



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РОЛЕВЫХ ИГР В РАМКАХ ИЗУЧЕНИЯ
ДИСЦИПЛИН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЦИКЛА В
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Выпускная квалификационная работа по направлению 44.03.04
Профессиональное обучение (по отраслям)

Направленность программы бакалавриата
«Экономика и управление»
Форма обучения очная

Проверка на объем заимствований:
21.08 % авторского текста

Работа Джигурда к защите
рекомендована/не рекомендована

«Ю» сентябрь 2024 г.

Зав. кафедрой Козлов В.А.
ФИО

Выполнила:
студентка группы ОФ-409-081-4-1
Косарева Татьяна Юрьевна Косарева

Научный руководитель:
к.т.н., доцент
Плужникова Ирина Ивановна Плужникова

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РОЛЕВЫХ ИГР В РАМКАХ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЦИКЛА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	7
1.1 Понятие и содержание ролевых игр	7
1.2 Классификация ролевых игр	12
1.3 Особенности использования ролевых игр в рамках изучения дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации	18
Выводы по первой главе	23
ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ РОЛЕВЫХ ИГР В РАМКАХ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЦИКЛА В ГБПОУ «ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОЛЛЕДЖ»	26
2.1 Анализ процесса использования ролевых игр в рамках изучения дисциплин профессионального цикла в ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж»	26
2.2 Разработка конспектов занятий с применением ролевых игр на дисциплинах профессионального цикла.....	33
2.3 Рекомендации по проведению занятий с использованием ролевых игр в рамках изучения дисциплины «Маркетинг» в ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж»	42
Выводы по второй главе	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	48
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ	51
ПРИЛОЖЕНИЯ	55

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Современное общество ставит перед всеми типами учебных заведений задачу о подготовке выпускников, обладающих определенными компетенциями, которые обретаются при обучении с применением интерактивных методов обучения. Среди требуемых качеств: коммуникабельность и стрессоустойчивость, перцепция, способность находить новые инновационные идеи, многозадачность, творческий, нетрадиционный подход к решению деловых задач и проблем.

Активные методы обучения все чаще находят свое применение при обучении студентов, поскольку являются прогрессивными и позволяют находить решение учебных задач необычными способами. К методам интерактивного обучения можно отнести ролевые игры. Ролевые игры как метод обучения в комбинации с уже знакомыми нам классическими методами открывают широкие возможности для студентов, позволяя смоделировать реальные ситуации, тем самым дать возможность коммуникации, социализации и решения стандартных и нестандартных ролевых ситуаций, основанных на реальном опыте.

Ролевые игры в обучении дисциплинам профессионального цикла можно назвать мощным педагогическим инструментом, помогающим преподавателям эффективно обучать студентов, давая им свободу в рамках своей роли, относящейся к будущей профессии. Обучающиеся, посредством накопления опыта и решения нестандартных ситуаций обретают навыки сотрудничества, многозадачности и многих других социальных и профессиональных навыков.

На данный момент применение ролевых игр в обучении является не частым явлением, поскольку процесс подготовки у преподавателей может занимать большое количество времени, а процесс проведения может

варьироваться, так как вариативность принятия решений студентом в игре порождает непредсказуемость.

Вариативность является преимуществом данного метода, так как дает игрокам примерить на себя роли разных профессий и моделей поведения, а поскольку они находятся в защищенной воображаемой ситуации, отсутствует риск последствий.

Таким образом, ролевые игры в обучении дисциплинам профессионального цикла помогают сформировать у студентов все необходимые навыки и компетенции, необходимые для успешного становления конкурентоспособного и высококвалифицированного специалиста.

Актуальность обусловила выбор **темы исследования: «Использование ролевых игр в рамках изучения дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации».**

Объект исследования: образовательный процесс ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж».

Предмет исследования: использование ролевых игр в рамках изучения дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации.

Цель исследования: теоретическое обоснование проблемы использования ролевых игр, разработка конспектов занятий с применением ролевых игр и рекомендаций по их использованию на дисциплинах профессионального цикла.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть теоретические основы и проблемы использования ролевых игр в рамках изучения дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации.

2. Проанализировать процесс использования ролевых игр в рамках изучения дисциплин профессионального цикла.

3. Разработать планы-конспекты с применением ролевых игр в рамках изучения дисциплины «Маркетинг».

4. Разработать рекомендации по реализации ролевых игр на занятиях в рамках изучения дисциплины «Экономика организации» в ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж».

Теоретико – методологическая база исследования:

Л. С. Выготский рассматривал воспитательное значение ролевых игр, Д. Б. Эльконин определял специфику социальной природы ролевых игр, Б. Г. Ананьев и А. Н. Леонтьев занимались изучением сущности ролевой игры как формы организации коллективной жизни. Труды зарубежного автора С. Миллер содержат специфику проблем соперничества и соревнования в ролевой игре. Вопросы формирования профессиональной коммуникации студентов и обучения профессионально значимым навыкам изучали А.О. Бударина и Е. Г. Кашина. Л.С. Юсарова рассматривала потенциал игр как средств развития коммуникативной компетенции.

На различных этапах работы и при решении отдельных задач использовались следующие **методы исследования:**

– теоретические методы: анализ, синтез, конкретизация, анализ педагогической литературы, анализ учебно-методических документов, анализ результатов деятельности, анализ понятийно-терминологической системы и др.;

– эмпирические методы: анкетирование, опрос, беседа, наблюдение, дискуссия и др.

Практическая значимость исследования заключается в том, что разработанные в результате исследования методические рекомендации по применению ролевых игр могут быть использованы преподавателями ГБПОУ «ЮУГК» в процессе реализации дисциплины «Маркетинг».

База исследования: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Южно-Уральский государственный колледж».

Структура исследования: работа состоит из введения, двух глав, выводов по главам, заключения, списка используемой литературы и приложений.

Во введении указывается актуальность исследования, определяется его цель, предмет и объект. Ставятся задачи исследования, указывается теоретико-методологическая основа исследования и практическая значимость.

В первой главе раскрываются теоретические аспекты и проблемы использования ролевых игр в рамках изучения дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации, а именно: понятие и содержание ролевых игр, классификация ролевых игр, а также особенности использования ролевых игр в рамках изучения дисциплин профессионального цикла.

Во второй главе производится анализ процесса использования ролевых игр в рамках изучения дисциплин профессионального цикла в ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж», разрабатываются планы-конспекты с применением ролевой игры в рамках изучения дисциплины «Маркетинг» и представляются рекомендации по их проведению в рамках изучения дисциплины «Маркетинг».

В заключении приводятся выводы о проделанной работе и подводятся итоги.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РОЛЕВЫХ ИГР В РАМКАХ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЦИКЛА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Понятие и содержание ролевых игр

В современной действительности очень быстро происходит смена тенденций и требований к выпускникам профессиональных организаций, следовательно, и увеличивается конкуренция. Важными качествами специалистов считаются такие специфические особенности, как: творческий подход, готовность к адаптации к изменениям в сфере труда или полная переподготовка в соответствии со сменой формы труда [10, с. 78].

Успех переподготовки специалиста, его трудоустройство и дальнейшая профессиональная карьера напрямую зависят от качества данного процесса. Таким образом, подготовка высококвалифицированного специалиста должна предусматривать в содержании программы обучения наличие таких методов, способствующих эффективному развитию уже имеющихся у студентов навыков и компетенций, формированию самостоятельности, развитию мышления и гибкости в современном развивающемся обществе [25, с. 36].

В литературах разных стран включая отечественную, особенно набирает популярность такая технология обучения, как ролевые игры.

Д. Б. Эльконин выдвигал гипотезу об историческом происхождении ролевой игры, дети могли поступать подобно взрослым в примитивном труде. Автор отмечает, что ролевая игра возникла не в следствии влияния внутренних инстинктов, а в результате социальной жизни, в ходе исторического развития общества [24, с. 51]. По мнению Стронина М.Ф, «Игра – особо организованное занятие, требующее напряжения

эмоциональных и умственных сил. Игра всегда должна подразумевать решение что сказать или сделать, а это обостряем ум и внимание» [31, с. 38].

Аникеева Н. П. считает, что ролевая игра создает условия для реального общения и коммуникации людей, воссоздает практическую деятельность.

Е. И. Пассов определял ролевые игры как «упражнение, в котором учащийся, исполняя попеременно различные социальные и межличностные роли, осваивает общение в пределах социального контакта». По мнению ученого, такая форма игры позволяет внедрить все виды речевой деятельности в совокупности с активным участием учащихся в сюжетной импровизации [21].

Исходя из вышеперечисленных точек зрения можно сделать вывод о том, что ролевая игра берет свое зарождение в древности и идет по пути совершенствования, соединяя в себе моменты воспитания, подражания, дисциплинированности и обучения, позволяя участвующим обрести навыки трудолюбия, коллективизма, активности, компромисса, взаимопонимания и обретения компетенций в выбранной сфере деятельности.

Ролевые игры в образовании являются эффективным методом обучения, способствующим развитию навыков и компетенций учащихся в различных областях. Они представляют собой мощный инструмент обучения, позволяющий осуществить глубокое погружение в тему занятия и дальнейшее эффективное обучение [2, с. 156].

Ролевая игра в обучении — это интерактивный метод, который позволяет студентам учиться на собственном опыте путём специально организованного и регулируемого «проживания» жизненной и профессиональной ситуации в соответствии с изучаемым предметом.

Основная идея ролевых игр в образовании заключается в создании ситуаций, в которых студенты могут вжиться в роли в различных деловых, жизненных и учебных ситуациях. Такие игры позволяют не только усваивать информацию, но и активно применять ее на практике, развивая

навыки коммуникации, решения проблем, анализа и критического мышления.

Игры могут развить такие качества, как критическое и творческое мышление, решение деловых задач с помощью коммуникации, лидерские качества, а также помогают студентам осознать свой потенциал и достичь успеха в профессиональной сфере.

Рольевые игры позволяют обучающимся приобрести опыт общения и взаимодействия с ролями, которые встретятся ему в жизни и профессиональной деятельности. Они помогают устанавливать связь между своим поведением и его последствиями с помощью анализа своих же действий – у человека будет определенный паттерн поведения, то есть, уже проигранная в прошлом ситуация, на основе которой он без раздумий сможет применить ту или иную модель поведения [6]. Способствуют развитию логического мышления, инициативности, креативного решения задач.

Данный вид игр имеет обучающую структуру, так как в процессе проведения затрагиваются важные цели – формирование общепрофессиональной культуры и воспитание студентов. Процесс предполагает взаимодействие участников, их объединение и столкновение интересов по конкретным темам [33].

Рольевые игры имеют ряд специфических особенностей:

1. Отсутствие обширной информации в формулировке, для дальнейшего принятия решения в неопределенности, иска или противодействия, невозможность полной формализации задачи.
2. Примитивность и сложный характер задач, вариативность их решения в зависимости от обстановки и участников.
3. Наличие столкновения, конфликта, проблемной ситуации;
4. Наличие определенных правил проведения и следования участниками и судьями, регламентация игры.

5. Динамичность, интерактивность в процессе управления, возможность вариативности в процессе проигрывания тех или иных ситуаций – исход каждого участника может отличаться друг от друга.

6. Присутствие в процессе ролей, соответствующих современной системе управления. Наличие работников, управленцев, а также игроков-судей и ответственных за подготовку игрового материала и реквизита.

7. Гибкое течение игры, не подразумевающее прописанного заранее сценария или текста [9].

Иностранцы называют процесс ролевой игры спонтанным взаимодействием учащихся, их реакцию друг на друга в моделируемой ситуации и отмечают данный метод обучения как специфичный, поскольку обучаемый должен свободно излагать мысли в рамках своей роли и заданных обстоятельств. Игру как метод обучения использовали в древности.

Свое широкое применение игра находит в педагогике и современной среде, делая упор на усиление и углубление учебного процесса. Ролевая игра как метод обучения может использоваться в нижеперечисленных случаях:

1. В качестве самостоятельной технологии для освоения понятия, темы, и раздела изучаемого предмета.
2. Как элементы более обширной технологии обучения.
3. В качестве одного из этапов занятия (введения, объяснения, закрепления, упражнения).
4. Как технология самостоятельной работы [15].

Понятие «игровые педагогические технологии» включает достаточно большую группу методов и приемов организации педагогического процесса в форме различных педагогических игр (Г.К. Селевко) [28, с. 17].

В отличие от других игр и методик ролевая игра обладает особенностью – намеченной целью обучения и соответствующими ей

педагогическими результатами, которые можно объяснить, выделить отдельно и характеризуются учебно-познавательной направленностью.

Сопоставляя ролевую игру с иными методами обучения, включая традиционные, можно выделить ряд преимуществ:

1. Игра предполагает активное участие каждого участника в группе, из-за чего процент понимания темы становится выше.

2. Стимулирует интерес к предмету посредством своей интерактивности и вовлеченности всех участников, конец и исход игры всегда непредсказуем, так как участники сами решают, как вести себя в той или иной ситуации.

3. Предполагают сведение к минимуму трудности с общением и коммуникацией у студентов, служат толчком к социализации и общению.

4. Игры помогают выявить установки и типы поведенческих реакций, используемые техники и приемы, навыки.

5. Позволяет получить быструю обратную связь «здесь и сейчас» с помощью обсуждения результатов и действий в процессе или после завершения игры.

6. Наличие делового уровня общения, отличающий ролевую игру от других методов. Игра подразумевает модель реальной потенциальной ситуации рабочей деятельности (обсуждение контракта, проекта, беседа с работодателем или коллегами и, например, участие в конференции или дебатах).

7. Выполнение конкретных задач приводит участника к той или иной ветке развития событий, что позволяет быстро и импровизируя принимать деловые решения по серьезным вопросам посредством игры.

8. В ролевой игре вырабатываются и формируются навыки установления контакта и правильного восприятия и оценки партнера как личности, стратегии и тактики общения [19].

Существуют и недостатки данной формы обучения студентов. Для задействования всех участников потребуется много времени, что отодвинет

учебный процесс лекций, поэтому стоит проводить такие игры в кратком формате, чтобы следовать плану обучения. Для реализации метода требуется большое пространство для комфортного проведения, что стоит учитывать при подготовке. Успех зависит напрямую от того, насколько будет реалистична ситуация, созданная для разыгрывания студентами, акцент стоит делать на разборе действий непосредственных участников [5, с. 150].

Проведение игры помогает объединить и сплотить коллектив обучающихся. В процессе проведения игры у ее участников повышается самооценка и развивается чувство коллективизма, взаимного уважения, взаимопомощи. Также развиваются логическое мышление, умения проявлять инициативу и находить креативные решения игровых задач. Все эти качества можно объединить в воспитательную цель.

Игровые технологии, в частности ролевая игра, призваны формировать в группе играющих определенные умения и навыки, помогающие обнаруживать у игрока способности представлять себя в роли другого члена игры, т.е. посмотреть на себя со стороны. Такое можно сделать при смене ролей, установленных сценарием игры.

Таким образом, игра помогает научиться правильно думать и логически верно выстраивать свое общение, уметь контролировать поступки, а также пытаться дать объективную оценку действиям других участников игры. Все это можно объединить в ориентирующую цель обучения [3].

1.2 Классификация ролевых игр

Ролевые игры используются не только для обучающего фактора, но и для множества других. С их помощью можно выстроить коммуникацию между учащимися в процессе проведения, понять модели общения и принятия решений, образ мышления, выявить особенные творческие

способности. Ролевые игры позволяют подавать учебный материал с неординарной точки зрения, а в их процессе формируется не только индивидуальное мышление, но и коллективное [9].

В педагогической практике довольно много методов обучения, а ролевая игра является обширным блоком, поэтому требует классификации, которая помогает выявить в видах игры нужные параметры, и тем самым способствует рациональному и более эффективному применению [23]. Классификация ролевых игр в обучении представлена в таблице 1.

Таблица 1 – виды ролевых игр в обучении и их особенности

Вид ролевых игр	Особенности
По степени самостоятельности учащихся	
1. Контролируемая	Наличие необходимых фраз, реплик
2. Умеренно-контролируемая	Описание ситуации, трактовка роли
3. Свободная	Известна разыгрываемая тема(ситуация)
По положению в структуре занятия	
1. Эпизодическая	Разыгрывается конкретный случай, эпизод
2. Длительная	В течении определенного времени (семестра) разыгрывается несколько ситуаций по одной теме

Контролируемая игра является одним из распространенных и простых видов ролевых игр, и может быть построена на основе текста или диалога. Учащимся предлагается проанализировать уже составленный материал, на основе которого они будут разыгрывать ситуацию. При анализе материала они обсуждают вопросы с преподавателем, корректируют содержание и исход ситуации.

Учащимся так же предлагается составить свой вариант уже написанного диалога или ситуации, с коррекцией всех необходимых моментов. Данный вид игры может сопровождаться опорами и карточками, которые может приготовить преподаватель (на доске или в печатном варианте) [9, с. 94].

