

России. Важно отметить, что все магистранты с большим удовольствием публикуются в сборнике «Теория и методика профессионального образования» (Белоруссия), международном журнале «Мастерство» (Белоруссия) и других изданиях.

Указанные принципы являются основополагающими и для организации самостоятельной работы студентов в поиске и реализации научных изысканий. Содержание статьи не охватывает всех вопросов, связанных с принципами научно-исследовательской работы студентов, а только актуализирует важность данной проблемы.

### Библиографический список

1. *Раздутьева Е.М.* Развитие исследовательских способностей студентов педагогического вуза / Е.М. Раздутьева: автореф. канд. дис. по псих. наук. М., 2008. 24 с.

2. *Острикова Е.А.* Психолого-педагогические основы формирования исследовательских умений и навыков школьников / Е.А. Острикова // Молодой ученый. 2012. № 10. С. 358–361.

УДК 378

К.В. Недумова  
РГППУ, Екатеринбург

### ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ

**Аннотация.** Статья посвящена вопросам инновационной модели образовательной среды ВУЗа при обучении предпринимательству. Особое внимание обращается на особенности процесса обучения предпринимательству, одна из которых – формирование «мягких» компетенций у магистрантов. На основе проведенного исследования по технологии совмещенного *ABC/XYZ*-анализа был выявлен спрос на высшее предпринимательское образование со степенью «магистр» среди бакалавров РГППУ.

**Ключевые слова:** предпринимательство, образовательная среда, процесс обучения предпринимательству, бизнес-идея, основная образовательная программа, проблемно-ориентированный и проектный подходы к обучению.

Основная цель концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2016–2020 гг., – формирование конкурентоспособного человеческого потенциала. Указанная цель достигается за счет реализации следующих задач: развития инновационной модели деятельности ВУЗа, кардинального совершенствования модели обучения по программам аспирантуры и магистратуры, модернизации образовательных программ,

технологий и содержания образовательного процесса на всех уровнях профессионального образования через внедрение новых вариативных образовательных программ на основе индивидуализации образовательных траекторий с учетом личностных свойств, интересов и потребностей обучающегося, внедрения в образовательную среду технологий проектного обучения [1].

Логика вышеупомянутого руководящего документа основана на изучении потребности образования в России. Важнейшим фактором повышения эффективности и производительности труда в России является развитие человеческих ресурсов, способных обеспечить самозанятость посредством реализации предпринимательских инициатив. Можно смело утверждать, что на сегодняшний день существует потребность в высшем предпринимательском образовании, поскольку становление малого и среднего предпринимательства как части большого экономического пространства является механизмом развития современной рыночной экономики. С позиции личностного развития растет потребность в самореализации и способность к самостоятельному созданию рабочих мест. Внедрение циклов разработки и новых образовательных технологий, венчурного предпринимательства и выращивания инновационного бизнеса непосредственно в процесс обучения является фундаментальным аспектом развития человеческого капитала и возникновения в последующем конкурентоспособного предпринимателя.

В Российском государственном профессионально-педагогическом университете ведется подготовка студентов по основным профессиональным образовательным программам высшего образования в соответствии с ФГОС ВО «Профессиональное обучение (по отраслям)» и по другим направлениям, таким как «Менеджмент» и «Экономика». Так, например, на сегодняшний день в ВУЗе уже реализуется образовательная программа «Предпринимательская деятельность с углубленным изучением английского языка» на уровне бакалавриата по направлению подготовки «Профессиональное обучение (по отраслям)» с ориентацией выпускника прежде всего на будущую педагогическую сферу деятельности.

Обучение предпринимательству в университете носит комплексный характер. В систему формирования предпринимательских компетенций входит несколько элементов:

- формирование предпринимательских знаний и навыков в процессе обучения;
- поддержка предпринимательской деятельности с помощью развитой инфраструктуры;
- проведение научных исследований в области предпринимательства;
- развитие сетевого коммуникационного предпринимательского пространства [2].

Формирование предпринимательских компетенций базируется на фокусировке внимания обучающихся на анализе и разрешении какой-либо

конкретной проблемной ситуации, погружении в исследуемую проблему. Обучение с высокой практической направленностью предусматривает не столько аудиторную работу, сколько реальную работу студентов над созданием и развитием собственных бизнес-идей, участие в программах наставников (менторов) из реальной сферы бизнеса, проведение выездных мероприятий, стажировки в компаниях.

