



МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-  
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФГБОУ ВО «ЮУГПУ»  
ФАКУЛЬТЕТ Профессионально-педагогический институт  
КАФЕДРА экономики, управления и права

Разработка экономических тренингов по дисциплинам  
профессионального цикла

Выпускная квалификационная работа  
по направлению 44.03.04– Профессиональное обучение (по отраслям),  
направленность программы бакалавриата: «Экономика и управление»

Выполнила:  
Студентка группы ЗФ 409-081-3-1 Чл  
Еремина Анна Ивановна

Научный руководитель:  
к.э.н., доцент,  
Рябчук Павел Георгиевич

Проверка на объем заимствования:  
45,5 % оригинального текста  
Работа рецензирована к защите  
«21» 01 2019 г.  
Рябчук П.Г. к.э.н., доцент, Рябчук П.Г.

Челябинск  
2019

## Оглавление

Введение	3
<b>Глава 1. Теоретические основы применения интерактивных методов в учебном процессе</b>	<b>8</b>
1.1. Современные интерактивные технологии обучения	8
1.2. Принципы и особенности применения тренинговых технологий в образовательном процессе	14
1.3. Особенности использования бизнес-тренингов при изучении экономических дисциплин	20
Выводы по первой главе	25
<b>Глава 2. Практическая работа по разработке бизнес-тренинга по дисциплине «Организация кредитной работы» в условиях Профессионального образовательного учреждения НОУ СПО «Челябинский юридический колледж»</b>	<b>28</b>
2.1. Анализ использования бизнес-тренингов в условиях Профессионального образовательного учреждения НОУ СПО «Челябинский юридический колледж»	28
2.2. Проблемы использования бизнес-тренингов в образовательном процессе	40
Выводы по первой главе	57
<b>Заключение</b>	<b>61</b>
<b>Список используемой литературы</b>	<b>66</b>

## Введение

**Актуальность исследования.** Актуальность выбранной темы заключается в том, что она важна для каждого студента, независимо от того, выберет ли он карьеру профессионального экономиста или педагога либо будет заниматься любым другим видом деятельности. Любому специалисту в экономической сфере необходимо знать: как продать тот или иной продукт или услугу? Из чего он складывается? Для чего необходимо знать этапы продаж? Как изменяется структура работы с клиентом? По каким причинам могут увеличиться продажи? Какую роль в экономике играют продажи? Кто и как может влиять на продажу кредитного продукта? Ответы на эти и многие другие вопросы являются очень важными, и актуальными в сфере продаж. И поэтому важно прививать студентам навыки правильной продажи кредитного продукта, показать его значение, рассказать о преимуществах, а также показать негативные последствия нерационального использования инструментов продаж. На сегодняшний день экономическое образование – одно из важнейших условий успеха в современной жизни.

Однако для того, чтобы студенты освоили достаточно сложный экономический материал, необходимо сформировать у них интерес к изучаемой дисциплине, т. е., принимая во внимание цели обучения, педагог с особой ответственностью должен подходить к методике преподавания экономических дисциплин – совокупности методов и приемов практической деятельности, приводящей к заранее планируемому результату. От преподавателей экономических дисциплин требуется целенаправленное использование активных и интерактивных методов обучения, тестовых заданий, приемов проблемного обучения и т. д., чтобы через активную познавательную деятельность студенты анализировали и постигали противоречивые процессы рыночных преобразований. В последнее время достижения научно-технического прогресса сопровождаются коренными изменениями в самых различных областях, в том числе и в образовании.

Сегодня фактически исчерпаны резервы роста эффективности и качества подготовки студентов, основанные на использовании словесно-книжных методов воздействия с опорой на традиционные средства обучения. Образование в нашей стране на данный момент характеризуется, с одной стороны, продолжающимся совершенствованием, переосмыслением и пересмотром концептуальных основ, а с другой—обострением конкурентной борьбы на рынке образовательных услуг, повышенными требованиями к инновационному потенциалу педагогов, повышенными требованиями к качеству образовательного процесса. Совершенствование стандартов обучения и все более широкое их использование в нашей стране, показывает, насколько важным для российского образования является вопрос подготовки высококвалифицированных кадров на основе использования новейших образовательных технологий и инноваций, недостаток которых последнее время ощущается особенно остро.

Одним из средств, позволяющих приблизиться к достижению данных целей, выступают интерактивные формы проведения учебных занятий. Предназначение интерактивных форм проведения занятий заключается в том, чтобы организовать деятельность студентов по совместному поиску знаний. Процессы взаимодействия должны способствовать не только более интересному способу овладения учебной информацией, но и постоянному осмыслению каждым студентов особенностей своей системы знаний, своих мыслительных схем. При проведении бизнес-тренинга важно сформировать у студентов понимание того, что правильное применение инструментов продаж, необходимо для совершения сделки. Студенты должны освоить принципы продаж, научиться пользоваться инструментами для отработки возражений в ходе презентации кредитного продукта. В настоящее время обучение навыкам продаж становится особенно актуальным, так как в нашем государстве рыночная экономика и многие сферы касаются продаж тех или иных продуктов и услуг.