В случае с текстом предлагается после его анализа разыграть интервью, вопрос-ответ участников. Это поможет учащимся понять более

точно персонажа, которого они играют и представить его действия и ответы в той или иной ситуации.

Умеренно-контролируемая ролевая игра подразумевает наличие у участников своих ролевых заданий и ролевого сюжета, согласно которому будет проводится игра. Участникам дается время на подготовку и составление своей ролевой модели игры, а в ходе самой игры остальные студенты пытаются догадаться о том, кто из участников какую роль представляет. Взаимодействие участников и аудитории позволяет всем окунуться в процесс и задействовать свои коммуникационные, аналитические способности. Преподаватель индивидуально разрабатывает сценарный план проведения и ситуации, в которых будут принимать участие студенты [9, с. 98].

Свободная ролевая игра дает простор для творчества у студентов, поскольку роли, модели поведения и окружающая обстановка выбирается участниками. По ходу игры разрешается менять свою позицию, что позволяет разнообразить процесс и использовать логическое мышление. Тема задается преподавателем, а обучающиеся вправе придумывать ситуации и роли, затрагивая аспекты одной обширной темы [17, с. 448].

Преимущества данного способа заключается в простой подготовке к самому процессу и неожиданное, стихийное развитие самой игры по ее ходу, что дает генерацию новых идей и их обсуждение в конце.

Эпизодическая ролевая игра состоит в концентрации внимания на отдельном эпизоде, и выбирается преподавателем в том случае, если нужно уделить внимание сложным деталям в процессе изучения конкретной дисциплины [20].

Длительные ролевые игры могут не только состоять из нескольких эпизодов по одной теме, но и состоять из совокупности тем, дополняя друг друга. Такой вид позволяет охватить изученный ранее материал, пройтись красной нитью повествования по нескольким занятиям.

Иногда длительная игра – это множество ролей и участвующих, что не позволяет уложиться в планируемое время, отведенное для них [23, с. 34]. Длительные ролевые игры дают большие возможности для раскрытия потенциала учащихся, развития их коммуникабельности, работы в команде, а также помогают побороть страх публичного выступления.

Для того, чтобы интерес учащихся не падал, а занятия проходили эффективно и интересно следует чередовать виды игр, проводить их последовательно, использовать короткие формы и более длительные для раскрытия разных тем дисциплины профессионального цикла [32].

Помимо общепринятых классификаций, существуют иные классификация ролевых игр. Л. В. Ежова представила характеристику, в которой она определила игры по критериям [11]. Критерии представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Классификация ролевых игр Л. В. Ежовой

Классификация ролевых игр Л. В. Ежовой	
1. По времени проведения	С ограничением времени Без ограничения времени Игры в реальном времени Игры со сжатым временем
2. По конечному результату	Жесткие игры Открытые, свободные игры
3. По оценке деятельности	Система оценивания Без системы оценивания
4. По конечной цели	Обучающие Констатирующие Поисковые
5. По методологии проведения	Ансамблевые Луночные Инновационные Имитационные

К сожалению, указанная выше типология, с одной стороны, пытается задать многокритериальную сетку для анализа, но, с другой стороны, ей не удастся избежать некоторых неточностей (например, что ролевая игра – это вид деловых игр) [37].

Открытые игры характеризуются тем, что в них нет определенного исхода действий, ответов и сценария и игроки решают нестандартную стихийную ситуацию, вставшую перед ними. Жесткие игры же имеют конкретные правила и прописанный исход событий, которых стоит придерживаться.

Система оценивания в играх может состоять из баллов, жетонов или иных способов, присваиваемых судьей игрокам или командам. Система оценивания помогает пролонгировать интерес к игре, вплетает в процесс соревновательный момент. По окончании игры судья в лице преподавателя может поставить положительные оценки, наградить призом или использовать иные методы поощрения, тем самым стимулируя в участниках дух соперничества и тягу к новым знаниям [27].

Обучающие игры направлены непосредственно на понятие темы, углубление знаний по теме. Такие игры должны обязательно использоваться в начале изучения, ознакомления с темой.

Поисковые игры помогают учащимся конкретизировать проблемы, находить пути их решения и помогать друг другу. Поисковые игры стоит проводить тогда, когда тема изучена достаточно хорошо, и студенты могут ориентироваться в изученном материале и вместе взаимодействовать.

Констатирующая игра – это вид, в котором студенты могут показать свое профессиональное мастерство, играя определенную роль [28, с. 17]. Данные игры лучше всего раскрывают потенциал к той или иной компетенции, профессии. Может служить «профориентационной» игрой.

Ансамблевая игра из классификации «по методологии обучения» по Ю. Д. Красовскому – ролевая игра, направленная на формирование управленческого мышления, решения проблем конкретного предприятия методом организации делового партнерского сотрудничества команд, состоящих из руководителей служб [14].

Инновационные игры по В.С. Дудченко состоят из нахождения нестандартных, инновационных решений в базовой системе действий. Это отработка идеальных и инновационных действий желаемой ситуации.

Луночная ролевая игра – это совокупность контролируемой игры с добавлением «игрового поля». Помимо жесткого регулирования процесса игры и заполнения игровых бланков, игра должна предполагать декорации, погружаемые участников в процесс [22, 116].

Имитационная игра имеет цель создать у участников представление, как следовало бы действовать в определенных условиях, ситуациях. Такие игры подходят для специальности «Менеджер по продажам» и иных специальностей, предполагающих общение с управленцами и людьми (покупателями).

Для того, чтобы интерес не падал, а подготовка к играм не надоедала, следует чередовать типы игр в процессе проведения занятий.

Процедура проведения ролевой игры состоит из нескольких этапов.

1. Подготовка к проведению ролевой игры. Помимо того, что преподаватель в любом случае готовится в игре, существуют игры из представленных классификаций выше, в которых студенты тоже принимают участие в процессе подготовки. Задача преподавателя состоит в подготовке сценария, если он требуется, подготовку ролей и гармоничного вступления на фоне темы занятия и распределения ролей для студентов с учетом их особенностей поведения. Преподаватель выступает одной из главных фигур в процессе – судьей (судьями могут быть и студенты, все зависит от типа игры) [1]. Он направляет, помогает, курирует процесс игры вплоть до ее окончания, предотвращая ошибки, трудные и спорные моменты и ссоры. Студенты тоже принимают участие в подготовке, если игра происходит не стихийно и обговорена заранее. Они могут изучить сценарий или составить его самим, выбрать роли и модель поведения, которой они могут следовать.

2. Процесс игры. Участники воплощают игровой сценарий, используют свои навыки коммуникации, полученные на занятиях знания и умения, решают проблемные и спорные ситуации под руководством преподавателя. Студенты могут менять роли, делать то, что они считают нужным в конкретной ситуации в рамках своей роли. Задача судьи в данный момент – фиксировать ошибки и спорные ситуации для обсуждения. Аудитория, не участвующая в игре может в зависимости от типа игры просто наблюдать и фиксировать, а может заполнять бланки с заданными критериями, как, например, в контролируемой жесткой игре [1].

3. Подведение итогов. На этот этап стоит уделить достаточное количество времени, чтобы у студентов было полное представление о прошедшей игре. Судья, внимательно наблюдавший за процессом, информирует участников об ошибках и спорных моментах, требующих обсуждения. Обязательно задает вопросы участникам о принятом решении в процессе игры, помогает разъяснить. Выслушиваются все участники игры и все комментарии [16]. После обсуждения всех интересующих вопросов и обмена эмоциональным опытом происходит оценивание, если игра того предполагает. Подсчитываются баллы, жетоны и анкеты, заполняемые судьями. Ставятся оценки и подводятся глобальные итоги.

Исходя из обширной классификации игр можно сделать вывод, что правильно подобранная игра и соблюдения регламента ее проведения позволит сделать процесс обучения эффективнее.

1.3 Особенности использования ролевых игр в рамках изучения дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации

Использование ролевых игр в рамках изучения дисциплин профессионального цикла является важной частью усваивания и понимания предмета студентами. Технологические изменения в мировой экономике

определяют изменения и в организации профессиональной деятельности (труда), работы [12]. Современным научным сообществом проводятся исследования по определению специфики структуры и содержания труда, в условиях модернизации и цифровизации, всех отраслей экономики и высокотехнологичного производства, а также по определению перечня навыков, которыми должны обладать профессионалы в будущем.

Среди навыков, характеризующих уровень коммуникативной компетентности, исследователи называют:

1) навыки делового общения в письменной и устной форме, соблюдение правил вежливой коммуникации при профессиональном взаимодействии;

2) использование в своей работе терминов и определений профессиональной области знаний;

3) навыки объяснения сложных технических понятий лицам без специальной подготовки, либо менее компетентным;

4) навыки проведения переговоров в прямом эфире (не допуская долгих пауз и неудачных интерпретаций сказанного);

5) навыки владения невербальным языком; умения находить в себе и передавать эмоциональную вовлеченность в решение профессиональных задач коллеге и/или клиенту и т.д. [8, с. 224]

Благодаря ролевым играм студенты могут применять свои знания на практике, а также развивать навыки работы в команде, лидерства и управления временем. Кроме того, деловые игры стимулируют учащихся к активному взаимодействию в образовательном процессе и повышают их мотивацию к обучению.

Участие в такого рода играх благоприятствует процессу самоорганизации, самоконтроля и самооценки, что важно для формирования самостоятельных и ответственных выпускников.

Использование ролевых игр в процессе образования позволяет учащимся сформировать знания, навыки и персональные качества,

способствующие успешной адаптации в информационной цивилизации [4, с. 31].

Важно учитывать, что при обучении дизайнера и экономиста в дисциплинах профессионального цикла есть огромные отличия. Игра должна подходить под компетенцию обучающихся и иметь ряд специфических особенностей, присущих их дисциплине профессионального цикла [13].

Каждая сфера коммуникации имеет свое развитие внутри конкретной профессии в процессе социализации человека.

Следовательно, эффективная подготовка специалистов может осуществляться тогда, когда делается акцент на определенной специальности, поскольку в профессиональном обучении очень важно приблизить процесс обучения к будущей профессии.

Педагогическая наука предъявляет к организации игр в процессе обучения определенные требования. Достаточно важно определить место для проведения игры в учебном процессе, ведь не всегда стоит проводить ее в середине занятия [34].

Например, на дисциплине «Экономика организации» ролевою игру «финансы» можно провести в конце занятия, когда полный учебный материал изучен, в то время как на дисциплине «Финансы, налоговое обложение и кредит» можно провести ознакомительную ролевою игру и смоделировать ситуацию по ролям вначале (кредитор и заемщик) [26].

Новизна такого метода обучения аудитория может принять с неохотой, ввиду, возможно, психологической неподготовленности и непривычности. Данный метод стоит вводить постепенно, сначала работая в парах, группах и индивидуально (студент составляет сценарий для обеих ролей и играет за них), впоследствии уже включая всю группу в целом [18]. При этом можно использовать схемы, таблицы, опорный материал и декорации для полного погружения.

Успешность ролевой игры зависит от нескольких факторов:

1. Лингвистические.
2. Дидактические (готовность и подготовленность к игре).
3. Психологические (анализ готовности группы, настроения, настроения и отношения к своим ролям участников).

Следовательно, в ролевой игре в процессе обучения дисциплинам профессионального цикла присутствует особые игровые особенности, которые разворачиваются в соответствии с сюжетом, правилами игры и предусматривающие взаимодействие студентов и их специфику.

Особенности и трудности при конструировании и создании, проведении игр являются барьером для их использования в обучении [3]. Большинство ученых, разработчиков и исследователей определяют ряд особенностей при создании и эксплуатации ролевых игр в изучении дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации. Однако, существует отсутствие общепринятой концепции деловой игры, что затрудняет ее эффективное применение.

Часто в процессе разработки деловых игр происходит некритическое заимствование технологий ролевых игр, что может привести к неадекватной передаче информации и недостаточной реалистичности ситуаций. Это становится причиной методологических трудностей в оценке эффективности различных видов ролевых игр [7].

Еще одной проблемой является отсутствие целостных описаний деловых игр, что затрудняет их воспроизведение и тиражирование. Без доступа к подробным инструкциям и материалам, другие специалисты и исследователи могут столкнуться с трудностями при попытке использовать уже разработанные игры.

Кроме того, порой эмпирические разработки ролевых игр опережают их теоретические описания. Это означает, что механика и цели игр могут быть недостаточно осмыслены и обоснованы, что также влияет на их эффективность и применимость в различных областях.

Социально психологические барьеры и недопонимания могут стать препятствием для ролевой игры. Эти барьеры могут быть вызваны из-за переноса игровой ситуации в реальное время [7].

Для того, чтобы процесс ролевой игры прошел идеально, следует учитывать несколько особенностей:

1. Свободное творчество. Свобода мыслей и действий в рамках темы процесса позволит произвести расширенную рефлексию и развить большую вариативность.

2. Элемент соревнования. Слово «игра» является синонимом слову борьба, конкуренция, соревнование. Наличие этого аспекта в игре делает ее более живой, пробуждает между участниками и командами интерес.

3. Учет возрастных особенностей при процессе создания. Даже если игра не подходит под компетенцию, возраст игроков, всегда можно адаптировать ее под особенности учащихся. Индивидуализация в игре позволит игрокам перенестись в игровой процесс намного легче [4, с. 32].

Еще одной особенностью использования ролевых игр в процессе обучения профессиональным дисциплинам является видеозапись процесса проведения. С помощью этого способа не только можно повысить эффективность обучения, но и дать возможность студентам не только увидеть со стороны, но и дать оценку своим действиям и действиям других людей, отрефлексировать ошибки и недочеты.

Преимущества данного способа также позволяют:

1. Иметь доступ к материалу и возможность его дальнейшего изучения посредством детального ознакомления.

2. Отслеживать прогресс каждого студента и производить анализ успехов.

3. С помощью неоднократного пересмотра и обращения к материалам позволит (с разрешения участников) использовать видеозаписи в дальнейшем обучении.

4. Отобрать спорные и важные моменты для обсуждения с участниками, поскольку сразу после игры данные моменты могут быть не затронуты и забыты [16].

Обобщая вышесказанное можно сделать вывод – видеозапись процесса проведения ролевой игры является эффективным способом для рефлексии и коррекции допущенных ошибок как для преподавателя, так и для студента.

Но важно отметить, что дальнейшее использование материалов на занятии и обсуждение с другой группой студентов можно производить строго после получения согласия участников на видеозаписи. Объясняется это тем, что несогласованное использование может подорвать авторитет и дать урон самооценке учащегося, что является проблемой такой особенности применения ролевых игр [36].

Каждая дисциплина профессионального цикла имеет свои особенности проведения, планирования, а роль преподавателя, в свою очередь, заключается в готовности проведения, профессионализме и достаточном количестве профессиональных компетенций.

Преподаватель является важным звеном в процессе ролевой игры, направляя, корректируя без излишнего внедрения в игровой процесс. Роль студентов в игре ключевая. Именно от них зависит то, как пройдет игра и будет ли усвоена тема проведения [35].

Как было указано ранее, для выпускников колледжей составлен ряд преимущественных и желаемых требований от работодателей. Благодаря интерактивным методам включая ролевые игры в процесс обучения можно сформировать требуемые навыки и компетенции.

Выводы по первой главе

В современном быстроразвивающемся мире быстро меняются тенденции, одни методы обучения сменяются другими. Интерактивные

методы обучения в совокупности с ролевой игрой служат для студентов СПО эффективной начальной базой формирования компетенций и развития их профессиональных навыков.

Важность интерактивных методов обучения заключается в том, что будущая карьера и трудоустройство студентов напрямую будет зависеть от приобретения тех или иных навыков, требуемых работодателем.

Ролевая игра в обучении представляет собой создание и моделирование ситуаций, в которых обучающиеся могут «вживаться» в роли в различных деловых, жизненных и учебных ситуациях. С помощью ролевых игр процесс обучения обретает эффективность и наполненность, так как студент сам может примерить на себя роль своей будущей профессии, заранее «проиграть» возможные деловые ситуации при трудоустройстве, а далее – на работе.

Игры помогают не только осваивать теоретическую информацию, но и применять ее на практике, развивая навыки коммуникации, решения проблем, анализа, критического мышления и работы в команде или по одиночке, а также помогают студентам осознать свой потенциал и достичь успеха в профессиональной сфере.

В практике применения ролевых игр при изучении дисциплин профессионального цикла существует классификация, разделяющая их на степень самостоятельности обучающихся и на положение в структуре занятия. Ролевая игра может быть контролируемая, свободная и умеренно-контролируемая. Выбор типа игры может зависеть от типологии занятия, темы и отношений студентов внутри группы.

Контролируемая подразумевает полную подготовку обеих сторон к процессу, в то время как свободная дает простор действий и сценария. Длительная происходит моментами в процессе изучения тем дисциплины, эпизодическая может возникать стихийно или иметь краткий характер.

