

МЕЖПРЕДМЕТНЫЕ СВЯЗИ В ПРОЦЕССЕ ОБРАЗОВАНИЯ БАКАЛАВРОВ (НА ПРИМЕРЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 080200 «МЕНЕДЖМЕНТ»)

Е.А. Трофимова
*Южно-Уральский государственный университет,
филиал в г. Кыштыме*

INTERDISCIPLINARY RELATIONSHIPS IN BACHELOR'S DEGREE PROGRAMS (ON THE EXAMPLE OF 080200 "MANAGEMENT" TRAINING AREA)

E. Trofimova
Kyshtim branch of South Ural State University

Определены межпредметные связи между дисциплинами образовательной программы по направлению «Менеджмент». Установлена связь между дисциплинами на основе общих осваиваемых компетенций, определены узловые точки развития усваиваемого учебного материала.

Ключевые слова: межпредметные связи, учебные дисциплины, менеджмент, бакалавр, федеральный государственный образовательный стандарт третьего поколения, компетенции.

Interdisciplinary relationships between academic disciplines of educational program for the area "Management" are identified. The relationships between academic disciplines are established on the basis of common competences. The key points of developing academic material are detected.

Keywords: interdisciplinary relationships, academic disciplines, management, bachelor, federal state educational standard of the third generation, competences.

Межпредметные связи в профессиональном обучении являются конкретным выражением интеграционных процессов, происходящих сегодня в науке и жизни общества. Эти связи играют важную роль в повышении практической и научно-теоретической подготовки студентов, существенной особенностью которой является овладение ими обобщенным характером познавательной деятельности. Обобщенность же дает возможность применять знания и умения в конкретных ситуациях, при рассмотрении частных вопросов как в учебной, так и в производственной деятельности.

В государственном образовательном стандарте третьего поколения были внесены значительные изменения. Федеральные образовательные стандарты третьего поколения определяют позицию компетентного подхода в образовании, перешедшую из стадии «самоопределения» в стадию «самореализации».

Современный этап модернизации высшего образования определяет перспективы повышения уровня компетенций выпускников на ближайшие годы и ставит задачу подготовки бакалавров знающих, мыслящих, способных самостоятельно и быстро ориентироваться в постоянно меняющихся экономических и технологических условиях [1, 5].

Вместо дидактических единиц, раскрывающих конкретное содержание каждой дисциплины федерального компонента, были определены общекультурные и профессиональные компетенции, которыми должны обладать будущие менеджеры, чтобы быть способными решать задачи в соответствии с тремя видами профессиональной деятельности: организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской. Профессиональная компетентность – интегральная характеристика деловых и личност-

ных качеств будущего специалиста, отражающая уровень знаний и умений, достаточный для достижения цели в определенной деятельности [2].

Данный подход позволяет заранее при разработке учебных планов, основных образовательных программ и рабочих программ планировать межпредметные связи между дисциплинами, так каждый предмет вносит свой вклад в формирование определенных общекультурных или профессиональных компетенций.

На 1-м курсе изучение профессиональных дисциплин начинается с «Микроэкономики» и «Истории управленческой мысли» (составной части «Теории менеджмента») в 1-м семестре и «Макроэкономики» и «Маркетинга» во 2-м семестре.

Для изучения курса «Микроэкономика» необходимо знание математики, информатики, истории, экономики, иностранного (английского) языка, обществознания, экономической географии, которые изучаются в школе или техникуме. Она является основой изучения для всех последующих экономических дисциплин. Микроэкономика позволяет формировать такие компетенции, как ОК-2, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-12, ОК-13, ОК-14, ПК-26, ПК-28, ПК-29, ПК-30, ПК-50.

Для изучения курса «История управленческой мысли» необходимо знание истории, обществознания. Она является основой для изучения дисциплин «Теория организации», «Организационное поведение», «Управление человеческими ресурсами», «Стратегический менеджмент», «Деловые коммуникации» и других управленческих дисциплин. «История управленческой мысли» формирует следующие компетенции: ОК-2, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-10, ОК-12, ПК-1, ПК-4, ПК-13, ПК-14, ПК-25, ПК-26, ПК-36.

Для изучения дисциплины «Макроэкономика» необходимо знание микроэкономики, математики, информатики, истории, иностранного (английского) языка. Она является основой изучения для всех последующих экономических дисциплин. Макроэкономика позволяет формировать такие компетенции, как ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-12, ОК-13, ОК-14, ПК-26, ПК-27, ПК-28, ПК-29, ПК-50.

Для изучения курса «Маркетинг» необходимо знание микроэкономики, математики, информатики, истории, истории управленческой мысли. Она является основой изучения

для всех таких экономических дисциплин, как «Экономика предприятия (организации)», «Логистика», «Ценообразование» и др. Маркетинг вносит вклад в формирование таких компетенций, как ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-12, ОК-17, ОК-20, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-21, ПК-23, ПК-26, ПК-27, ПК-29, ПК-30, ПК-31, ПК-34, ПК-36, ПК-49, ПК-50.