**Степень изученности проблемы исследования.** Анализ психолого-педагогических исследований и практики бизнес-образования позволяет обосновано выделить игровые технологии как наиболее эффективное средство формирования компонентов готовности будущего менеджера к кризисным экономическим ситуациям:

- внедрение игровых технологий в экономическом образовании обеспечивает интенсивное формирование новых знаний, интеллектуальных и практических умений, опыта творческой деятельности (М.М.Бирштейн, А.А.Вербицкий, А.С. Прутченков, Е.А. Хруцкий, Г.И. Щедровицкий); в ходе деловых, инновационных и организационно-деятельностных игр развиваются коммуникативные компетенции, самостоятельность, стрессоустойчивость, целеустремленность, адаптивность, решительность будущих менеджеров (С.А. Арзуханова, Е.В. Коробова, В.Н. Ляменко, Л.Д. Медведева, Е.В. Солоненко, А.В. Шакирова);

- игровые реализации кооперативного обучения направленно формируют умения взаимодействия, опыт оперативных командных действий, развивают компетенции самоуправления и таймменеджмента (Е.С. Заир-Бек, И.А. Зимняя, А.В. Глузман, Т.Ф. Акбашев);

- игры на основе образовательной технологии «кейс-стади» результативны при формировании аналитических и стратегических компетенций будущего менеджера, развитии ответственного отношения к принимаемым антикризисным решениям (И.Л. Аверченков, Р.Б. Ноздрева, И.В. Гладких, А.М Гуревич, Е.В. Егорова, Т.В. Муртузалиева, А.В. Свищев).

Существующее противоречие между необходимостью обучения педагогов профессионального обучения современным технологиям, основанным на эффективных законах экономики и недостаточной разработанностью содержания и методики обучения в современной системе экономической подготовки студентов, это и обусловило выбор **темы данного исследования: «Разработка бизнес-тренинга по дисциплине экономического цикла «Организация кредитной работы».**

**Объект исследования:** образовательный процесс изучения экономических дисциплин в организации среднего профессионального образования.

**Предмет исследования:** технология разработки бизнес-тренинга по дисциплине «Организация кредитной работы» на тему «Эффективные продажи».

**Цель исследования:** изучение теоретических основ и технологии разработки бизнес-тренинга по теме «Эффективные продажи».

**Задачи исследования:**

1. Изучить современные интерактивные методы обучения, сущность понятия бизнес-тренинга, а также рассмотреть классификации бизнес-тренингов, его задачи и функции.
2. Рассмотреть особенности технологии разработки бизнес-тренинга по дисциплине профессионального цикла.
3. Выявить проблемы использования бизнес-тренингов.
4. Разработать бизнес-тренинг на тему «Эффективные продажи».

**Теоретико-методологической основой исследования** являются идеи экономической направленности (А.А. Базиков, Р. Бакли, Дж. Кэйпл); педагогические исследования Е.А. Гнтатышина, Е.В. Гнатышина, Е.В. Евплова, Г.М. Коджаспирова, Д.Н. Корнеев, Т. В. Малышева, К. Н. Мамирова, А. П. Егоршина); труды ученых, занимающихся проблемами профессионального образования (А.П. Никоренко, И.В. Вачков, Н.А. Морева, Ю.А. Моржова, Н.Н. Никитина); результаты исследований бизнес-тренингов (Ю. С. Емельянов, А.А. Калабин).

**Практическая значимость исследования** состоит в разработке бизнес-тренинга экономической направленности в процессе изучения дисциплин профессионального цикла.

**Методами исследования являются:** теоретические, эмпирические методы исследования: теоретический анализ философской, психолого-педагогической, специальной, справочной литературы по проблеме

исследования; беседа, опрос, наблюдение; диагностические методы (тестирование).

**База исследования:** Профессиональное образовательное учреждение НОУ СПО «Челябинский юридический колледж». (454112, г. Челябинск, проспект Победы, д.290).

**Структура исследования:** работа состоит из введения, теоретической главы в которой рассмотрены современные интерактивные технологии обучения; принципы и особенности применения тренинговых технологий в образовательном процессе, также рассмотрены особенности использования бизнес-тренингов при изучении экономических дисциплин. В практической главе анализ использования бизнес-тренингов в условиях Профессионального образовательного учреждения НОУ СПО «Челябинский юридический, а также исследованы проблемы использования бизнес-тренингов в образовательном процессе. Представлены выводы по каждой главе, заключение и список литературы.