Использование ролевых игр в обучении имеют ряд особенностей, которые нужно учитывать при подготовке, проведении и анализа игры в

конце. Учитывая эти особенности, преподаватель сможет корректно подготовиться, ввести игроков в процесс и провести занятие наиболее эффективно.

ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ РОЛЕВЫХ ИГР В РАМКАХ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЦИКЛА В ГБПОУ «ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОЛЛЕДЖ»

2.1 Анализ процесса использования ролевых игр в рамках изучения дисциплин профессионального цикла в ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж»

Базой исследования является организация в сфере среднего профессионального образования. Полное наименование на русском языке: государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Южно-Уральский государственный колледж» (далее ГБПОУ ЮУГК).

Было проведено исследование процесса использования ролевых игр в рамках изучения дисциплин профессионального цикла в колледже.

Исследование процесса использования ролевых игр в обучении проводилось на базе ГБПОУ «ЮУГК» в группе студентов первого курса направления «Коммерция». Юридический адрес: 454048, г. Челябинск, ул. Курчатова, 7.

Колледж является старейшим в Уральском регионе государственным средним профессиональным образовательным учреждением повышенного типа. Главная цель и направление деятельности ГБПОУ "Южно-Уральский государственный колледж" – повышение качества знаний и уровня профессиональных компетенций выпускников колледжа за счет разработки, создания и внедрения инновационных образовательных технологий, электронных учебно-методических комплексах, компетентностном подходе. Данные технологии и формы обучения позволили реально повысить качество профессиональной

подготовки, прежде всего практического обучения, и сделали выпускников колледжа востребованными на рынке труда.

На протяжении ряда лет Южно-Уральский государственный колледж (бывший Челябинский колледж информационно-промышленных технологий и художественных промыслов, бывший Челябинский экономический колледж) занимается разработкой и внедрением в учебном процессе интенсивных информационных образовательных технологий, основанных на широком использовании компьютерной и коммуникационной техники, электронных обучающих программ, проектной культуры.

Это позволяет колледжу активно решать проблемы доступности, эффективности и качества профессиональной подготовки современных специалистов для отраслей предприятий России. Выпускники колледжа имеют возможность продолжать обучение в вузе на базе полученной в колледже профессиональной подготовки, получить полноценное высшее образование в ускоренные сроки. Колледж имеет 2 филиала – в Кыштыме и Челябинске. На сегодняшний день в ЮУГК обучение осуществляется на очной и заочной форме обучения по ряду специальностей (Приложение 1).

Для того, чтобы определить использование ролевых игр в обучении дисциплин профессионального цикла и отношение к ним, среди учащихся ГБПОУ «ЮУГК» было проведено анкетирование (Приложение 2).

Образовательная деятельность опрашиваемых осуществляется по программам подготовки специалистов по таким специальностям среднего профессионального образования, как 38.02.04 Коммерция и 38.02.06 Финансы.

Цель опроса – определить эффективность использования ролевых игр при изучении дисциплин профессионального цикла среди опрошенных студентов и преподавателей колледжа.

В анкетировании приняло участие 32 студента из вышеуказанных направлений. Для вариативности результатов было принято решение охватить как можно больше учащихся.

Большинство учащихся определяют ролевую игру как активный метод обучения, позволяющий перейти от теории к практике и считают ее эффективным методом обучения при изучении дисциплин профессионального цикла.

Среди ответов можно было выделить такие формулировки, как: «игра с перевоплощением в персонажей будущей специальности», «интерактивный и прогрессивный способ обучения», «возможность примерить на себя будущую профессию», «побывать в деловой роли и решить управленческие задачи».

На вопрос об эффективности данного вида обучения все опрошенные подтвердили суждение о том, что ролевые игры позволяют обрести эмоциональный опыт взаимодействия с другими людьми в лично- и профессионально- значимых ситуациях. Больше половины уверены в том, что материал при такой подаче усваивается легче и вносит разнообразие в учебную деятельность.

Половина опрошенных студентов считают ролевые игры инновационным методом обучения, позволяющим обмениваться опытом и знаниями и лишь один человек считает, что ролевая игра в обучении неэффективный метод, отнимающий большое количество времени от изучения материала.

На вопрос о необходимости применения ролевых игр в обучении дисциплинам профессионального цикла 27 человек (84,38%) ответили, что использование ролевых игр необходимо (рисунок 1). Меньшая часть, что составляет 3 человека (11,7%) считают необязательным проведение ролевых игр и один опрошенный (3,9%) заявил, что это в этом нет необходимости.

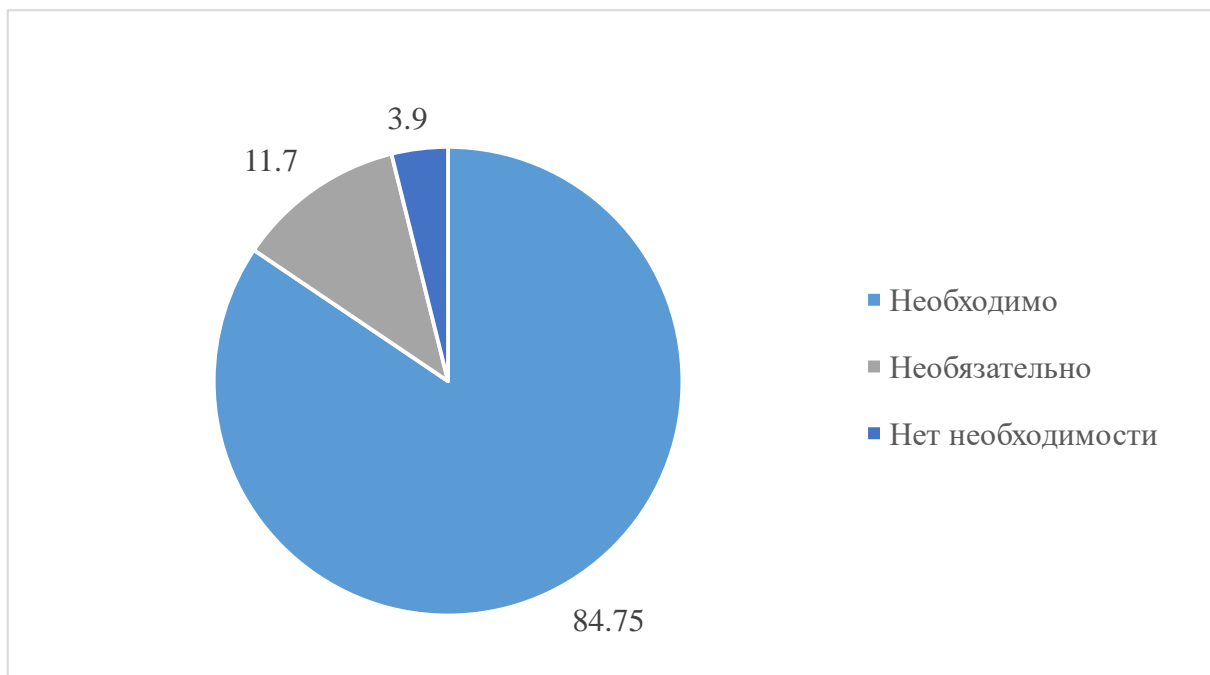


Рисунок 1 – Необходимость применения ролевых игр при изучении дисциплин профессионального цикла

На вопрос о применении ролевых игр в учебном процессе студенты ответили следующим образом (рисунок 2): 12 опрошенных (37,5%) утверждают, что ролевых игр на занятиях не проводилось, 20 студентов (62,5%) отметили то, что на дисциплинах профессионального цикла ролевые игры проводились.

Согласно результатам опроса, можно предположить, что у трети опрошенных ролевые игры на занятиях еще не проводились по причинам необходимости по мнению преподавателя, либо опрошенные данной группы ответов просто соотнесли данный метод при проведении к одному из других.

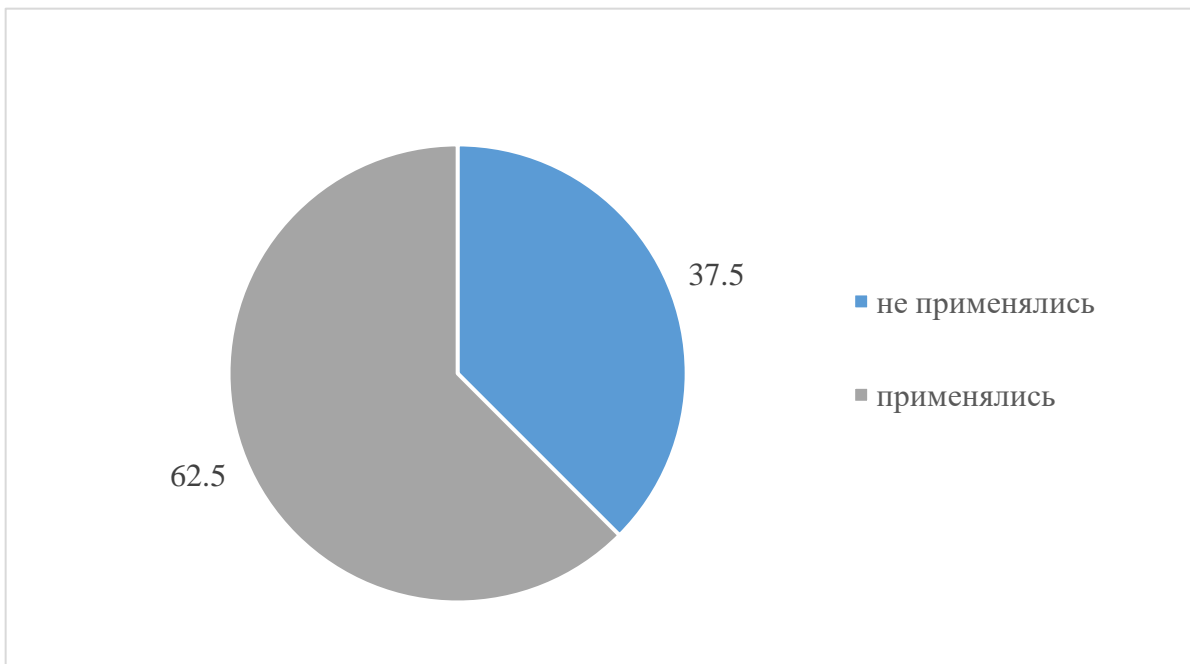


Рисунок 2 – Применение ролевых игр при изучении дисциплин профессионального цикла в ГБПОУ «ЮУГК»

На вопрос о важности проведения ролевых игр на дисциплинах профессионального цикла, (рисунок 3) опрошенные студенты в количестве 32 человек ответили следующим образом: 26 студентов (81,25%) отметили, что метод обучения важен, 4 студентов (12,5%) затруднились в своем ответе и 2 человек (6,25%) посчитали ролевые игры не важным методом обучения.

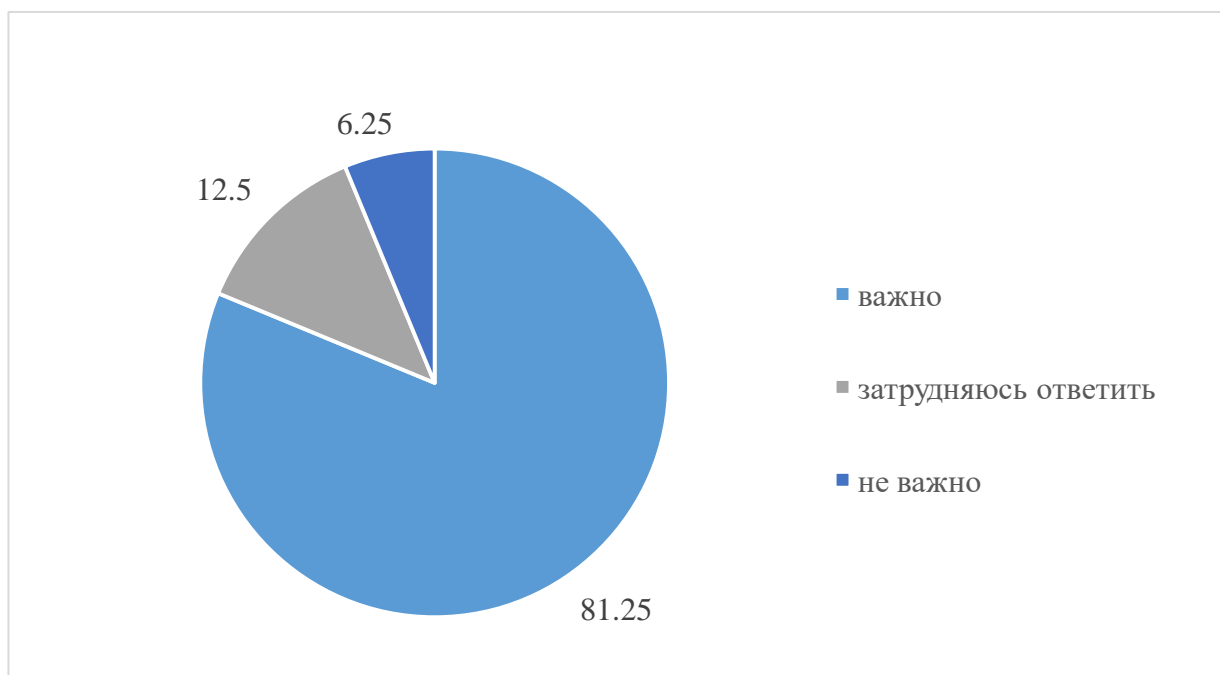


Рисунок 3 – Важность ролевых игр при изучении дисциплин профессионального цикла в ГБПОУ «ЮУГК»

На вопрос «Хотелось бы вам, чтобы ролевые игры на дисциплинах профессионального цикла использовались чаще?» опрошенные ответили следующим образом: 30 человек (93,75%) посчитали, что им необходимо видеть ролевые игры как метод обучения чаще, 2 студента (6,25%) посчитали, что нет необходимости использовать ролевые игры часто и при наличии варианта ответа «не считаю, что ролевые игры нужны» не выбрал ни один опрошенный (рисунок 4).



Рисунок 4 – Потребность студентов ГБПОУ «ЮУГК» в применении ролевых игр при изучении дисциплин профессионального цикла

В вопросе о преимуществах ролевых игр в обучении студентам была дана возможность выбора нескольких вариантов, поэтому результаты будут представлены в количестве человек (рисунок 5). Все участники (32 человека) опроса посчитали, что ролевая игра позволяет не только эффективно освоить материал, но и способствует разнообразию учебного процесса. Вариант о понимании будущей профессии посредством обучения с применением ролевых игр выбрали почти все (30 человек). Преимущество,

закрывающееся в развитии критического мышления, выбрало 29 человек, а возможность коммуникации отметили в последнюю очередь – 27 студентов.

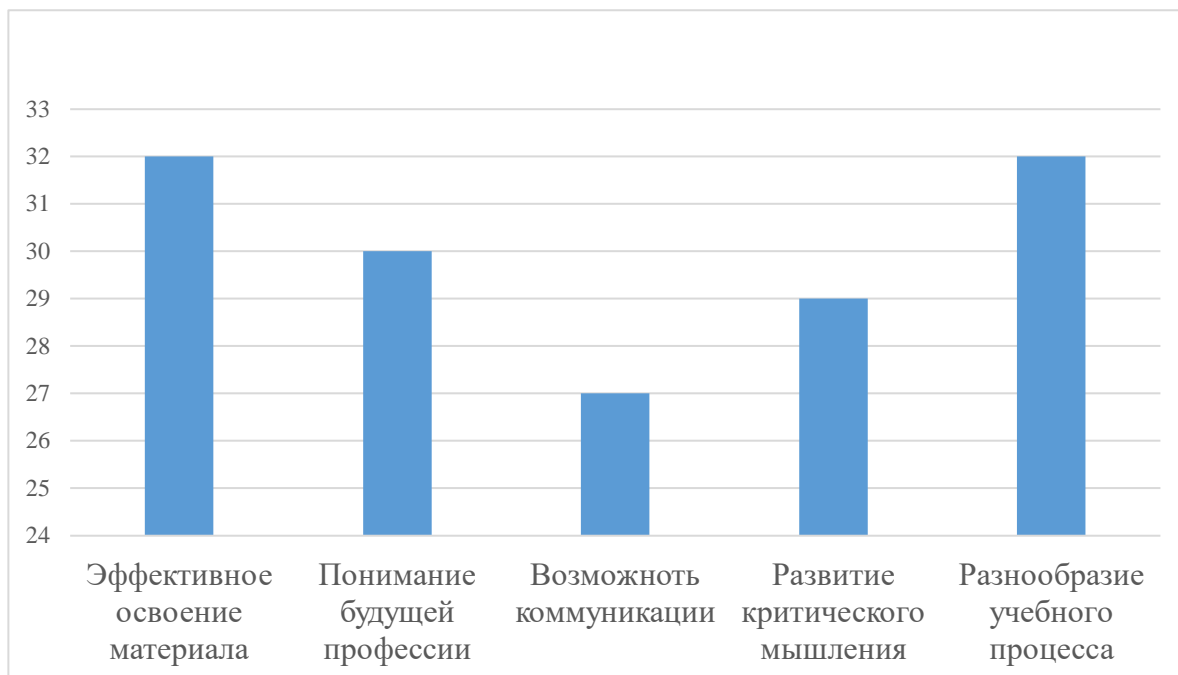


Рисунок 5 – Преимущества применения ролевых игр в обучении

Помимо вышеперечисленных опросов для студентов была проведена беседа с преподавателями профессиональных дисциплин о применении ролевых игр. В ходе беседы было выявлено несколько факторов:

- ролевые игры важны для обучения,
- ролевые игры в обучении проводятся не только на дисциплинах профессионального цикла,
- нужно учитывать множество нюансов при составлении, проведении и оценивании ролевых игр на занятиях,
- не всегда получается заинтересовать всех студентов и учесть их психолого-социальные особенности,
- проведение ролевых игр занимает много времени в силу стихийных обстоятельств.