Основное назначение магистерской программы – стимулирование предпринимательской активности. Такой подход к процессу обучения является привлекательным для поступающих на программу магистратуры, поскольку он наглядно демонстрирует на практике реальную возможность создать свой собственный бизнес еще в процессе обучения. Основной акцент делается на формирование у магистрантов «мягких» компетенций, таких как умение ставить и решать инновационные задачи, умение работать в команде, умение распределять зоны ответственности внутри команды, умение принимать риски, умение вести деловые переговоры, распознавать возможности бизнес-проекта, мыслить креативно и нестандартно.

Одним из элементов вузовской предпринимательской системы является взаимодействие студентов и преподавателей в различных конкурсах предпринимательских и инновационных идей. В рамках образовательной программы студенты участвуют в различных мероприятиях инновационного характера, например, «Инновационный дайвинг» УрФУ, конкурс «Минута технославы» ИННОПРОМ, форум «Утро» и др. В ходе подобных мероприятий проходят серии открытых лекций, обмена опытом, серии факультативов и мастер-классов по предпринимательству. Ключевая особенность заключается в форме проведения образовательного мероприятия. Выездной интенсивный курс бизнес-моделирования предполагает полное погружение в изучаемую проблему за счет насыщенного графика.

Формирование предпринимательских компетенций поддерживается специализированными инфраструктурными элементами предпринимательской экосистемы, такими как акселераторы, бизнес-инкубаторы, технопарки и т. д. На базе образовательных организаций работают обособленные подразделения (центры, кафедры, лаборатории), организующие обучение предпринимательству и выступающие связующим звеном различных элементов инновационной инфраструктуры.

В РГППУ такую роль выполняет «Лаборатория студенческого предпринимательства», созданная на базе кафедры менеджмента. Цель деятельности научного объединения заключается в реализации миссии образовательной организации и содействие созданию предпринимательской экосистемы университета. Для достижения цели научным объединением решаются задачи, представленные ниже.

1. Создание творческого пространства для генерации бизнеса и социальных инициатив студентами и преподавателями университета.
2. Обеспечение поддержки студентов и преподавателей в процессе генерации ими бизнеса и социальных инициатив.

3. Обеспечение поддержки участия студентов и преподавателей в различных конкурсах инноваций, получения грантов, премий в области предпринимательства и т. п.

4. Информирование широкой общественности о деятельности и результатах работы с целью привлечения внимания к достижениям университета в области студенческого предпринимательства.

Лаборатория студенческого предпринимательства формирует пространство для общения и творческого взаимодействия студентов вместе с преподавателями и внешними заинтересованными сторонами. Научное объединение явилось прообразом магистерской программы, предполагает создание образовательной среды будущих предпринимателей. Находясь в окружении единомышленников, появляется возможность учиться и обмениваться опытом, обсуждать бизнес-идеи, новые законопроекты. Из вышесказанного следует, что лаборатория студенческого предпринимательства способствует развитию сетевого коммуникационного предпринимательского пространства в университете.

Особенностью образовательной программы по направлению «Креативное предпринимательство» является возможность начать бизнес параллельно с учебным процессом, а также возможно системное включение студентов во взаимодействие с субъектами реального сектора экономики и науки. Программа подготовки по вышеназванному направлению соответствует образовательным и научным традициям университета, особенно в развитии Уральского региона, согласована с представителями работодателей, таких как Институт экономики УрО РАН, Российская ассоциация обучения предпринимательству, Свердловский областной фонд поддержки предпринимательства, Екатеринбургский центр развития предпринимательства.

Для формирования «мягких» предпринимательских компетенций используются такие технологии обучения, как проблемно-ориентированный и проектный подходы, онлайн-обучение, техники дизайн-мышления, технология фасилитации команды, форматы деловых игр, кейс-стади на аудиторных занятиях, изучение научно-исследовательских статей наряду с учебниками.

Таким образом, основной фактор успеха в формировании предпринимательских компетенций заключается в наличии полного замкнутого цикла обучения и поддержки предпринимательства от передачи базовых знаний до реальной поддержки начинающего предпринимателя.

Подготовка будущих предпринимателей носит сугубо практический характер, поскольку нужны не только теоретические положения, а некие рецепты действий в той или иной ситуации для того, чтобы сделать свой бизнес стабильным и развивающимся. Отсюда следует, что и сам процесс обучения должен осуществляться на основе предпринимательского подхода, т. е. быть многовариантным, самоадаптирующимся к быстро меняющимся условиям и запросам обучаемых. Естественно, он должен отвечать

таким известным принципам, как доступность, непрерывность, конкретность, единство требований, дифференцированность подхода, широкопрофильность, альтернативность.