# **Глава 1. Теоретические основы применения интерактивных методов в учебном процессе**

## **1.1. Современные интерактивные технологии обучения**

В первую очередь, необходимо изучить нормативно-правовые основы системы профессионального образования.

К основным нормативно-правовым документам системы профессионального образования относят:

1. Конституция РФ.
2. Закон об образовании (29.12.2012 г.).
3. Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС).
5. Образовательная программа
6. Учебный план.

Как справедливо отмечено доц. Евпловой Е.В., [14, с. 8]. ФГОС– основной документ, система основных параметров, которые применяются в качестве государственной нормы образования, отражающие образовательные идеалы и учитывающие возможности реальной личности. Нормы и требования, установленные стандартом понимаются как эталон результатов образования. Стандарты определяют обязательный минимум содержания основных образовательных программ, максимальный объем учебной нагрузки обучающихся, требования к уровню подготовки выпускников.

Образовательные программы–документы, определяющие содержание образования всех уровней и направленности. Основные задачи образовательных программ: формирование общей культуры личности, адаптация личности к жизни в обществе, создание основ для осознанного выбора профессии и освоения профессиональных образовательных программ. В РФ образовательные программы бывают двух типов: общеобразовательные; профессиональные [14, с. 10].

К общеобразовательным относятся программы дошкольного образования, начального, основного и среднего (полного) общего



образования. Образовательные программы являются преемственными, т.е. каждая последующая программа базируется на предыдущей. К профессиональным относятся программы среднего, высшего и послевузовского профессионального образования.

Учебный план-официальный документ, отражающий объем и содержание обучения. Рабочий учебный план разрабатывается в конкретной образовательной организации на основе регионального компонента, с учетом выбранной специализации и требований местного компонента образовательного стандарта.

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации основных профессиональных образовательных программ по специальности всеми образовательными учреждениями профессионального образования на территории РФ, имеющими право на реализацию основной профессиональной образовательной программы по данной специальности, имеющими государственную аккредитацию [14, с. 11].

Право на реализацию основной профессиональной образовательной программы по специальности среднего профессионального образования имеют образовательные учреждения среднего профессионального и высшего профессионального образования при наличии соответствующей лицензии.

Интерактивное обучение—это диалоговое обучение, в ходе которого осуществляется взаимодействие преподавателя и студента. Это специальная форма организации познавательной деятельности. Она имеет в виду вполне конкретные и прогнозируемые цели. Одна из таких целей состоит в создании комфортных условий обучения, таких, при которых студент чувствует свою успешность, свою интеллектуальную состоятельность. Это делает продуктивным процесс обучения [12, с. 231].

Интерактивная модель обучения позволяет организовать комфортные условия для обучения, при которых все студенты активно взаимодействуют

между собой. Использование данной модели преподавателем на своих занятиях говорит об его инновационной деятельности. Организация интерактивного обучения предполагает моделирование жизненных ситуаций, использование ролевых игр, решение вопросов на основании анализа обстоятельств и ситуации. Структура интерактивного занятия отличается от структуры обычного занятия, что требует от педагога профессионализма и опыта [8, с. 209].

Существуют три метода взаимодействия педагога и студента: пассивный, активный и интерактивный [5, с. 29].

Пассивный метод—это форма взаимодействия учащихся и педагога, в которой педагог является основным действующим лицом, а студент выступают в роли пассивных слушателей.

Активный метод—это форма взаимодействия студентов и педагога, при которой преподаватель и учащиеся взаимодействуют друг с другом в ходе урока. Студенты здесь активные участники. Если в пассивном уроке основным действующим лицом и менеджером урока был педагог, то здесь педагог и студент находятся на равных правах.

Интерактивный метод—означает взаимодействовать, находится в режиме беседы, диалога с кем-либо. В отличие от активных методов, интерактивные ориентированы на более широкое взаимодействие студентов не только с преподавателем, но и друг с другом. Место педагога в интерактивных уроках сводится к направлению деятельности студентов на достижение целей обучения [9, с. 118].

Задачи интерактивных методов обучения:

- научить самостоятельному поиску, анализу информации и выработке правильного решения ситуации;
- научить работе в команде: уважать чужое мнение, проявлять толерантность к другой точке зрения;
- научить формировать собственное мнение, опирающееся на определенные факты.

Методы и приемы интерактивного обучения.

1) Кластеры, сравнительные диаграммы–поиск ключевых слов и проблем по определенной мини-теме.

2) Метод проектов–самостоятельная разработка студентами проекта по теме и его защита.

3) Интерактивный урок с применением аудио–и видеоматериалов.

4) Мозговой штурм–поток вопросов и ответов, или предложений и идей по заданной теме, при котором анализ правильности/неправильности производится после проведения штурма.