По результатам проведенных опросов среди студентов и преподавателей можно сделать несколько выводов:

1. Ролевые игры в обучении дисциплинам профессионального цикла в ГБПОУ «ЮУГК» осуществляются, но не так часто, как хотелось бы студентам и преподавателям.

2. Преподаватели испытывают трудности при подготовке, проведении и оценивании результатов ролевых игр в процессе обучения.

3. Студенты видят ряд преимуществ в применении ролевых игр и настроены позитивно к изучению тем данным методом.

По итогам опроса и беседы с преподавателями ГБПОУ «ЮУГК» для решения проблем с организацией, проведением и оцениванием ролевых игр было принято решение:

- проанализировать рабочую программу профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» по специальности среднего профессионального образования 38.02.04 Коммерция,

- составить конспекты занятий ролевых игр на различные темы по выбранным дисциплинам модуля,

- разработать рекомендации для проведения учебных занятий с применением ролевых игр.

Применение рекомендаций по применению ролевых игр в обучении дисциплинам позволит сократить время на подготовку и облегчить процесс всех этапов игры для преподавателя и позволит студентам, которые принимают участие в них полностью погрузиться в образовательный процесс, получая все необходимые знания и умения.

2.2 Разработка конспектов занятий с применением ролевых игр на дисциплинах профессионального цикла

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» специальности 38.02.04 Коммерция включает в себя четыре раздела:

- 1) МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение;
- 2) МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности;
- 3) МДК 02.03 Маркетинг;
- 4) МДК 02.04 Маркетинговые исследования рынка.

А также учебную и производственную практику.

Объем образовательной нагрузки МДК 02.03 Маркетинг включает в себя 30 часов теоретических занятий и 32 часа практических занятий. Промежуточная аттестация проводится комплексно по междисциплинарным курсам в форме зачета.

В процессе изучения МДК 02.03 Маркетинг выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими общими компетенциями (далее – ОК):

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации;
- ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей;
- ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата;

– ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности;

– ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Формируемые профессиональные компетенции:

ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров и участвовать в их инвентаризации.

ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно распорядительных, и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.

ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Оценка ролевой игры крайне субъективна, поскольку невозможно построить единый точный критерий оценивания, подходящий всем ролевым играм, но можно составить примерный оценочный лист, позволяющий оценить работу студентов в рамках модуля/специальности. Ниже представлена таблица оценки ролевых игр в сопряжении с балльно-рейтинговой системой, используемой в учебном заведении.

Лист представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Оценка ролевых игр

Параметр	Оценка
Баллы рекомендуется выставять, если обучающиеся в полном объеме усвоили программный материал, принимали активное участие в ролевой игре, соблюдали регламент выступления, правильно выявили, исчерпывающе раскрыли проблему, заложенную в спорной ситуации, выработали точное, обоснованное решение спорного вопроса	Высший балл, предусмотренный преподавателем
Баллы рекомендуется выставять, если обучающиеся не проявили достаточной активности при выступлении и содержание спорной ситуации изложили поверхностно, без должного обоснования, допустили неточности и ошибки, нарушили последовательность в изложении материала, а также регламент выступления	Средний балл, предусмотренный преподавателем
Баллы не рекомендуется выставять, если обучающиеся при выступлении допустили существенные ошибки, не смогли правильно обосновать проблему, заложенную в спорной ситуации, выработать окончательное решение, не соблюдали регламент выступления или отказались принимать участие	Баллы не выставляются

По результатам анализа вышеперечисленного было решено разработать конспекты занятий с применением ролевых игр для оптимизации учебного процесса, помощи педагогам ГБПОУ ЮУГК и эффективного обучения студентов данной образовательной организации.

При создании плана-конспекта нужно придерживаться четкой структуры занятия: указание темы, целей и задач занятия, подробное описание хода занятия, домашнее задание и проведение рефлексии для само-оценивания обучающихся и выявления замечаний.

План конспект комбинированного занятия по теме «Сущность и виды маркетинговых коммуникаций» включает в себя сущность и виды коммуникаций, системы маркетинговых коммуникаций: понятие, цели и роль в комплексе маркетинга, формы маркетинговых коммуникаций, их краткую характеристику. Содержание учебного материала комбинированного занятия (объем 2 часа).

Дисциплина: «Маркетинг».

Тема занятия: «Маркетинговые исследования и коммуникации».

Тип занятия: комбинированное.

План изучения темы:

- 1) понятие «системы маркетинговых ситуаций»;
- 2) сущность и виды маркетинговых коммуникаций;
- 3) формы маркетинговых коммуникаций;
- 4) цели и роль маркетинговых ситуаций в комплексе маркетинга.

Цель занятия:

1. Обучающая: изучить понятие «маркетинговые коммуникации исследования» и их виды; рассмотреть цели и роль маркетинговых ситуаций в комплексе маркетинга.

2. Развивающая: развивать умение корректно работать с информацией и делать выводы, анализировать, высказывать свою точку зрения, развивать критическое мышление посредством участия в интерактивных частях занятия.

3. Воспитательная: формирование у студентов понимания важности маркетингового исследования и коммуникаций для успешного функционирования фирмы и предприятия.

Задачи занятия:

1. Уровень знания: с помощью полученных знаний по теме, определять термин «системы маркетинговых исследований», рассмотреть виды маркетинговых коммуникаций.

2. Уровень понимания: определять сущность форм маркетинговых коммуникаций.

3. Уровень применения: применять на практике полученные знания маркетинговые коммуникации и исследования, посредством участия в ролевой игре по теме.

4. Уровень анализ: проводить анализ методов коммуникации с дальнейшим выбором нужного.

5. Уровень синтеза: составить список на тему преимуществ маркетингового исследования для компании.

Для данного плана конспекта была выбрана умеренно-контролируемая ролевая игра, которая будет проводиться во второй половине занятия, для эффективного закрепления теории практикой (приложение 3). В ходе данного занятия у студентов формируются профессиональные компетенции. Тема ролевой игры: «Маркетинговые исследования и коммуникации». При составлении конспекта занятия была использована следующая литература:

1. Сушкова, Т. А. Бизнес-планирование на предприятиях сферы обслуживания: учебное пособие / Т. А. Сушкова. — Воронеж: ВГУИТ, 2018. — ISBN 978-5-00032-393-9.

2. Фомина Ю.С Электронное учебное пособие ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности, МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / ГБОУ СПО (ССУЗ) «ЧКИПТиХП» / 2015г.

3. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 135 с.

План конспект комбинированного занятия по теме «Личная продажа» включает в себя понятие и особенности личной продажи, формы персональной продажи. Содержание учебного материала комбинированного занятия (объем 2 часа).

Тема занятия: «Личная продажа».

Тип занятия: комбинированное.

План изучения темы:

- 1) понятие «личная продажа»;
- 2) виды и особенности личной продажи;
- 3) формы персональной продажи.

Цель занятия:

1. Обучающая: изучить понятие «личная продажа» и ее виды; рассмотреть цели и роль личной продажи маркетинга.

2. Развивающая: развивать умение корректно работать с информацией и делать выводы, анализировать, высказывать свою точку зрения, развивать критическое мышление посредством участия в интерактивных частях занятия (ролевой игре).

3. Воспитательная: формирование и развитие качеств социально активной личности.

Задачи занятия:

1. Уровень знания: с помощью полученных знаний по теме, определять термин «личная продажа».

2. Уровень понимания: определять виды и особенности личной продажи.

3. Уровень применения: применять на практике полученные знания, посредством участия в ролевой игре по теме.

4. Уровень анализ: проводить анализ эффективности личной продажи.

5. Уровень синтеза: составить список на тему недостатков личной продажи.

Для данного плана конспекта была выбрана свободная ролевая игра, которая будет проводиться во второй половине занятия, для эффективного закрепления теории практикой (приложение 4). В ходе данного занятия у студентов формируются профессиональные компетенции. Тема ролевой игры: «Личные продажи и торговые представители». При составлении конспекта занятия была использована следующая литература:

1) Роль маркетинга в сбытовой деятельности предприятий АПК: учебное пособие / составители О. Д. Рубаева, И. А. Зубарева. — Челябинск: ЮУрГАУ, 2018. — ISBN 978-5-88156-811-5.

2) Журавлева, Н. Ю. Маркетинг: учебно-методическое пособие / Н. Ю. Журавлева, С. А. Кирюшин. — Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2018. — 66 с.

План конспект комбинированного занятия по теме «Понятие и виды конкуренции» включает в себя понятие и виды конкуренции и их краткую характеристику (приложение 5). А также сущность конкурентных стратегий и их характеристику. Содержание учебного материала комбинированного занятия 2 часа.

Тема занятия: «Понятие и виды конкуренции».

Тип занятия: комбинированное.

План изучения темы:

- 1) понятие «конкуренция»;
- 2) виды и характеристика конкуренции;
- 3) конкурентные стратегии.

Цель занятия:

1. Обучающая: изучить понятие «конкуренция» и ее виды; рассмотреть цели и роль конкуренции на рынке.

2. Развивающая: развивать умение нестандартно мыслить, анализировать, высказывать свою точку зрения, развивать критическое мышление посредством участия в интерактивных частях занятия (ролевой игре).

3. Воспитательная: формирование и развитие личных качеств, связанных с умственными и познавательными способностями.

Задачи занятия:

1. Уровень знания: с помощью полученных знаний по теме, определять термин «конкуренция».

2. Уровень понимания: определять виды и особенности конкуренции на рынке.

3. Уровень применения: применять на практике полученные знания, посредством участия в ролевой игре по теме.

4. Уровень анализ: проводить анализ эффективности конкурентоспособности.

5. Уровень синтеза: составление модели конкурентоспособности для предприятия.

Формы обучения: лекция-беседа и практика.

При составлении конспекта занятия была использована следующая литература:

1) Гапоненко А.Л. Менеджмент: учебник и практикум для СПО / под общ. ред: А.Л.Гапоненко. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 396с. – Серия: Профессиональное образование.

2) Михалева Е.П. Менеджмент: учебное пособие для СПО / Е.П. Михалева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 191с. – Серия: Профессиональное образование.

Задачи ролевой игры:

1) активизация и закрепление у учащихся знаний теоретических основ маркетингового исследования и методов обработки информации, полученных в ходе изучения темы;

2) развитие практических навыков и умений при обработке маркетинговой информации, полученной при проведении маркетингового исследования;

3) формирование на основе полученных знаний позитивной позиции по отношению к маркетинговой деятельности;

4) развитие логического, экономического мышления, аналитических умений и навыков, познавательного интереса, повышение уровня культуры профессионального общения.

Таким образом, максимальная эффективность учебного процесса с применением ролевой игры может быть достигнута только при соблюдении определенных рекомендаций.

2.3 Рекомендации по проведению занятий с использованием ролевых игр в рамках изучения дисциплины «Маркетинг» в ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж»

Применение ролевых игр в обучении дисциплинам профессионального цикла дает возможность студентам проявить свои навыки и умения, приобретенные при теоретическом изучении дисциплин.

Преподавателям ГБПОУ «ЮУГК» стоит чаще применять данный метод обучения, для чего был составлен план конспект занятия по одной из тем дисциплины. Однако, для того, чтобы все этапы процесса ролевой игры функционировали эффективно, были разработаны рекомендации к разработке, проведению и оцениванию ролевых игр.

1. На этапе подготовки и планирования проведения ролевой игры изначально стоит определиться с типологией, поскольку некоторые типы подразумевают изучение материала и подготовку к ролям. Если этот пункт останется не учтен, велик риск провала игры и потери времени при объяснении терминов. Однако справиться с проблемой позволит информатизация учебного процесса – выведение всей информации на экран или код доступа к заранее заготовленной информации с помощью смартфона и использование ее по ходу игры. На этапе планирования важно понимать, насколько изучен учебный материал обучающимися, сколько

времени потребуется на каждый этап от объяснения правил до рефлексии. Игры, подразумевающие реквизит в виде одежды, карточек, игровых атрибутов довольно сложны в исполнении, однако если игра планируется контролируемая (все участники предупреждены заранее, всем выдан материал), она легко исполняема. Сама игра должна быть максимально приближена к получаемой профессии будущего выпускника.

2. Подбор игры для конкретной темы должен осуществляться с планированием конечного результата. Важно оценивать примерный уровень осведомленности учебным материалом, чтобы студенты смогли полностью погрузиться в учебный процесс, не боясь увидеть в процессе игры незнакомые термины, роли и формулировки. Тема игры может предполагать развитие разных событий в рамках единого замысла. На этапе объяснения темы и целей рекомендуется конкретизировать на что направлена игра, чему она должна обучить и с помощью каких специфичных способов (относящихся к конкретной игре) она пройдет. После объяснения правил дается мотивация к обучению, объясняется шкала оценивания и стимулируется конкуренция. Конкуренция добавляет процессу игры активности и борьбы, как правило, большее количество участников проявляет желание к участию.

3. На этапе перед распределением ролей важно ответить на все интересующие вопросы обучающихся, поскольку непонимание темы и правил не позволят в полной мере способствовать эффективному освоения темы дисциплины профессионального цикла. Немаловажное значение при определении состава ролей и функций игроков имеет количественный состав участников и число игровых групп. Как показывает практика, оптимальное число участвующих в игре – 30 человек, в рабочей группе – 7 человек. Распределение ролей, групп и состав участников для избегания противоречий стоит производить по желанию студентов, или, в зависимости от психологического климата в группе, порядок ролей определяет жребий.

Если участники не проявляют желания к участию, преподаватель вправе вызвать участников на свое усмотрение. В противоположном случае, когда все хотят поучаствовать, есть два варианта развития событий: сократить время игры и дать участникам возможность, либо не менять время игры и способствовать эффективному процессу во время нее.

4. Так как некоторые виды ролевых игр подразумевают вариативность и спонтанность действий игроков, преподаватель вынужден следить за развитием игрового процесса, но не вмешиваться основательно. Подсказывать термины и пути решения не стоит, ведь каждый участник должен прожить и понять свою роль, принять решения на основе своих знаний, полученных ранее. Преподаватель в ролевой игре выполняет роль наблюдателя, судьи и психолога, поскольку ситуация может накалиться и уйти в сторону. Разрешить конфликт на игровом поле помогут заранее обговоренные санкции за несоблюдение и отнимание времени. Наблюдение за эмоциями игроков, их реакцией и заполнение карточки по оцениванию составляют лишь малую часть обязанностей во время процесса. Прежде чем распределять роли перед началом игры, преподаватель должен ориентироваться на социальные и межличностные качества личности (активный, пассивный, нейтральный) и межличностный характер участника (ведущий, ведомый, лидер, оппонент). Для того чтобы игра давала положительный эффект, необходимо очень тщательно подбирать участников, опираясь на их коммуникабельность, умение логически мыслить и чувство взаимовыручки.

5. По окончании процесса ролевой игры, когда цели достигнуты, важное место и структуре игры занимает рефлексия. Оценка деятельности каждого участника судьей, самооценка и выявление недостатком в совокупности с ответами на все интересующие вопросы по игре занимает большое количество времени. Преподаватель должен учитывать мнение каждого игрока, ведь понимание самого процесса способствует в дальнейшем успешное становление в профессии. Если игроки не

«проиграли» ожидаемые варианты событий, на этапе обсуждения стоит обсудить все варианты и опросить не участвующих, наблюдающих за процессом игроков.

6. Ролевая игра предполагает развитие коммуникативных способностей и предполагает публичное выступление. Студенты не всегда готовы влиться в процесс игры, обладая своими личными проблемами или комплексами. Если студент отказывается в участии – стоит найти альтернативное решение, предполагающее комфортное обучение с помощью этого метода обучения, например, дать роль судьи. Если игра не подразумевает участие всех обучающихся, стоит интегрировать пассивных игроков в процесс оценивания. Таким образом они смогут получить баллы и оценку за участие и быть полностью включенными в процесс игры. Если игра подразумевает участие в группах, всем участникам группы предполагается единая оценка или балл, вне зависимости от вовлеченности и участия в игровом процессе, чтобы избежать противоречий и конфликтов.