Поиск методов и технологий обучения, соответствующих требованиям социально-экономических реалий, является важнейшим направлением повышения качества профессионального образования в современной высшей школе. Среди инновационных форм и методов обучения исследователи рассматривают проблемные, активные, интерактивные методы, информатизацию обучения, различные игровые и творческие формы обучения. Одним из важных направлений такого поиска является разработка проблемно-ориентированных методов обучения [3].

Рассмотрим основные подходы и технологии к обучению предпринимательству. Проблемно-ориентированный подход к обучению заключается в том, что в образовательной практике необходимо вычленить проблемы, которые обуславливают постановку целей. Для каждой выделенной проблемы разрабатываются программы, которые воплощаются в жизнь своеобразными методами вновь через функции (например, управленческие). Проблемно-ориентированный подход к обучению позволяет сфокусировать внимание студентов на анализе и разрешении какой-либо конкретной проблемной ситуации, что становится отправной точкой в процессе обучения. При этом иногда важно не столько решить проблему, сколько грамотно ее поставить и сформулировать. Проблемная ситуация максимально мотивирует студентов осознанно получать знания, необходимые для ее решения [4].

Следовательно, важное требование проблемно-ориентированного подхода заключается в обязательном опережающем выделении и анализе проблем образования, в разработке программ по их решению. Проектная деятельность в рамках магистерской программы предполагает на протяжении обучения сформулировать бизнес-идею и в дальнейшем работать на развитие и реализацию этой идеи.

*Основная цель (миссия) магистерской программы «Креативное предпринимательство»* – подготовить специалистов, обладающих компетенциями генерации инновационного бизнеса и социальных инициатив, что обеспечит развитие инновационного и социального предпринимательства, позволит решать задачи повышения конкурентоспособности страны. К ключевым компетенциям, формируемым в рамках настоящего профиля, относятся: распознавание и оценка бизнес-возможностей, генерация бизнеса и социальных инициатив, признание и принятие роли креативности во всех аспектах бизнеса, разработка инновационной стратегии (включая лицензионную стратегию и стратегию защиты интеллектуальной собственности) малого предприятия; разработка бизнес-плана инновационного проекта; управление финансовой деятельностью (в т. ч. инвестиционной) на малом инновационном предприятии.

На основании выявленной потребности в высшем предпринимательском образовании и отсутствия реализуемой подобной образовательной программы в РГППУ была сформулирована концепция по разработке и внедрению в образовательный процесс университета магистерской программы «Креативное предпринимательство» по направлению 38.04.02 «Менеджмент». В связи с этим является актуальным рассмотрение спроса на данную образовательную услугу, а также окупаемости магистерской программы.

Для выявления спроса на заявленную магистерскую программу был проведен социологический опрос студентов РГППУ. Респондентам было предложено ответить на вопросы анкеты, осуществить выбор варианта ответа и написать свое мнение. Обработка результатов происходила по технологии совмещенного *ABC/XYZ*-анализа, основная идея которого состоит в группировании объектов анализа по мере однородности анализируемых параметров, по коэффициенту вариации.

Опрос студентов РГППУ проводился в режиме онлайн на официальной странице университета в социальной сети «ВКонтакте». Исследование носит выборочный характер, что подтверждается формой проведения опроса. Для социологического исследования была использована выборочная совокупность, состоящая из 81 студента, что составляет около 3 % от общего числа обучающихся студентов РГППУ. На вопросы анкеты из десяти вопросов отвечали студенты, обучающиеся с третьего по пятый курс:

– 24 студента третьего курса, из них 18 женского пола (75 %), 6 (25 %) – мужского;

– 47 студентов четвертого курса, из них 42 женского пола (89 %), 5 (11 %) мужского;

– 10 студентов пятого курса, из них 7 женского пола (70 %), 3 (30 %) – мужского.