Таким образом, происходит комплексное формирование общекультурных и профессиональных компетенций. Но в стандарте не указаны разделы дисциплин и конкретные дидактические единицы, изучение которых вносит вклад в формирование той или иной компетенции. Эту задачу должны выполнить сами вузы при разработке рабочих программ.

Рассмотрим, как изменяется изучение такого понятия, как «спрос», на 1-м курсе обучения будущих менеджеров. Это одна из основных дидактических единиц, знать и свободно оперировать которой должен любой выпускник. Первоначальное представление студенты получают еще в школе в курсе обществознания или экономики. На 1-м курсе при изучении дисциплины «Микроэкономика» дается следующее определение спроса: «Спрос – это количество товара, которое покупатель готов приобрести по определенной цене в определенный момент времени». Кроме того, студенты знакомятся с определениями «индивидуальный спрос», «рыночный спрос», «спрос на товар», «спрос на ресурс».

В курсе «Макроэкономика» данное определение проходит новую узловую точку развития. Дается определение «совокупный (агрегированный) спрос». Рассматриваются спрос на рынке товаров и услуг и спрос на денежном рынке.

При изучении дисциплины «Маркетинг» данное понятие проходит новую узловую точку развития. Дается такое определение: «Спрос – это платежеспособная потребность». Изучается негативный, отсутствующий, потенциальный, падающий, нерегулярный, полноценный, чрезмерный и нерациональный спрос.

При прохождении узловых точек необходимо обратить внимание на операцию восстановления понятия, то есть восстановление набора признаков данного понятия, сопоставление их с новыми, выявление сути того, почему новые признаки оказались существеннее ранее изученных. В противном случае у студентов может возникнуть проблема «расщепления понятия»: в сознании оказываются два

несвязанных между собой понятия с одним названием [3]. Особенно следует обратить внимание на узловые точки при одновременном изучении курсов «Маркетинг» и «Макроэкономика», иначе при изучении последующих экономических дисциплин у студентов могут сложиться не совсем правильные или неполные представления об изучаемом понятии [4].

Поэтому целесообразно, используя методику Л.И. Шрагиной [6], проверить уровень представлений об изучаемом понятии при прохождении узловой точки и провести работу по осмыслению содержания понятия, акцентируя внимание на его существенных и несущественных признаках. Это необходимо для улучшения восприятия и формирования четкого представления о ключевых экономических понятиях.

Но для успешного оперирования данным понятием цикл восприятие – осознание – соотнесение – выработка установки – определение недостаточно, так как заключительным этапом алгоритма усвоения научного понятия является использование понятия [3]. Будущие бакалавры должны обладать не только знаниями, но и умениями и навыками, чтобы быть конкурентоспособными выпускниками на российском рынке труда.

Поэтому студенты должны уметь использовать понятие «спрос» при решении задач на репродуктивном и эвристическом уровнях усвоения и, желательно, на творческом уровне. В дисциплинах «Микроэкономика» и «Макроэкономика» студенты обычно решают типовые задачи, задачи на подстановку, конструктивные задачи и значительно реже нетиповые задачи. В процессе выполнения курсовой работы по дисциплине «Микроэкономика» студенты действуют на эвристическом уровне. При изучении курса «Маркетинг»

студенты работают с понятием «спрос» прежде всего в тестах, деловой игре и кейсовых ситуациях, соответствующих репродуктивному и эвристическому уровням. Данный термин затем используется в ряде других экономических дисциплин, но использование данного понятия на творческом уровне возможно лишь при выполнении выпускной квалификационной работы по соответствующей теме или участии в олимпиадах и выполнении научно-исследовательской работы.

Литература

1. Байгушкина, И.В. Основные аспекты формирования математико-информационной компетентности бакалавров / И.В. Байгушкина, Т.С. Шмидт // *Международные научно-практические интернет-конференции*. – <http://www.sworld.com.ua/konfer25/503.htm>
2. Банникова, Т.М. Математическая компетентность бакалавра математики как основа его профессиональной компетентности / Т.М. Банникова, Н.И. Леонов // *Вектор науки ТГУ*. – 2011. – № 3 (6). – С. 43–46.
3. Калугин, Ю.Е. Использование понятий из курса физики в общетехнических дисциплинах / Ю.Е. Калугин. – Челябинск: Изд-во ЧГТУ, 1996. – 63 с.
4. Лушников, И.Д. В поисках педагогических истин / И.Д. Лушников. – Вологда: Издат. центр «ВИРО», 2006. – 204 с.
5. Федорова, И.А. Структура исследовательской компетенции бакалавров образования и педагогики: международный и отечественный аспекты / И.А. Федорова // *Вестн. Моск. гос. обл. ун-та*. – 2011. – № 2. – С. 93–98.
6. Шрагина, Л.И. Повышение эффективности усвоения научных понятий при изучении психологии / Л.И. Шрагина // *Психология в вузе*. – 2005. – № 2. – С. 57–61.

Поступила в редакцию 10 июня 2012 г.