7. На этапе рефлексии также стоит узнать общее мнение об игре, получить обратную связь, и, возможно, получить замечания по ее организации. При контролируемой ролевой игре участники должны готовиться к процессу заранее, что поможет на этапе оценивания определить уровень вовлеченности в игровой процесс и оценить уровень подготовки, а при свободной игре стоит обратить внимание на скорость реакции, вариативность ответов в рамках темы и решение поставленной проблемы. Проблематика игры должна быть полностью исчерпана участниками, в данном случае происходит эффективное усвоение материала, а также формирование паттернов поведения при столкновении с аналогичной ситуацией в будущем. Исправлять стоит ошибки студента, а не его лично. Стоит лишь направлять ход мыслей человека, помогая решить ролевую или деловую проблему. Игру нужно проводить в творческой, вежливой и непринужденной обстановке, тем самым настроить участников на успешное выполнение заданий, только так можно добиться

запланированного результата. Чем активней будет работать участник игры, тем насыщенной будет сама игра. В процессе игры у него появляется уверенность в своих действиях, он начинает логически мыслить, и вместе с этим к нему приходит убеждение, что ему под силу исполнять любые роли в данной игре.

8. Обязательным элементом сценария должна быть общая последовательность игры и графическая модель ролевого взаимодействия игроков с необходимыми методическими рекомендациями. Целесообразно для этих целей привлечь схемы, упрощенные рисунки, графики, что позволит рационально использовать структуру методических рекомендаций деловой игры.

При соблюдении вышеуказанных рекомендаций по применению ролевых игр в рамках изучения дисциплин профессионального цикла в совокупности с классическими методами обучения преподаватель облегчает себе процесс подготовки к ним. Рекомендации позволяют анализировать не только исходные данные учебной группы в рамках их знаний, но и позволяют посмотреть на процесс «изнутри», обращая внимание на взаимодействие и отношения игроков, также помогают в объективном оценивании и вниманию ко всем участникам.

В такой среде обучения студент получает все те навыки и умения, позволяющие стать квалифицированным специалистом в области изученных знаний.

Выводы по второй главе

Во второй главе работы была проведена оценка использования и применения ролевых игр на дисциплинах профессионального цикла в профессиональной образовательной организации и базе исследования ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж».

Главной задачей деятельности ГБПОУ "Южно-Уральский государственный колледж" является повышение качества знаний и уровня профессиональных компетенций выпускников колледжа за счет разработки, создания и внедрения инновационных образовательных технологий.

Реализация образовательных программ среднего профессионального образования обеспечивается преподавателями, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемых дисциплин.

В результате устного опроса преподавателей удалось выявить то, что ролевые игры в обучении являются эффективным методом, но сложность подготовки и сложность процесса проведения ролевых игр не позволяет преподавателям использовать их часто.

Анализ анкетирования студентов позволил сделать вывод о понимании такого метода обучения, как ролевая игра. Учащиеся отметили то, что ролевые игры на занятиях проводятся и выделили важность их использования. Студентами были отмечены множественные достоинства метода обучения, а также выявлено желание участия в ролевых играх в процессе обучения дисциплинам профессионального цикла.

На основе анализа рабочей программы профессионального модуля были разработаны планы-конспекты по темам «Маркетинговые исследования и коммуникации», «Личная продажа», «Понятие и виды конкуренции» дисциплины «Маркетинг» с применением ролевых игр по маркетинговому исследованию среди потребителей, анализу личных продаж и конкуренции.

В конце работы были представлены рекомендации к применению ролевых игр на дисциплинах профессионального цикла. Применение рекомендаций по использованию ролевых игр позволят преподавателям облегчить процесс подготовки, оптимизировать процесс проведения и структурировать процесс завершения в совокупности с оцениванием и подведением итогов игры.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном обществе происходит быстрая смена тенденций, и перечень требуемых работодателями компетенций, умений и навыков при приеме на работу к выпускникам профессиональных образовательных организаций пополняется с каждым годом. Отличительными чертами квалифицированного специалиста являются такие черты, как многозадачность, творческий подход и нестандартное решение проблем. Он затрачивает на решение вопросов и проблем гораздо меньше времени посредством обучения с применением интерактивных методов, которые плавно внедряются в учебный процесс.

Использование только традиционных методов обучения не позволит учащимся в будущем влиться в рабочий процесс, а лишь поспособствует намеренному накоплению опыта на должности, требуемой изначально заявленные компетенции.

Интерактивные методы обучения, включающие в себя ролевые игры, на дисциплинах профессионального цикла позволяют студентам влиться в получаемую профессию с помощью моделирования деловой или жизненной ситуации.

Ролевые игры в обучении дисциплинам профессионального цикла можно назвать мощным педагогическим инструментом, позволяющим преподавателям эффективно обучать студентов, давая им свободу в рамках своей роли, относящейся к будущей профессии. Обучающийся, посредством накопления опыта и решения нестандартных ситуаций обретают навыки сотрудничества, многозадачности и многих других социальных и профессиональных навыков.

В ходе анализа особенностей применения ролевых игр при изучении дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж» был проведен опрос преподавателей и анкетирование студентов.

Анализ общих результатов позволил сделать вывод о недостаточном применении ролевых игр в изучении дисциплин, но выявлении ряда их преимуществ всеми участниками опроса.

Преподаватели испытывают трудности при подготовке к ролевой игре, в ее разработке и в процессе применения игр на занятиях. Процесс иногда может занимать больше времени, чем планируется, что может привести к неэффективному восприятию темы студентами. Несмотря на вышесказанное, желание преподавателей использовать данный метод обучения велик.

Согласно анализу анкетирования студентов, они в достаточной мере понимают метод обучения ролевой игрой, формулируют понятие и имеют желание использования ролевых игр при изучении дисциплин профессионального цикла.

На основании проведенного анализа результатов опроса и анкетирования было принято решение о создании рекомендаций по применению ролевых игр в рамках изучения дисциплинам профессионального цикла.

Анализ рабочей программы профессионального модуля ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» по специальности 38.02.04 Коммерция позволил определить четыре раздела: МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение; МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности; МДК 02.03 Маркетинг; МДК 02.04 Маркетинговые исследования рынка.

По трем темам дисциплины «Маркетинг» было принято решение разработать конспекты занятий с применением ролевой игры. Темы занятий: «Маркетинговые исследования и коммуникации» и «Личная продажа».

При разработке занятий в теоретической части была представлена информация по теме и обучающий видеоролик для закрепления полученных знаний. Практическая часть занятий содержит ролевую игру по

маркетинговому исследованию и коммуникации с потребителями, и игру по личным продажам.

Для более эффективного процесса проведения ролевых игр в обучении дисциплинам профессионального цикла были предложены рекомендации по применению исследуемого метода обучения:

1. Определение типологии в зависимости от дисциплины и темы и понимание уровня осведомленности материалом.

2. Подбор игры для конкретной темы должен осуществляться с планированием конечного результата, важна конкретизация целей и мотивация студентов.

3. Распределение ролей, групп и состав участников для избегания противоречий стоит производить по желанию студентов, или, в зависимости от психологического климата в группе.

4. Минимальное внедрение преподавателя в процесс, при этом разрешение конфликтов и определение правил за нарушение порядка игры.

5. Длительная рефлексия с обсуждением вопросов, решенная проблематика по окончании.

6. Задействование всех обучающихся, учитывая подготовку перед самой игрой.

7. Обратная связь и мнение учащихся, объективная оценка.

8. Соблюдение последовательности игры с рекомендациями.

Применение указанных рекомендаций позволит преподавателям минимизировать время на подготовку и поможет в процессе проведения. Впоследствии учащиеся проявляют заинтересованность, вовлеченность в процесс, что способствует накоплению профессиональных компетенций для становления квалифицированным специалистом.

Таким образом, цель достигнута, задачи выполнены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Актуальные проблемы профессионального педагогического и технологического образования: материалы конференции. — Шадринск: ШГПУ, 2021. — ISBN 978-5-87818-607-0.
2. Алексеев, В. А., Савруков Н. Т., Савруков А. Н. Практикум по маркетингу. Задачи, тесты, ситуации, ролевые игры, упражнения, задания. — СПб.: Политехника, 2018 – 212с.
3. Арбузова, Е. Н. Современные методы и технологии обучения управленческим дисциплинам: учебное пособие / Е. Н. Арбузова, О. А. Яскина. — Омск: ОмГПУ, 2019. — ISBN 978-5-8268-1900-5.
4. Беликова, Е. С. Интерактивные методы обучения в процессе подготовки специалиста // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Образование. Педагогические науки. – 2017. – Т. 17. – № 3. – С. 29-35.
5. Борисова, С.Е. Ролевая игра как метод социально–психологического тренинга / С.Е. Борисова. – М.: ЭТП, 2013 – 172 с.
6. Блекуэлл, Д., Гиршик М. Теория игр и статистических решений. – М.: Иностранная литература, 2016 – 374с.
7. Гаджикурбанова, Г. М. Инновационные технологии в науке и профессиональном образовании: учебное пособие / Г. М. Гаджикурбанова. — Махачкала: ДГПУ, 2023. — 92 с.
8. Гонtareва, И. В. Развитие профессиональных компетенций студентов с использованием ролевых игр // Известия Пермского университета. – 2018. – № 4 (44). – С. 218-226.
9. Глухов, В. В., Кобышев А. Н., Козлов А. В. Ситуационный анализ. Ролевые игры для Основы права. – СПб.: Специальная литература, 2019 – 223с.

10. Данилов, П. В. Роль ролевых игр в формировании профессиональных компетенций студентов технических специальностей // Техносфера, 2018. – № 4. – С. 76 – 82.
11. Ежова, Л.В. Постановка и решение управленческих задач на промышленных предприятиях методом деловых игр / Л. В. Ежова – СПб: Нева, 2005. – 98с.
12. Ивашина, Т. Б. Технологии развития компетентности при преподавании экономических дисциплин: учебно-методическое пособие / Т. Б. Ивашина. — Воронеж: ВГАУ, 2019. – ISBN 978-5-7267-1059-4.
13. Интерактивные образовательные технологии в высшей школе: учебно-методическое пособие / под редакцией А. Н. Нюдюрмагомедова. — Махачкала: ДГУ, 2020. — ISBN 978-5-9913-0131-2.
14. Карпов, В. В. Психология предпринимательства: учебное пособие / В. В. Карпов, Е. В. Белова, С. А. Васильева. — Санкт-Петербург: ИЭО СПбУТУиЭ, 2021. — ISBN 978-5-94047-427-2.
15. Колесникова О.А. Ролевые игры в обучении иностранным языкам. // ИЯШ. – 1989. – №4. – С. 73–74.
16. Лингводидактические особенности обучения иностранным языкам в аграрном вузе: монография / научный редактор Е. А. Олейникова. — Орел: Орел ГАУ, 2024. — ISBN 978-5-93382-385-8.
17. Макшанцева Н. В. Содержание коммуникативной компетенции при обучении // Актуальные проблемы социальной коммуникации. Материалы третьей Всероссийской научно-практической конференции. Нижний Новгород, 2022. – С. 447– 449.
18. Мамедова, А. В. Развитие коммуникативности будущего учителя средствами интенсивных технологий (на материале английского языка): монография / А. В. Мамедова. — Рязань: РГУ имени С. А. Есенина, 2011. — ISBN 978-5-88006-708-4.
19. Неправский, А. А. Стратегический менеджмент. Ролевая игра / А. А. Неправский. – Минск: БГЭУ, 2016. – 272с.

20. Немцева, А. Н. Метод ролевых игр / А. Н. Немцева. – М.: МЦНТК, 2014 – 165 с.
21. ПАССОВ Абрамова, Г. С., Степанович В. А. Ролевые игры. Теория и организация. – Екатеринбург: Ролевая книга, 2019 – 192с.
22. Педагогическая практика: учебное пособие / составители Е. А. Фирсова [и др.]. — Тверь: Тверская ГСХА, 2016. — 149 с.
23. Психология и педагогика игры: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. О. Смирнова, И. А. Рябкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 223 с.
24. Психология игры / Д. Б. Эльконин. – 2-е изд. – Москва: ВЛАДОС, 1999. – 358, ISBN 5-691-00256-2
25. Рихтер, Т. В. Использование интерактивных методов обучения в образовательном процессе высшей школы при формировании профессиональных компетенций студентов: учебное пособие / Т. В. Рихтер. — Соликамск: Соликамский государственный педагогический институт, 2016. — 76 с. — ISBN 978-5-91252-078-5.
26. Савруков, Н. Т. Практикум по экономике. Задачи, тесты, ситуации, ролевые игры, упражнения, задания / Н. Т. Савруков. – СПб.: Политехника, 2013 – 212с.
27. Селезнев, Д. Г. Роль ролевых игр в формировании ключевых компетенций студентов // Современные проблемы науки и образования. – 2019. – № 4.
28. Семенова Т.В., Семенова, М. В. Ролевые игры в обучении иностранным языкам // ИЯШ. – 2022. – № 1. – С. 16 – 18.
29. Современное состояние медиа образования в России в контексте мировых тенденций: материалы II международной научной конференции. Таганрог, 15 октября 2020 г. ООО Директ Медиа, 2020.

30. Смирнова, Т. Д. Возможности использования ролевых игр в процессе формирования профессиональной самоорганизации студентов // Педагогическое образование. – 2018. – № 8. – С. 70 – 77.
31. Теоретические и методические основы организации игровой деятельности детей раннего и дошкольного возраста. Учебник для СПО.
32. Черникова, А. Г. Ролевая игра как эффективное средство изучения профессиональных дисциплин в образовательной организации // Молодой ученый. – 2020. – № 24. – С. 132 – 134.
33. Шестакова А. В. Ролевые игры как метод активного обучения в высшей школе // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. – 2017. – № 3(56). – С. 134-139.
34. Шнейдер Е. М., Сильченко Н. А., Овчинникова С. В. Ролевая игра как технология и прогрессивный метод обучения в вузе // Современные наукоемкие технологии. – 2022. – № 12-1. – С. 176 – 179.
35. Шутова, О. И. Психология помогающей профессии: компетентностная модель подготовки кадров для здравоохранения: монография / О. И. Шутова. — Волгоград: ВГМУ, 2022. — ISBN 978-5-9652-0666-7.
36. Щедровицкий, Г. П. Философия. Наука. Методология / Г. П. Щедровицкий. — М.: Альма Пресс, 2018 — 641 с.
37. Щепкин, А. В. Ролевые имитационные игры в организации и управлении / А. В. Щепкин. – Воронеж: ВГАСУ, 2018 – 207с.
38. Щетинина, В. В. Педагогическое мастерство: учебно-методическое пособие / В. В. Щетинина. — Тольятти: ТГУ, 2020.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Специальности и профессии ГБПОУ «ЮУГК» очного отделения.

Шифр специальности, наименование	На базе 9 класса	На базе 11 класса
43.01.09 Повар, кондитер	3 года 10 месяцев	-
15.01.05 Сварщик ручной и частично механизированной сварки (наплавки)	2 года 10 месяцев	-
15.01.05 Сварщик ручной и частично механизированной сварки (наплавки)	1 год 10 месяцев	-
54.01.02 Ювелир	3 года 10 месяцев	-
38.02.01 (Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)	2 года 10 месяцев	2 года 10 месяцев
38.02.04 Коммерция (по отраслям)	2 года 10 месяцев	1 год 10 месяцев
38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров	1 год 10 месяцев	1 год 10 месяцев
38.02.06 Финансы	-	2 года 10 месяцев
38.02.07 Банковское дело	2 года 10 месяцев	1 год 10 месяцев
09.02.03 Программирование в компьютерных системах	3 года 10 месяцев	-
09.02.01 Компьютерные системы и комплексы	3 года 10 месяцев	-
09.02.07 Информационные системы и программирование	2 года 10 месяцев	-
40.02.01 Право и организация социального обеспечения	2 года 10 месяцев	1 год 10 месяцев
40.02.03 Право и судебное администрирование	2 года 10 месяцев	-
43.02.06 Сервис на транспорте (по видам транспорта)	-	1 год 10 месяцев
43.02.10 Туризм	2 года 10 месяцев	1 год 10 месяцев
43.02.16 Туризм и гостеприимство	2 года 10 месяцев	1 год 10 месяцев
43.02.14 Гостиничное дело	-	2 года 10 месяцев
11.02.01 Радиоаппаратостроение	3 года 10 месяцев	-
11.02.17 Разработка электронных устройств и систем	2 года 10 месяцев	
23.02.03 Техническое обслуживание и ремонт автомобильного транспорта	3 года 10 месяцев	-
23.02.07 Техническое обслуживание и ремонт двигателей, систем и агрегатов автомобилей	3 года 10 месяцев	-
15.02.08 Технология машиностроения	3 года 10 месяцев	-
15.02.16 Технология машиностроения	3 года 10 месяцев	2 года 10 месяцев
15.02.03 Техническая эксплуатация гидравлических машин, гидроприводов и гидропневмоавтоматики	3 года 10 месяцев	-

Продолжение таблицы

15.02.14 Оснащение средствами автоматизации технологических процессов и процессов	3 года 10 месяцев	-
27.02.07 Управление качеством продукции, процессов и услуг (по отраслям)	3 года 10 месяцев	-
27.02.07 Управление качеством продукции, процессов и услуг (по отраслям)	2 года 10 месяцев	-
54.02.01 Дизайн (по отраслям)	3 года 10 месяцев	2 года 10 месяцев
54.02.02 Декоративно -прикладное искусство и народные промыслы (по видам)	2 года 10 месяцев	-
54.02.08 Техника и искусство фотографии	2 года 10 месяцев	-
55.02.02 Анимация (по видам)	2 года 10 месяцев	-
55.02.02 Анимация и анимационное кино (по видам)	3 года 10 месяцев	-
55.02.03 Кино- и телепроизводство (по видам)	3 года 10 месяцев	-
42.02.01 Реклама	-	2 года 10 месяцев

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Уважаемый студент!