В целом анализ данных анкетного опроса показал, что большинство респондентов желают продолжать обучение в магистратуре и проявляют интерес к предпринимательской сфере деятельности. Из всех опрошенных студентов продолжать обучение в магистратуре намерены 64 %, причем большая часть – студенты, обучающиеся по программам бакалавриата, в основном представители женского пола. 37 % студентов считают, что поступление в магистратуру и получение степени «магистр» в первую очередь может способствовать карьере в сфере бизнеса; 12 % респондентов – в сфере государственной и муниципальной службы и только 9 % – в научной сфере и сфере профессионального образования. На вопрос об участии в различных проектах (научных, инновационных, бизнес-проектах, культурных и др.) во время обучения по программе бакалавриата 34 % респондентов дали положительный ответ, лишь у 7 % есть свои бизнес-идеи или инновационные проекты, которые бы они хотели реализовать.

Методом касательных в *ABC*-анализе было выделено три группы студентов по принципу платежеспособности на основании заданного ограничения в двадцать восемь тысяч рублей. На рис. 1 наглядно представлено распределение групп респондентов, потенциально заинтересованных в обучении на заявленной магистерской программе.

На основании рассчитанного объема предполагаемых продаж методом касательных, получаем распределение потенциальных клиентов на три группы по общему проценту от объема продаж. Группа потенциальных потребителей *A* принесет 87 % продаж и составляет 55 % всей целевой группы, группа *B* 8 % продаж – 20 %. Таким образом, группа *C* не попадает в категорию платежеспособных студентов. График получен при помощи ранжирования ответов респондентов с нарастающим объемом предполагаемых продаж.

Следующим этапом выделим *XYZ*-факторы в получившихся группах *ABC*, на основании заданных вопросов: № 3, 4, 5.

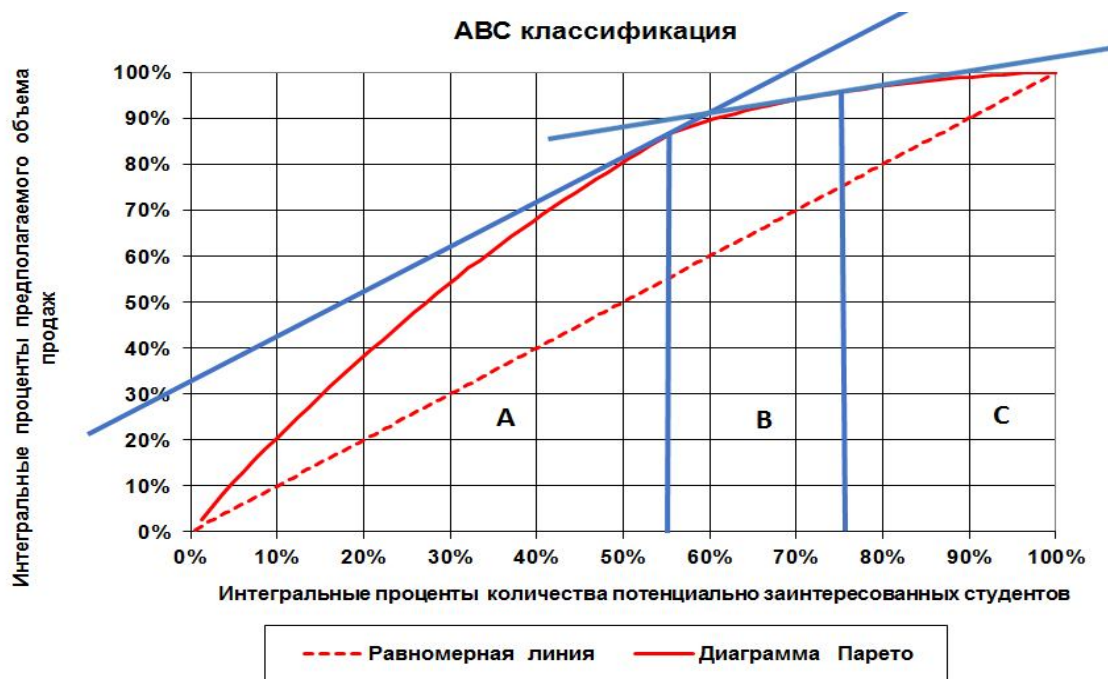


Рис. 1. *ABC*-анализ, метод касательных

Вопрос № 3 выявляет уровень желания обучаться по данной специальности (*X*-фактор), № 4 – уровень наличия временной возможности (*Y*-фактор), № 5 – уровень способности/предрасположенности к обучению по данной специальности (*Z*-фактор).

