиеся могут при разработке бизнес-плана проекта в сфере ИКТ, в процессе подготовки и демонстрации его презентации и питча («презентации для лифта»). Здесь оценивается и оригинальность проекта, и его подача, и умение обосновать актуальность и значимость предлагаемой идеи. Важным является тот факт, что вся группа принимает участие в обсуждении выполненных работ, что позволяет выявить слабые и сильные стороны каждой из них.

Наиболее интересные проекты студенты могут представить на традиционном PINSK INVEST WEEKEND, имеющем международный статус и проводимом в нашем университете дважды в год. Учебной программой по дисциплине запланировано посещение группами студентов указанной выше специальности этого мероприятия с целью ознакомления с процессом выступлений участников форума, а также услышать критические замечания и советы экспертной комиссии, изучить основные тенденции в сфере инноваций.

Четвертый раздел «Маркетинг и продажи услуг и продуктов ИКТ» знакомит студентов со спецификой и структурой рынка информационных услуг и продуктов, основами организации коммерческой деятельности в сетях, системами и формами электронной коммерции. Особый интерес у слушателей вызывает изучение особенностей популяризации услуг и товаров в сетях и исследование типичных ошибок в рекламе. Известно, что реклама сегодня – необходимое условие востребованности товара или услуги у покупателя. Обращается внимание обучающихся на необходимость постоянного мониторинга интересующей их ниши рынка, что позволит получить комплексное знание и расширит возможности для приложения предпринимательской инициативы.

В рамках реализации такой педагогической технологии, как проблемное обучение, студентам предлагается создать рекламу самостоятельно, учитывая спец-

ифику рекламируемого объекта и особенности потенциальных потребителей. При этом выбирается товар или услуга, которая, на первый взгляд, никак не может привлечь клиента. Здесь студенты получают возможность продемонстрировать ограниченную только общепринятыми нормами нестандартность мышления и оригинальность решений. В качестве фокус-группы привлекаются ребята с других факультетов.

Подводя итог сказанному, отметим, что содержание дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» позволяет использовать широкий спектр различных форм и методов обучения, стимулирующих познавательную активность студентов, вооружая их актуальными знаниями и необходимыми для будущей профессиональной деятельности умениями и навыками.

Литература

1. Боброва, И. А. Развитие познавательной активности студентов в системе непрерывного профессионального образования [Электронный ресурс] / И. А. Боброва / Электронная библиотека диссертаций. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/razvitiie-poznavatelnoi-aktivnosti-studentov-v-sisteme-nepreryvnogo-professionalnogo-obrazova>. – Дата доступа: 14.03.2018.
2. Гориш, И. В. Основы бизнеса и права в информационных технологиях : дидактические материалы / авт.-сост. И. В. Гориш. – Пинск : ПолесГУ, 2016. – 92 с.
3. Пиатковский, М. Экономические и институциональные факторы «новой экономики» в странах с переходной экономикой / М. Пиатковский // Белорусский экономический журнал. – 2004. – № 1. – С. 14–23.
4. Шумпетер, Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) : пер. с англ. / Й. Шумпетер. – Москва : Прогресс, 1982. – 455 с.