Просим Вас принять участие в исследовании, направленном на выявление степени использования и роли ролевых игр в процессе изучения дисциплин профессионального цикла в ГБПОУ «ЮУГК». Заранее благодарим за участие в опросе!

1. Как вы понимаете термин «Ролевая игра» в рамках изучения дисциплин профессионального цикла?

2. Необходимо ли, на ваш взгляд, применение данного метода обучения на занятиях?

- 1) Необходимо
- 2) Необязательно
- 3) Нет необходимости

3. В чем заключается эффективность использования ролевых игр как метода обучения дисциплинам профессионального цикла?

4. Применяются ли ролевые игры при изучении в вашем колледже?

- 1) Применяются
- 2) Не применяются

5. Как вы оцениваете важность изучения дисциплины профессионального цикла посредством проведения на ней ролевой игры?

- 1) Использование игр важно
- 2) Использование игр не важно
- 3) Затрудняюсь ответить

6. Хотелось бы вам, чтобы ролевые игры проводились на занятиях (или использовались чаще) в рамках изучения профессионального цикла?

Хотелось бы чаще видеть ролевые игры на дисциплинах

Нет необходимости в частом использовании метода ролевых игр

7. Укажите преимущества, которые вы относите к данному методу обучения. (Можно выбрать от 1 до 5 ответов)

- 1) Эффективное усвоение материала
- 2) Понимание будущей профессии
- 3) Возможность социализации и коммуникации
- 4) Развитие критического мышления
- 5) Разнообразие учебного процесса

Благодарим за участие в опросе! До свидания!

План-конспект комбинированного занятия по теме «Маркетинговые исследования и коммуникации»

Дисциплина: «Маркетинг».

Тема занятия: «Маркетинговые исследования и коммуникации».

Тип занятия: комбинированное.

План изучения темы:

- 1) понятие «системы маркетинговых ситуаций»;
- 2) сущность и виды маркетинговых коммуникаций;
- 3) формы маркетинговых коммуникаций;
- 4) цели и роль маркетинговых ситуаций в комплексе маркетинга.

Цель занятия:

1. Обучающая: изучить понятие «маркетинговые коммуникации исследования» и их виды; рассмотреть цели и роль маркетинговых ситуаций в комплексе маркетинга.

2. Развивающая: развивать умение корректно работать с информацией и делать выводы, анализировать, высказывать свою точку зрения, развивать критическое мышление посредством участия в интерактивных частях занятия.

3. Воспитательная: формирование у студентов понимания важности маркетингового исследования и коммуникаций для успешного функционирования фирмы и предприятия.

Задачи занятия:

1. Уровень знания: с помощью полученных знаний по теме, определять термин «системы маркетинговых исследований», рассмотреть виды маркетинговых коммуникаций.

2. Уровень понимания: определять сущность форм маркетинговых коммуникаций.

3. Уровень применения: применять на практике полученные знания маркетинговые коммуникации и исследования, посредством участия в ролевой игре по теме.

4. Уровень анализ: проводить анализ методов коммуникации с дальнейшим выбором нужного.

5. Уровень синтеза: составить список на тему преимуществ маркетингового исследования для компании.

Формы обучения: лекция-беседа и практика.

Методы обучения: словесный (лекция, беседа), наглядный (видеоролик), самостоятельная работа, работа в тетради.

Средства обучения: учебная литература, ролевая игра, видеоролик, компьютер с необходимым ПО (Microsoft Word, Power Point), проектор.

Формы организации познавательной деятельности: индивидуальная, групповая.

Ключевые слова: маркетинг, исследования, коммуникация, конкуренция, комплекс маркетинга.

Межпредметные связи: с дисциплиной «Маркетинговые исследования рынка».

Внутрипредметные связи: с темой «Окружающая среда маркетинга».

Список литературы:

1. Сушкова, Т. А. Бизнес-планирование на предприятиях сферы обслуживания: учебное пособие / Т. А. Сушкова. — Воронеж: ВГУИТ, 2018. — ISBN 978-5-00032-393-9. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система.

2. Фомина Ю.С Электронное учебное пособие ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности., МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / ГБОУ СПО (ССУЗ) «ЧКИПТиХП» — 2015.

3. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово хозяйственной деятельности предприятия. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 135 с.

Сценарий проведения занятия

1. Организационный момент.

Здравствуйте, уважаемые студенты. Сегодня очень хороший день, желаю вам хорошего настроения и продуктивного занятия!

Сначала мы отметим присутствующих, пройдемся по списку.

2. Введение в тему занятия.

Сегодня мы с вами продолжаем изучать дисциплину «Маркетинг». Нами уже были изучены темы формирования спроса, стимулирования сбыта, окружающая среда маркетинга и потребности и мотивация потребителей. Как вы думаете, для чего необходимо проводить маркетинговые исследования? Как маркетинговые исследования и коммуникации позволяют стать конкурентоспособнее? (*студенты отвечают на поставленный вопрос*) Спасибо за ответы!

Как вы и отметили, маркетинговое исследование обеспечивает потребности маркетинга, т.е. систему сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных. Целью маркетинговых исследований является обеспечение своего предприятия или заказчиков надежной и достоверной информацией о рынке, структуре и динамике спроса, вкусах и желаниях покупателей, что способствует конкурентоспособности.

3. Мотивация к учебной и познавательной деятельности.

Для нашего занятия вам понадобится тетрадь и ручка. Первая часть занятия пройдет в форме лекции, после будет проведена ролевая игра по маркетинговым исследованиям. Запишите, пожалуйста тему в тетрадь: «Маркетинговые исследования и коммуникации».

4. Изложение нового материала.

В современных условиях регулирование экономики в значительной степени зависит от жизнеспособности системы продвижения товаров и услуг от производителя к потребителю. Однако подобная маркетинговая деятельность невозможна без налаженного информационного отслеживания воспроизводственного процесса, т.к. эффективность производства во многом зависит от знания предприятиями потребностей рынка товаров и услуг. Основным источником получения информации является маркетинговое исследование, под которым понимается маркетинговая деятельность, обеспечивающая потребности маркетинга, т.е. система сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных, необходимых для конкретной маркетинговой деятельности.

Целью маркетинговых исследований является обеспечение своего предприятия или заказчиков надежной и достоверной информацией о рынке, структуре и динамике спроса, вкусах и желаниях покупателей.

Задачей маркетинговых исследований является создание условий для приспособления производства к изменяющемуся рынку и разработка системы и мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции и интенсификации сбыта.

Процесс маркетингового исследования состоит из шести этапов

На первом этапе обосновывается необходимость проведения исследования и определяется круг вопросов, подлежащих изучению.

На втором этапе формулируется цель проводимого исследования, оговариваются решаемые задачи, указываются предполагаемые результаты.

На третьем этапе проводится сбор данных. Процессу сбора данных предшествует определение требуемых исходных данных, установление источников информации и выбор методов ее сбора.

Анализ собранных данных и их интерпретация проводится на четвертом этапе. Обработка данных проводится в соответствии со сформулированными задачами исследования. При этом выделяют наиболее

важные его моменты, а исходные данные упорядочиваются, объединяются и сводятся в соответствующие таблицы.

На пятом этапе подготавливается отчет о проведенном исследовании. В соответствии с которым формулируются соответствующие рекомендации и дается их обоснование.

На шестом этапе с учетом сделанных рекомендаций по результатам исследования руководство предприятия разрабатывают и принимают соответствующие маркетинговые решения.

Обратите внимание на рисунок, объединяющий все этапы. (Рис. 1)

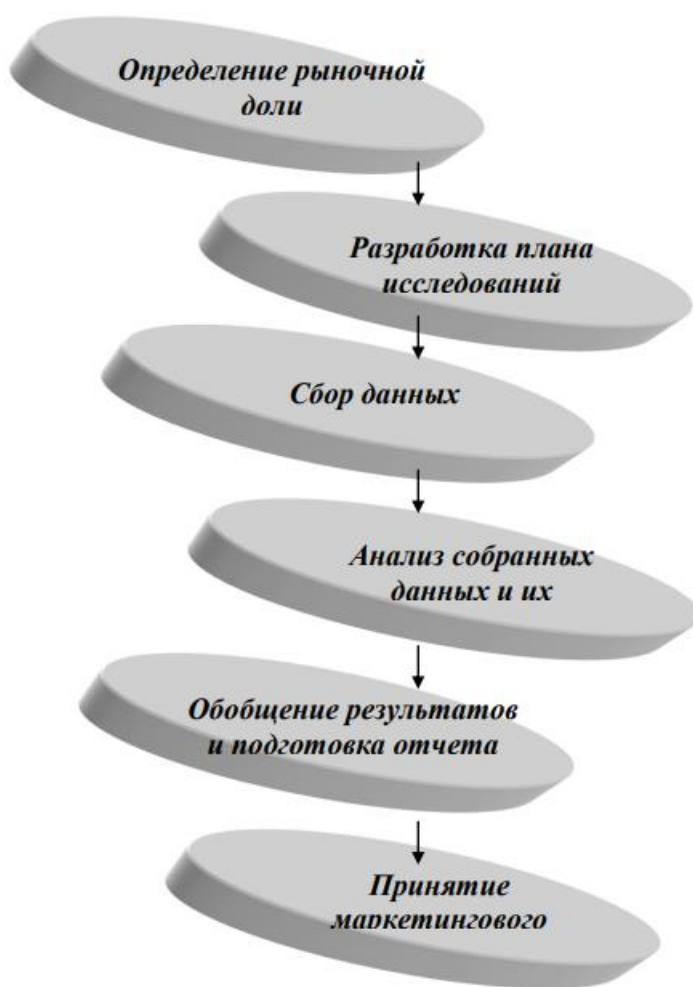


Рисунок 1 – Процесс маркетингового исследования

Маркетинговые исследования проводятся силами и средствами самого предприятия или с привлечением специализированных организаций. При выборе первого или второго подходов необходимо учитывать следующие факторы: стоимость исследования; наличие опыта проведения

исследований и специалистов должной квалификации; знания в области технических и товароведческих особенностей продукта; объективность; наличие специального оборудования: компьютеров и специальных программ для них. Оборудования для тестирования и т.п.; конфиденциальность (лучше сохраняется при проведении маркетинговых исследований сотрудниками компании). Важнейшими методами проведения маркетинговых исследований являются: наблюдение, опрос, эксперимент и панель.

Основными компонентами системы маркетинговой деятельности являются:

1. анализ внешней среды маркетинга;
2. маркетинговые исследования рынка;
3. анализ внутренней среды маркетинга;
4. сегментирование рынка и выбор его целевых сегментов;
5. формирование комплекса маркетинга;
6. организация управления маркетингом.

Маркетинговые коммуникации — передача информации о бренде, товаре или компании целевой аудитории. Целевой аудиторией могут быть потребители, поставщики, акционеры, сотрудники компании, органы управления. Маркетинговые коммуникации ещё называют продвижением, потому что их цель — продвинуть продукт или бренд на рынок.

К маркетинговым коммуникациям можно отнести любое взаимодействие компании с целевой аудиторией. Приведём несколько примеров коммуникации: реклама во «ВКонтакте», пресс-конференция, распространение образцов духов через журналы.

Как и любая другая коммуникация, маркетинговая коммуникация включает следующие элементы:

Отправитель. Его также называют коммуникатором или передатчиком сообщений. Коммуникатором может быть и человек, и организация.

Сообщение. Информация или идея, которую нужно передать. Сообщение может быть письменным, визуальным или устным — например, в формате видео или поста в социальной сети.

Канал. Это средство передачи сообщения — журнал, баннер на улице, радиоэфир.

Получатель. Ещё его называют коммуникантом. Это субъект, которому предназначено сообщение.

Обратная связь. Это реакция получателя на сообщение отправителя.

С какими целями запускают маркетинговые коммуникации?

Главная цель маркетинговых коммуникаций — повысить прибыль компании за счёт роста числа продаж. В эту глобальную цель входит множество других:

- сформировать спрос на продукт;
- стимулировать сбыт;
- повысить узнаваемость бренда;
- повысить лояльность к бренду или продукту;
- сформировать и поддержать положительный имидж;
- повысить мотивацию сотрудников;
- укрепить деловые связи с субъектами рынка и органами власти;
- рассказать о новых продуктах или услугах;
- выделиться на фоне конкурентов;
- рассказать о потребительских свойствах товара.

У разных сообщений могут быть разные цели. Например, компания может использовать маркетинговые коммуникации для сбора данных, чтобы принять решение о развитии продукта или чтобы увеличить долю рынка. Но все эти цели так или иначе приводят к росту продаж.

Для закрепления материала хочу вам предложить просмотр видео «Виды и типы маркетинговых исследований».

(<https://yandex.ru/video/preview/17012143542323495070>).

После видео прошу вас ответить на следующий вопрос:

Что важно учитывать при планировании маркетингового исследования?

(студенты отвечают).

Спасибо за ответы, остались ли у вас вопросы по теме?

5. Проверка усвоения и закрепление материала.

После теоретической части предлагаю вам поиграть в ролевую игру по нашей теме занятия.

Разделитесь, пожалуйста, на 2 команды по 2 человек оставшиеся станут третьем командой. Малые команды – владельцы предприятий, изготавливающих аналогичную продукцию, желающие заполучить рынок. Третья команда – потенциальные покупатели и потребители. Методом совещания обе команды выбирают продукт, на основе которого будут проводить коммуникации с потребителями. После этого каждая из команд – фирм одним из метода сбора данных опрашивает потребителей. Между игроками должен состоять деловой и официальный диалог. Важны уточнения, вопросы и аргументы потребителя. Это анализ маркетинговой среды.

На основе пожеланий, ожиданий о товаре команды потребителей создатели фирмы предлагают на словах свой продукт с учтенными качествами потребителей, добавлением авторских и уникальных функций для завлечения группы потребителей.

Целью нашей игры на выходе является анализ маркетинговой среды с помощью, в нашем случае, потребителя. Целью является подстроиться под требуемый рынок, учитывая все пожелания потребителя.

Голосованием выбирается фирма – победитель, а всем участникам ставится баллы или оценки.

6. Выдача домашнего задания.

Уважаемые студенты, на этом наше занятие подходит к концу, запишите домашнее задание. Дома вам нужно составить список преимуществ маркетинговых исследований.

Если у вас появились вопросы, вы можете их задать.

7. Рефлексия учебной деятельности обучающихся, подведение итогов занятия.

Подведем итоги занятия. По окончании нашей с вами работы попрошу вас ответить устно на следующие вопросы.

Что больше всего понравилось в ходе занятия?

Что не понравилось?

Что я узнал нового?

Какой аспект темы был не до конца раскрыт?

Спасибо за работу!

Структура занятия

Этап занятия и время	Деятельность педагога	Деятельность обучающихся
1. Организационный момент, (3 минуты).	Приветствие группы. Проверка посещаемости и анализ готовности к получению нового материала.	Проверка собственной готовности.
2. Введение в тему занятия, (5 минут).	С помощью наводящих и уточняющих вопросов формирует у студентов интерес к изучаемой теме, Помогает студентам сформировать тему занятия.	Участие в обсуждении, ответы на вопросы преподавателя, самостоятельная формулировка темы занятия, запись темы в тетрадь.
3. Мотивация к учебной и познавательной деятельности, (5 минут).	Педагог рассказывает о значимости и актуальности данной темы для изучения дисциплины.	Студенты слушают и при необходимости задают вопросы.
4. Изложение нового материала, (25 минут).	Объяснение новых знаний по теме.	Получение новых знаний.
5. Проверка усвоения и закрепление материала, (45 минут).	Проверка запоминания материала студентами с помощью показа видеоролика и вопросов к нему. Объяснение правил и ролевая игра «Маркетинговое исследование».	Ответы на вопросы педагога, игра в ролевую игру.
6. Выдача домашнего задания, (3 минуты).	Выдача домашнего задания: список преимуществ маркетинговых исследований.	Выполнение домашнего задания в часы самостоятельной работы.
7. Рефлексия учебной деятельности обучающихся, подведение итогов занятия, (4 минуты).	Проведение рефлексии. Подведение итогов занятия.	Устный ответ на вопросы рефлексии.