Сочетание *ABC* и *XYZ*-анализов выявляет безусловных лидеров (группа *AX*) и аутсайдеров (*CZ*). Оба метода хорошо дополняют друг друга. Если *ABC*-анализ позволяет оценить вклад каждой группы респондентов в общем объеме продаж, то *XYZ*-анализ позволяет оценить причины сложившейся ситуации.

По группе *A* получились следующие результаты по *X*-фактору: 16 студентов (36 %) имеют выраженное желание обучаться, подкрепленное наличием потребности, 22 студента (49 %) – не имеют на данный момент времени четком цели и мотивации к обучению, лишь у 7 студентов (16 %) – отсутствует желание обучаться. По *Y*-фактору: 34 респондента, что составляет 76 % от числа опрошенных в рассматриваемой группе, имеют ресурс времени для обучения. Из 34 студентов, ответивших положительно, 56 % привлекает очная форма обучения, а 44 % заочная форма обучения. По фактору *Z* 11 % считают, что профессиональные компетенции сформированы как минимум на пороговом уровне, есть представление о специфике специальности, 22 % – сформированы отдельные составляющие профессиональных компетенций, имеются элементарные умения и навыки, а подавляющее большинство 67 % считают, что необходимые базовые знания, умения, владения еще не сформированы. Представим результаты обработки данных опроса в таблица.

Таблица

Матрица ABC-XYZ анализа

Группа респондентов	Фактор – X, %			Фактор – Y, %			Фактор – Z, %		
	X1	X2	X3	Y1	Y2	Y3	Z1	Z2	Z3
<i>A</i>	20	27	9	42	10	4	6	12	37
<i>B</i>	2	12	2	11	6	0	0	11	6
<i>C</i>	5	15	6	15	10	1	1	10	15

Рассмотрим результаты сводной таблицы детально по выделенным группам и факторам. Распределение мнений респондентов по фактору *X* – желание обучаться представлено на рис. 2.

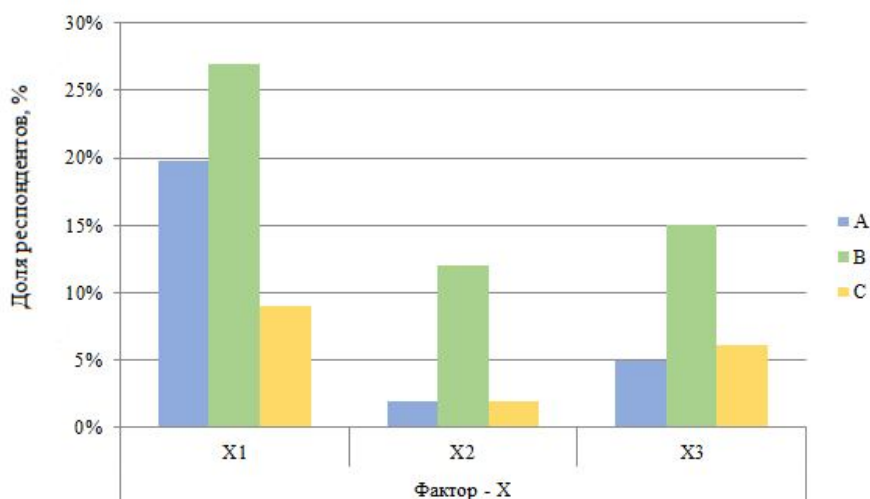


Рис. 2. Взаимосвязь желания обучаться и платежеспособности, % от числа респондентов

Из опрошенных студентов группы *A*, ярко выражено желание обучаться, подкрепленное наличием потребности у 20 %, у 27 % есть желание



обучаться, но респонденты не видят цели, а у 9 % отсутствует желание обучаться. В группе *B* выраженное желание обучаться у 2 % отвечающих, желание не подкрепленное целью у 12 %, а 2 % не считают нужным обучаться в магистратуре. В группе *C* ответы респондентов распределились следующим образом: 5 % желают продолжить обучение на магистерской программе «Креативное предпринимательство», 15 % заинтересовала заявленная программа, но студенты не уверены в цели обучения, лишь 6 % не желают обучаться.