План-конспект комбинированного занятия по теме «Личная продажа»

Дисциплина: «Маркетинг».

Тема занятия: «Личная продажа».

Тип занятия: комбинированное.

План изучения темы:

- 1) понятие «личная продажа»;
- 2) виды и особенности личной продажи;
- 3) формы персональной продажи.

Цель занятия:

1. Обучающая: изучить понятие «личная продажа» и ее виды; рассмотреть цели и роль личной продажи маркетинга.

2. Развивающая: развивать умение корректно работать с информацией и делать выводы, анализировать, высказывать свою точку зрения, развивать критическое мышление посредством участия в интерактивных частях занятия (ролевой игре).

3. Воспитательная: формирование и развитие качеств социально активной личности.

Задачи занятия:

1. Уровень знания: с помощью полученных знаний по теме, определять термин «личная продажа».

2. Уровень понимания: определять виды и особенности личной продажи.

3. Уровень применения: применять на практике полученные знания, посредством участия в ролевой игре по теме.

4. Уровень анализ: проводить анализ эффективности личной продажи.

5. Уровень синтеза: составить список на тему недостатков личной продажи.

Формы обучения: лекция-беседа и практика.

Методы обучения: словесный (лекция, беседа), наглядный (видеоролик), самостоятельная работа, работа в тетради.

Средства обучения: учебная литература, ролевая игра, видеоролик, компьютер с необходимым ПО (Microsoft Word, Power Point), проектор.

Формы организации познавательной деятельности: индивидуальная, групповая.

Ключевые слова: личная продажа, виды продаж, скрипты, комплексы товаров, анализ клиента, коммуникация.

Межпредметные связи: с дисциплиной «Маркетинговые исследования рынка».

Внутрипредметные связи: с темой «Связи с общественностью».

Список литературы:

1. Роль маркетинга в сбытовой деятельности предприятий АПК: учебное пособие / составители О. Д. Рубаева, И. А. Зубарева. — Челябинск: ЮУрГАУ, 2018. — ISBN 978-5-88156-811-5.

2. Журавлева, Н. Ю. Маркетинг: учебно-методическое пособие / Н. Ю. Журавлева, С. А. Кирюшин. — Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2018. — 66 с.

Сценарий проведения занятия.

1. Организационный момент.

Добрый день, уважаемые студенты. Прошу вас всех улыбнуться друг другу для поднятия настроения. Желаю нам с вами продуктивного занятия! Прошу старосту в конце занятия подойти со списком отсутствующих, чтобы не отнимать время занятия.

2. Введение в тему занятия.

Сегодня мы с вами продолжаем изучать дисциплину «Маркетинг». Нами уже были изучены темы формирования спроса, стимулирования сбыта, окружающая среда маркетинга и потребности и мотивация потребителей, а прошлая тема называлась «маркетинговые исследования и коммуникации». Для введения в тему занятия ответьте на вопрос: как вы

понимаете словосочетание «Личная продажа?» *студенты отвечают на поставленный вопрос*)

Все верно, личная продажа (персональная продажа) - это устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью совершения продажи. Спасибо за ответы!

3. Мотивация к учебной и познавательной деятельности.

Для нашего занятия вам понадобится тетрадь и ручка. Первая часть занятия пройдет в форме лекции, после будет проведена ролевая игра. Запишите, пожалуйста, тему в тетрадь.

4. Изложение нового материала.

Личная продажа (персональная продажа) - это устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью совершения продажи.

К числу достоинств персональной продажи относится индивидуальное внимание к потребителю и возможность передачи значительного объема информации. Она очень гибка и может адаптироваться к требованиям конкретного покупателя.

Для большинства видов персональной продажи размер издержек, не приносящих результата, меньше чем в рекламе. Персональная продажа концентрируется на четко определенных и сосредоточенных целевых рынках (торговля недвижимостью, мебелью, автомобилями и другие). Она завершает сделку и в процессе принятия потребителем решения о покупке представляет собой последний этап после поиска информации и ознакомления с рекламой.

Она удерживает постоянных потребителей и тех, кто уже убежден рекламой, избавляет их от нерешительности и сомнений. Однако персональная продажа не имеет большого масштаба влияния, требует большого количества торговых агентов и продавцов. Издержки на одного потребителя зачастую велики. Ее критикуют за недостаточную честность,

чрезмерное давление на покупателей, заставляющие потребителей принимать преждевременные решения.

Искусство продажи - это семиступенчатый процесс, в который, входят: отыскивание и оценка потенциальных клиентов и покупателей, предварительная подготовка к визиту, подход к клиенту, презентация и демонстрация товара, преодоление возражений, заключение сделки и доведение до конца работ по сделке, проверка результатов. Поскольку торговому персоналу приходится принимать множество решений и сталкиваться со множеством разочарований, он нуждается в руководстве и постоянном поощрении. Чтобы помочь торговому аппарату лучше наладить работу, фирма должна регулярно и объективно оценивать эффективность их деятельности.

Этапы личных продаж:

Название этапа	Расшифровка
Подготовка	Продавец узнаёт о потенциальном покупателе и продукте
Установление контакта	Продавец узнаёт о потенциальном покупателе и продукте
Исследование потребностей	Нужно начать разговор и установить доверительные отношения
Презентация	Продавец показывает, как продукт поможет и каким образом закроет потребности клиента
Обработка возражений	Продавец отвечает на вопросы и возражения потенциального покупателя
Заключение сделки	Если клиент хочет купить, оформляется продажа
Постсделка	После продажи нужно проследить за действиями клиента, чтобы перейти к следующему этапу
Оценка результатов	Продавец анализирует, насколько успешны продажи

Виды личных продаж.

Продажа представителям торговли

Как и в случае с ответной продажей, торговый работник преимущественно выступает в качестве приемщика заказов, но его торговые

обязанности в большей степени включают сервис. Продажа посредникам заключается в звонках дилерам, приеме заказов, осуществлении доставки, установке рекламных экспозиций и отслеживании запасов. Этот тип продаж часто используется в пищевой, текстильной промышленности, отраслях по производству одежды и товаров для дома. Специальные задачи, такие как развертывание экспозиции в местах продаж, выполняются именно этой разновидностью торговых агентов. Часто такой торговый агент играет объединяющую роль в поддержании взаимоотношений с представителями торговли.

Миссионерская продажа

Торговый агент миссионерского типа обычно не занимается сбором заказов. Вместо этого его главная обязанность состоит в том, чтобы рассказывать о новом товаре до того, как последний станет доступен широкой публике. Классический пример миссионерского торгового агента — это торговые представители продавцов лекарств, которые звонят врачам, чтобы дать пояснения о новых лекарствах, предлагаемых фармацевтическими компаниями. Торговый агент-миссионер раздает бесплатные образцы лекарств врачам и агитирует их порекомендовать эти образцы пациентам и отметить результаты их применения. Торговый агент надеется, что врачи вспомнят о данном конкретном лекарстве, когда будут выписывать рецепты своим будущим пациентам.

Можно назвать «три кита», на которых держится представление товара во время личной продажи и которые отражаются в фирменных стандартах продажи.

1. Индивидуализация информации о товаре, предоставляемой конкретному покупателю (группе покупателей), стимулирующая принятие решения о покупке.

2. Возможность усилить конкурентное преимущество организации с помощью личных продаж.

3. Возможность презентации товара в месте продажи.

Ответная продажа.

При ответной продаже торговый агент реагирует на покупательский спрос. Поездка по маршруту и розница — вот два вида ответной продажи. К примеру, водители организаций, торгующих чистой питьевой водой, доставляют кулеры и баллоны с водой по запросу клиента. Аналогично продавцы в магазинах бытовой техники или одежды занимаются продажей, когда клиент обращается к ним за помощью.

Продажа представителям торговли.

Как и в случае с ответной продажей, торговый агент преимущественно выступает в качестве приемщика заказов, но его торговые обязанности в большей степени включают сервис. Продажа посредникам заключается в звонках дилерам, приеме заказов, осуществлении доставки, установке рекламных экспозиций и отслеживании запасов. Этот тип продаж часто используется в пищевой, текстильной промышленности, отраслях по производству одежды и товаров для дома. Специальные задачи, такие как развертывание экспозиции в местах продаж, выкладка рекламный материалов - выполняются именно этой разновидностью торговых агентов. Часто такой торговый агент играет объединяющую роль в поддержании взаимоотношений с представителями торговли.

Технические продажи.

В данном случае торговые агенты предлагают товары, оборудование и услуги, способные решить технические проблемы клиентов, на основе первоначальной экспертизы и собственного опыта в данной сфере. Техническая продажа обычно применяется для промышленных товаров, таких как машины и промышленное оборудование. Способность торгового агента определить, проанализировать и решить проблемы клиента является ключевой. Как правило, технический торговый агент звонит потенциальным клиентам, у которых имеются определенные проблемы, и предлагает услуги своей организации по поиску возможных решений.

Созидательные продажи.

Этот вид продажи, как правило, относится к новым товарам или к уже имеющимся товарам, которые выводятся на новый рынок. Торговый агент должен убедить потенциальных клиентов, что они имеют серьезную проблему или неудовлетворенную потребность и что товар, предлагаемый торговым агентом, является наилучшим решением в этой ситуации. Торговый агент выступает в качестве «распространителя заказов», который создает и стимулирует спрос на товары. Торговые агенты, работающие на такие компании, как Procter & Gamble, продают именно в созидательном стиле. К примеру, торговый представитель из подразделения по средствам для сохранения здоровья и красоты компании P&G может провести ряд презентаций для менеджеров по закупкам в супермаркетах, чтобы продемонстрировать, что новый шампунь «Head and Shoulders» удовлетворяет запросы потребителей лучше, чем другие аналогичные шампуни.

Консультативная продажа.

Этот вид продажи является одной из форм маркетинга отношений. Торговый агент сначала встречается с клиентами и информирует их о возможных направлениях сотрудничества, создает основу взаимоотношений. Далее с помощью наводящих вопросов уточняет потребности клиентов. Только после этого торговый агент предлагает свое решение, сопровождаемое презентацией, адаптированной под потребности клиента. В ходе последующего обсуждения предлагаемого решения вырабатывается согласованный подход, затем оформляется заказ. После совершения сделки торговый агент оказывает послепродажную поддержку, чтобы подкрепить саму продажу, гарантировать удовлетворение клиентов и поддержать добрые взаимоотношения.

Сущность консультативной продажи, как самой современной и востребованной, состоит в том, что продавец не продает покупателю товар или услугу, а консультирует клиента, предлагает способ решить ту или

иную проблему клиента с помощью данного товара или услуги, т.е. продавец продает клиенту не компьютер с программным обеспечением, а техническое решение проблемы коммуникации. Консультативные продажи отличаются от традиционных целым рядом характеристик.

Основная задача персональной продажи — продать товар потенциальному покупателю. При этом успех сделки зависит от выполнения дополнительных задач:

- Сформировать личный контакт с потребителями. Здесь важно создать положительную коммуникацию и завоевать доверие покупателя.
- Проинформировать о продукте или услуге. Продавец должен максимально подробно рассказать о товаре, провести презентацию или продемонстрировать функции.
- Отработать возражения. Нужно развеять сомнения покупателя, ответить на возникающие вопросы, разъяснить непонятные моменты. Положительным результатом должно стать заключение сделки.

Формы личных продаж

В зависимости от способа организации взаимодействия продавца и покупателя личная продажа имеет следующие формы:

- Один продавец — один покупатель. Это консультации в магазине розничной торговли, в офисе, с выездом к клиенту, в общении по телефону, email или в мессенджере.
- Один продавец — группа покупателей. Это демонстрация товара в торговых точках, промомероприятия и презентации.
- Команда продавцов — группа представителей покупателя. Чаще всего это B2B-сделки на приобретение дорогостоящих товаров и услуг.

Для закрепления темы занятия предлагаю вам посмотреть видеоролик по теме нашего занятия и ответить на вопросы (https://www.youtube.com/watch?v=ZHgPaIf_NNA).

Вопросы для устного опроса:

Какие советы даются в видео для успешных продаж?

Что такое скрипты продаж?

Зачем нужно повышать ценность продукта?

Спасибо за ответы, ребята.

4. Проверка усвоения и закрепление материала.

Сейчас мы с вами будем играть в ролевую игру, и мы поймете почему личная продажа – это трудоемкий и интересный процесс, требующий стрессоустойчивости.

Название игры – «Магазин канцтоваров».

Для ролевой ситуации приглашаю двух ребят для игры. Один будет продавцом, а второй капризным покупателем.

Инструкция продавцу:

Вы работаете консультантом в магазине канцтоваров. В магазин зашел клиент.

Ваши задачи:

1. Установить контакт
2. Выявить потребности, и по возможности, ценности клиента (определить, какие задачи стоят перед клиентом и что для него важно при покупке/сотрудничестве),
3. Презентовать подходящий товар,
4. Отработать возражения клиента,
5. Завершить контакт.

Инструкция клиенту:

Вы – бухгалтер небольшой фирмы. Руководитель поручил вам к началу нового года купить 20 ежедневников (для каждого сотрудника) и 10 квартальных календарей (5 шт. – для сотрудников, 10 шт. – для контрагентов). После того, как продавец начнет разговор, озвучьте основную информацию: «Мне бы к Новому году закупиться немного...».

Информация, которую вы можете озвучивать продавцу в процессе коммуникации:

– Нам самое главное в этом году – сэкономить. Бюджет ограничен – не более 10 тыс. руб.,

– Ежедневники обязательно должны быть фирменного цвета – зеленые,

– Ежедневники обязательно должны быть не датированные – так можно сэкономить на покупке в следующем году,

– Особых пожеланий к календарям нет, главное – подешевле.

После того, как продавец презентует товар, озвучьте возражение: «Запах какой-то странный у календарей – наверное, краски какие-то небезопасные!» Задачи продавца:

– понять, что для вас важно в процессе выбора товара,

– презентовать товар с учетом выявленных потребностей,

– отработать ваше возражение,

– проявить сервисный подход: в процессе общения формировать положительное впечатление о магазине и его сотрудниках.

Спасибо за игру! Ребята, давайте обсудим коммуникацию наших игроков. Какие виды коммуникации были представлены? Как справился клиент? Какие ошибки были допущены?

6. Выдача домашнего задания.

Уважаемые студенты, на этом наше занятие подходит к концу, запишите домашнее задание. Домашнее задание: составить эссе о проблемных ситуациях, с которыми может столкнуться человек, занимающейся личной продажей.

Если у вас появились вопросы, вы можете их задать.

7. Рефлексия учебной деятельности обучающихся, подведение итогов занятия.

Подведем итоги занятия. По окончанию нашей с вами работы давайте проведем рефлексию в формате плюс-минус-интересно. На листочках создайте табличку со столбиками «+», «-», «интересно». В них запишите соответствующие предложения относительно занятия. Благодарю за работу!

Структура занятия

Этап занятия и время	Деятельность педагога	Деятельность обучающихся
1. Организационный момент, (3 минуты).	Приветствие группы. Проверка посещаемости и анализ готовности к получению нового материала.	Проверка собственной готовности.
2. Введение в тему занятия, (5 минут).	С помощью наводящих и уточняющих вопросов формирует у студентов интерес к изучаемой теме, Помогает студентам сформировать тему занятия.	Участие в обсуждении, ответы на вопросы преподавателя, самостоятельная формулировка темы занятия, запись темы в тетрадь.
3. Мотивация к учебной и познавательной деятельности, (5 минут).	Педагог рассказывает о значимости и актуальности данной темы для изучения дисциплины.	Студенты слушают и при необходимости задают вопросы.
4. Изложение нового материала, (35 минут).	Объяснение новых знаний по теме.	Получение новых знаний.
5. Проверка усвоения и закрепление материала, (35 минут).	Проверка запоминания материала студентами с помощью показа видеоролика и вопросов к нему. Объяснение правил и ролевая игра «Канцелярский магазин».	Ответы на вопросы педагога, игра в ролевую игру.
6. Выдача домашнего задания, (3 минуты).	Выдача домашнего задания: проблемные ситуации для человека, осуществляющего личные продажи (эссе).	Выполнение домашнего задания в часы самостоятельной работы.
7. Рефлексия учебной деятельности обучающихся, подведение итогов занятия, (4 минуты).	Проведение рефлексии. Подведение итогов занятия.	Письменная рефлексия, заполнение таблички.

План-конспект комбинированного занятия по теме «Понятие и виды конкуренции»

Дисциплина: «Маркетинг».

Тема занятия: «Понятие и виды конкуренции».

Тип занятия: комбинированное.

План изучения темы:

- 1) понятие «конкуренция»;
- 2) виды и характеристика конкуренции;
- 3) конкурентные стратегии.

Цель занятия:

1. Обучающая: изучить понятие «конкуренция» и ее виды; рассмотреть цели и роль конкуренции на рынке.

2. Развивающая: развивать умение нестандартно мыслить, анализировать, высказывать свою точку зрения, развивать критическое мышление посредством участия в интерактивных частях занятия (ролевой игре).

3. Воспитательная: формирование и развитие личных качеств, связанных с умственными и познавательными способностями.

Задачи занятия:

1. Уровень знания: с помощью полученных знаний по теме, определять термин «конкуренция».

2. Уровень понимания: определять виды и особенности конкуренции на рынке.

3. Уровень применения: применять на практике полученные знания, посредством участия в ролевой игре по теме.

4. Уровень анализ: проводить анализ эффективности конкурентоспособности.

5. Уровень синтеза: составление модели конкурентоспособности для предприятия.

Формы обучения: лекция-беседа и практика.

Методы обучения: словесный (лекция, беседа), самостоятельная работа, работа в тетради.

Средства обучения: учебная литература, ролевая игра, компьютер с необходимым ПО (Microsoft Word, Power Point), проектор.

Формы организации познавательной деятельности: индивидуальная, групповая.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, монополия, маркетинг, рынок.

Межпредметные связи: с дисциплиной «Маркетинговые исследования рынка».

Внутрипредметные связи: с темой «Конкурентоспособность товара и фирмы».

Список литературы:

1) Гапоненко А.Л. Менеджмент: учебник и практикум для СПО / под общ. ред: А.Л.Гапоненко. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 396с. – Серия: Профессиональное образование.

2) Михалева Е.П. Менеджмент: учебное пособие для СПО / Е.П. Михалева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 191с. – Серия: Профессиональное образование.

Сценарий проведения занятия.

1. Организационный момент.

Добрый день, уважаемые студенты. Желаю нам с вами продуктивного занятия! Прошу старосту в конце занятия подойти со списком отсутствующих, чтобы не отнимать время занятия.

2. Введение в тему занятия.

Сегодня мы с вами продолжаем изучать дисциплину «Маркетинг». Нами уже были изучены темы формирования спроса, стимулирования

сбыта, окружающая среда маркетинга и потребности и мотивация потребителей. Для определения темы занятия прошу ответить на вопрос: Как вы думаете, конкуренция важна для успешной деятельности предприятия на рынке? *студенты отвечают на поставленный вопрос*)

Все верно, конкуренция также побуждает производителей улучшать качество товаров и постоянно увеличивать разнообразие предлагаемых товаров и услуг. Спасибо за ответы!

3. Мотивация к учебной и познавательной деятельности.

Для нашего занятия вам понадобится тетрадь и ручка. Первая часть занятия пройдет в форме лекции, после будет проведена ролевая игра. Запишите, пожалуйста, тему в тетрадь.

4. Изложение нового материала.

Конкуренция (от лат. *concurrere* – «сталкиваться») – это борьба независимых друг от друга экономических субъектов рынка за право обладания ограниченными ресурсами.

Конкуренция – это соперничество за лучшие условия существования на рынке между его участниками. Это порождается объективными условиями: во-первых, полной хозяйственной обособленностью каждого участника рынка; во-вторых, его полной зависимостью от конъюнктуры рынка, а в-третьих, борьбой за наибольший доход.

Основным негласным законом рынка является борьба фирм за выживание и процветание.

Для существования конкуренции на рынке необходимы определенные условия:

- Количество действующих фирм на рынке;
- Свобода входа и выхода предприятий на рынок;
- Дифференциация товаров;
- Совместный контроль фирм за рыночной ценой.

Цель конкуренции заключается в том, чтобы покупатель купил товар. Покупатель отдает свое предпочтение какому-либо товару, лишь убедившись на практике в своем выборе, а необходимую информацию он получает от производителя посредством рекламы. Как правило, конкуренция возникает между товарами, а не фирмами.

Виды конкуренции

1. Совершенная (или свободная): на рынке участвует множество независимых фирм, самостоятельно принимающих решение, что производить и в каком объеме.

Условия: объем производства отдельной фирмы незначителен и не оказывает существенного влияния на цену товара; товары однородны; покупатели хорошо информированы о ценах; продавцы независимы друг от друга; рынок не ограничен, т. е. возможен свободный доступ любого, кто пожелает стать предпринимателем.

Совершенная конкуренция формирует рыночный механизм образования цен и самонастройки экономической системы. Этот вид конкуренции имеет лишь теоретическое значение, хотя является ключом к пониманию более реальных рыночных структур. В этом и есть ее ценность.

Совершенная конкуренция имеет определенные преимущества и недостатки. Преимущества:

- 1) Способствует более эффективному использованию ресурсов;
- 2) Создает условия по оптимальному использованию научно-технических достижений в области создания новых видов товаров;
- 3) Нацеливает производителей на удовлетворение разнообразных потребностей и на повышение качества товаров и услуг.

Недостатки:

- 1) не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов;
- 2) отрицательно сказывается на защите окружающей среды;
- 3) не создает условия для развития фундаментальной науки, системы общего образования, многих элементов городского хозяйства;

2. **Несовершенная:** этот вид появился в связи с образованием монополий. И характеризуется концентрацией капитала, возникновением различных организационных форм предприятий, усиления контроля за природными, материальными и финансовыми ресурсами, а также воздействие научно-технического процесса.

Подвидами являются: монополия и омегаполия. Монополия – это исключительное право производства, принадлежащее одному лицу, группе лиц или государству. Выделяют: естественную (легальную) и искусственную, а также чистую и абсолютную.

Картель – это союз двух и более фирм одной отрасли промышленности, где участники сохраняют свою собственность на средства производства и продукты производства, а созданные товары сами реализуют на рынке, определяя цену, долю рынка и устанавливая квоту.

Синдикат – это та же картель, только отличие в условиях реализации готовой продукции – для этого создается определенная контора.

Трест – это монополия, где собственность на средства производства и готовую продукцию совместная.

Концерн – это союз независимых предприятий разных отраслей промышленности, где финансовый контроль над всеми участниками осуществляет главная фирма.

Олигополия – это существование нескольких фирм, обычно больших, на плечи которых приходится основная часть продаж отрасли.

3. **Ценовая** – это искусственное сбивание цен на товар. Здесь широко используется ценовая дискриминация, условия: продавец-монополист; наличие сильной маркетинговой политики; невозможность перепродажи товара. Данный вид конкуренции особенно часто применяется в сфере услуг.

4. **Неценовая** – это конкуренция, осуществляемая с помощью совершенствования качества продукции и условий ее продажи. Проведение неценовой конкуренции может осуществляться по двум направлениям:

- Конкуренция по продукту, т. е. происходит улучшение технических характеристик товаров или приспособляемость товаров к нуждам потребителей.

- Конкуренция по условиям продаж, т. е. это улучшение сбыта путем улучшения сервиса обслуживания покупателей: реклама, льготы, совершенствование торговли. Возможно применение незаконных методов – промышленный шпионаж, переманивание специалистов, изготовление поддельных аналогов, худших по качеству, и многое другое.

Понятие и сущность конкурентных стратегий

Стратегия как таковая представляет собой обобщенную модель действий, необходимых для достижения поставленных целей благодаря координации и распределению ресурсов организации. Стратегия поведения фирмы на рынке в условиях высоко конкурентной среды получила название «конкурентной стратегии». Синтез понятий «конкуренция» и «стратегия» отражен на рисунке 1.

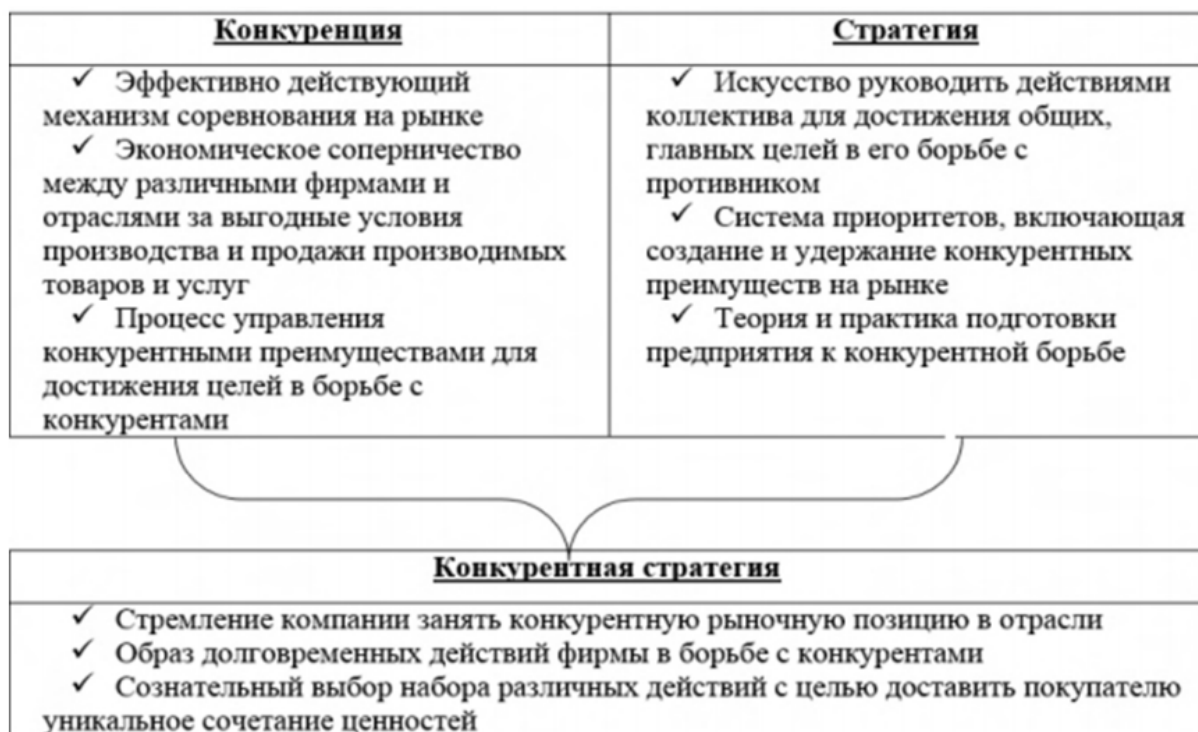


Рисунок 1- Сущность конкурентной стратегии

Конкурентная стратегия является результатом выбора руководством фирмы способов и методов ведения конкурентной борьбы в рамках

поведенческих стратегий. Она уточняет основные направления деятельности организации, в рамках которой происходит формирование цепочки ценности относительно конкурентов.

Основополагающей целью стратегии конкурентной борьбы считается подавление конкурентов в части предоставления ими потребителям товаров, пользующихся большим спросом на рынке.

Классификация конкурентных стратегий

Согласно М. Портеру существует три основных типа конкурентных стратегий, которые имеют универсальный характер и могут быть применены для достижения всех конкурентных преимуществ.

Стратегия преимущества в издержках или ценовое лидерство означает возможность фирмы достичь самого низкого уровня затрат. Основными вариантами ее реализации являются: установление наиболее низких отпускных цен и привлечение всех потребителей, чувствительных к цене; установление отпускных цен на уровне конкурентов.

Реализация стратегии ценового лидерства дает возможность получать доходы, превышающие среднеотраслевое значение, даже в условиях высокого уровня конкуренции в отрасли.

Стратегия фокусирования или лидерство в нише означает сосредоточение всех усилий фирмы на какой-либо определенной узкой потребительской группе. Ее отличительными особенностями выступают узкая специализация и ограничение рынков сбыта среди небольшого количества покупателей.

Стратегии фокусирования имеют два подвида:

- стратегия фокусирования на издержках;
- стратегия фокусирования на дифференциации.

Стратегия фокусирования на издержках предполагает, что фирма, функционируя в своем целевом сегменте, стремиться получить преимущества за счет низких затрат.

Стратегия лидерства в продукте, иначе именуемая дифференциацией, опирается на формирование нового товара, уникального для отрасли. В основе стратегии данного типа лежит создание нового продукта (услуги), обладающего уникальными свойствами, либо совершенствование обычного стандартизированного продукта в целях его продажи по более высокой цене и получения более высокой нормы прибыли.

Разработка конкурентных стратегий

Разработка конкурентной стратегии традиционно начинается с глубокой аналитической проработки внутренней и внешней среды организации. Особая роль при этом отводится отраслевому анализу и изучению непосредственного окружения фирмы. На основе проведенного анализа, исходя из характера конкурентных преимуществ и привлекательности отрасли, определяется оптимальный (наиболее подходящий) тип конкурентной стратегии, формируются ее цели и задачи. Далее планируется маркетинговая программа, и формируются функциональные стратегии бизнеса (продуктовая стратегия, ценовая стратегия, стратегия продвижения и реализации). На их основе строится плановый бюджет маркетинга, определяется общая величина затрат на реализацию стратегии конкурентной борьбы. После этого строится прогноз результативности деятельности компании.

На этом подготовительные этапы заканчиваются, и начинается черед непосредственной реализации конкурентной стратегии. Ее реализация, в свою очередь, требует постоянного наблюдения и контроля. По итогам реализации стратегии производится подсчет и оценка достигнутых результатов.

5. Проверка усвоения и закрепление материала.

Сейчас мы с вами будем играть в ролевую игру «Конкуренция фирм».

Цель игры: Понять принципы конкуренции и сотрудничества в бизнесе. Количество участников: 10-30 студентов. Материалы: Карточки с ролями, бумага, ручки, таймер, реквизит.

Описание:

Студенты делятся на команды по 3-5 человек. Каждая команда представляет собой стартап с уникальной бизнес-идеей. Каждой команде выдаются карточки с ролями: маркетолог, разработчик, финансист и т.д.

Задача команды — разработать бизнес-план и презентацию своего стартапа, учитывая ограниченные ресурсы (время, деньги, человеческие ресурсы). После подготовки, команды по очереди презентуют свой стартап перед "инвесторами" (играют другие студенты).

"Инвесторы" оценивают презентации и задают вопросы, имитируя реальный процесс инвестирования. В конце игры "инвесторы" распределяют ограниченное количество "инвестиционных средств" между стартапами. Побеждает команда, которая привлекла больше всего "инвестиций".

Обучающие моменты:

- Студенты учатся работать в команде, распределять роли и обязанности. Они практикуют навыки публичных выступлений и защиты своих идей.
- Участники осваивают основы бизнес-планирования и узнают о том, как конкуренция влияет на принятие решений.

Эта игра поможет студентам лучше понять динамику конкуренции в бизнесе и важность сотрудничества внутри команды для достижения общей цели. Плюс, это отличный способ развить предпринимательское мышление.

6. Выдача домашнего задания.

Уважаемые студенты, на этом наше занятие подходит к концу, запишите домашнее задание. Домашнее задание: составление модели конкурентоспособности для выбранного вами предприятия.

Если у вас появились вопросы, вы можете их задать.

7. Рефлексия учебной деятельности обучающихся, подведение итогов занятия.

Подведем итоги занятия. По окончании нашей с вами работы давайте проведем рефлексию в формате плюс-минус-интересно. На листочках создайте табличку со столбиками «+», «-», «интересно». В них запишите соответствующие предложения относительно занятия.

Благодарю за работу!

Структура занятия

Этап занятия и время	Деятельность педагога	Деятельность обучающихся
1. Организационный момент, (3 минуты).	Приветствие группы. Проверка посещаемости и анализ готовности к получению нового материала.	Проверка собственной готовности.
2. Введение в тему занятия, (5 минут).	С помощью наводящих и уточняющих вопросов формирует у студентов интерес к изучаемой теме, помогает студентам сформировать тему занятия.	Участие в обсуждении, ответы на вопросы преподавателя, самостоятельная формулировка темы занятия, запись темы в тетрадь.
3. Мотивация к учебной и познавательной деятельности, (5 минут).	Педагог рассказывает о значимости и актуальности данной темы для изучения дисциплины.	Студенты слушают и при необходимости задают вопросы.
4. Изложение нового материала, (35 минут).	Объяснение новых знаний по теме.	Получение новых знаний.
5. Проверка усвоения и закрепление материала, (35 минут).	Проверка запоминания материала студентами. Объяснение правил и ролевая игра «Конкуренция фирм».	Ответы на вопросы педагога, игра в ролевую игру.
6. Выдача домашнего задания, (3 минуты).	Выдача домашнего задания: составление модели конкурентоспособности для выбранного вами предприятия.	Выполнение домашнего задания в часы самостоятельной работы.
7. Рефлексия учебной деятельности обучающихся, подведение итогов занятия, (4 минуты).	Проведение рефлексии. Подведение итогов занятия.	Письменная рефлексия, заполнение таблички.