Далее рассмотрим мнение респондентов насчет формы обучения. Респонденты группы *A* (42 %) смогли определиться с желаемой формой обучения, а именно: 19 студентов (56 %) изъявили желание продолжить обучение на очной форме, а 15 (44 %) – на заочной форме обучения. 12 % студентов сомневаются в выборе формы обучения, а остальные 2 % группы *A* затруднились дать ответ. Из респондентов группы *B* 11 % определились с желаемой формой обучения, а именно: 8 студентов (89 %) изъявили желание продолжить обучение на очной форме, а 1 студент (11 %) – на заочной форме обучения; 6 % сомневаются в выборе формы обучения. Студенты группы *C* имеют представление, какая форма обучения подойдет им (15 %), из которых 9 (75 %) респондентов выбрали очную форму обучения, а 3 (25 %) – заочную форму обучения; 10 % опрошиваемых не определились с формой обучения, лишь 1 % – затруднились дать ответ.

Рассмотрим мнение респондентов насчет самооценки сформированности профессиональных компетенций для поступления на магистерскую программу «Креативное предпринимательство». Профессиональные компетенции сформированы, как минимум, на пороговом уровне, есть представление о предпринимательстве у респондентов группы *A* – 6 %, группы *C* – 1 %. Сформированы отдельные составляющие профессиональных компетенций, имеются элементарные знания, умения и навыки у 12 % обучающихся группы *A*, 11 % (*B*), 10 % (*C*). Студенты группы *A* (37 %), считают, что базовые знания еще не получены и требуется формирование профессиональных компетенций. Данную точку зрения разделяют 6 % респондентов группы *B* и 15 % группы *C*. Опрошенные студенты бакалавриата проявляют интерес к создаваемой магистерской программе «Креативное предпринимательство», многие имеют опыт участия в конкурсах бизнес-идей, часть – в качестве руководителя проекта. Также респонденты готовы заплатить установленную стоимость обучения, при этом существует ряд проблем: более 37 % опрошенных считают, что профессиональные компетенции не сформированы.

Анализ ответов респондентов показал перспективу открытия магистерской программы «Креативное предпринимательство», есть спрос на образовательную услугу, также студенты готовы платить установленную на сегодняшний день стоимость обучения. В университете нужно проводить плановые собрания о реализуемых образовательных программах, разъясняющие концепцию каждой из них. Собрания, помимо просветительской функции, будут служить мотивом для «доработки» тех дисциплин,

по которым должны быть сформированы базовые компетенции для поступления в магистратуру. Собрания следует проводить не только для выпускников бакалавриата, но и для всех студентов, начиная с первого курса. Студент, обучаясь на первом курсе, сформирует четкую цель личностного и профессионального развития. Также на всех реализуемых образовательных программах в РГППУ по экономическим дисциплинам, таким как менеджмент, следует ввести семинарское занятие на тему самоменеджмента, поскольку многие из респондентов не могут ответить на вопрос о желаемой форме обучения.

Магистерская программа «Креативное предпринимательство» по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» в РГППУ реализуется с начала учебного года, таким образом работа автора является реальным образовательным продуктом для университета. В перспективе предполагается дальнейшее развитие выбранной темы исследования в рамках обучения по магистерской программе.

### Библиографический список

1. Концепция Федеральной целевой программы развития образования на 2016–2020 годы, от 29 декабря 2014 г. № 2765-р.

2. *Маршалкина Т.В.* Особенности управления проектами по созданию инновационных продуктов / Т.В. Маршалкина // *Инновации*. 2015. № 195.

3. *Зарипова Н.Ш.* Обучение предпринимательству в современном социокультурном пространстве / Н.Ш. Зарипова // *Информация и образование: границы коммуникаций*. 2014. № 6 (14).

4. *Паникарова С.В.* Лучшие практики обучения предпринимательству: возможности использования в России / С.В. Паникарова, А.В. Иванова, Ю.Б. Рубин, Д.Ю. Матвиенко, Д.Г. Шишкин, С.Н. Полбицын // *Формирование профессиональных предпринимательских компетенций молодежи в процессе обучения предпринимательству: сб. тезисов докладов Межд. конф.* (18.11.2014 г., Москва). М.: Синергия, 2014. 282 с.

УДК 378.017.92

С.Ф. Масленникова  
УГЛТУ, Екатеринбург

### ВОСПИТАНИЕ ЭСТЕТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ЛЕСОТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА

*Аннотация.* В статье раскрывается значение воспитания эстетической культуры у студентов лесотехнического вуза. В ней рассматриваются понятия «воспитание эстетической культуры студентов лесотехнического вуза», «эстетическая культура», ее компоненты (эстетическое сознание, эстетическая художественная деятельность), а также возможности воспитания эстетической культуры