5) Круглый стол (дискуссия, дебаты)–групповой вид метода, который предполагает коллективное обсуждение студентами проблемы, предложений, идей, мнений и совместный поиск решения.

6) Деловые игры (в том числе ролевые и имитационные)–во время игры студенты играют роли участников той или иной ситуации, примеривая на себя разные профессии.

7) Аквариум–одна из разновидностей деловой игры, напоминающая реалити-шоу. При этом заданную ситуацию обыгрывают 2-3 участника. Остальные наблюдают со стороны и анализируют не только действия участников, но и предложенные ими варианты, идеи.

8) Антиконференция. Каждый становится не только участником, но и организатором конференции. Все участники выступают с новыми идеями, презентациями, предложениями по заданной теме. Далее происходит поиск самых интересных идей и их общее обсуждение.

9) Тренинг–особая форма групповой деятельности со своими возможностями, ограничениями, правилами и проблемами. Участник занимает в ней активную позицию, а усвоение навыков происходит в процессе проживания, личного опыта поведения, чувствования, деяния [4, с. 138].

Обучение с использованием интерактивных образовательных технологий предполагает отличную от привычной логику образовательного

процесса: не от теории к практике, а от формирования нового опыта к его теоретическому осмыслению через применение [3, с. 215].

Можно выделить следующие общие результаты и эффекты интерактивного обучения:

1. Интерактивные методы обучения позволяют усилить процесс понимания, усвоения и творческого применения знаний при решении практических задач. Эффективность обеспечивается за счет более активного включения обучающихся в процесс не только получения, но и непосредственного использования знаний. Если формы и методы интерактивного обучения применяются регулярно, то у студентов формируются продуктивные подходы к овладению информацией, исчезает страх высказать неправильное предположение и устанавливаются доверительные отношения с преподавателем.

2. Интерактивное обучение повышает мотивацию и вовлеченность участников в решение обсуждаемых проблем, что дает эмоциональный толчок к последующей поисковой активности участников, побуждает их к конкретным действиям, процесс обучения становится более осмысленным.

3. Интерактивное обучение формирует способность мыслить неординарно, по-своему видеть проблемную ситуацию, выходы из нее; обосновывать свои позиции, свои жизненные ценности; развивает такие черты, как умение выслушивать иную точку зрения, умение сотрудничать, проявляя при этом толерантность и доброжелательность по отношению к своим оппонентам.

4. Интерактивная деятельность обеспечивает не только прирост знаний, умений, навыков, способов деятельности и коммуникации, но и раскрытие новых возможностей обучающихся, является необходимым условием для становления и совершенствования компетентностей через включение участников образовательного процесса в осмысленное переживание индивидуальной и коллективной деятельности для накопления опыта, осознания и принятия ценностей.

5. Результат для конкретного студента: опыт активного освоения учебного содержания во взаимодействии с учебным окружением; развитие личностной рефлексии; освоение нового опыта учебного взаимодействия, переживаний; развитие толерантности.

6. Результат для учебной микрогруппы: развитие навыков общения и взаимодействия в малой группе; формирование ценностно-ориентационного единства группы; поощрение к гибкой смене социальных ролей в зависимости от ситуации; принятие нравственных норм и правил совместной деятельности [6, с. 411].

Таким образом, интерактивные методы обучения—одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном образовательном учреждении.

## **1.2. Принципы и особенности применения тренинговых технологий в образовательном процессе студентов**

Методика преподавания экономических дисциплин исследует совокупность взаимосвязанных средств, методов, форм обучения экономическим наукам. Что отличает данную методику? Это то, что обучение тесно связано с экономической жизнью государства, общества, каждого человека. Такие знания представляют собой знание экономических терминов, законов экономического развития, а также понимание механизмов работы рыночной экономики, экономических принципов и законов.

Для того чтобы студенты познавали не только теоретическую сторону экономических дисциплин, но и их прикладной характер, необходимо использовать наряду с традиционными формами и методами обучения (лекции, семинарские занятия, лабораторные работы и т. д.), активные и интерактивные методы обучения, такие как ролевые и деловые игры, навыки тренинги, проблемные ситуации и многое другое.

При этом под активными методами понимаются такие методы обучения, применение которых объективно невозможно без высокого уровня внешней и внутренней активности студентов. Интерактивные методы, в свою очередь, – это методы, в результате применения которых обучающиеся находятся во взаимодействии друг с другом в режиме беседы, диалога. В отличие от активных методов интерактивные ориентированы на более широкое взаимодействие студентов не только с педагогом, но и друг с другом.

В соответствии со стандартом объем занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью основной образовательной программы, особенностью контингента обучающихся, содержанием конкретных дисциплин, и в целом учебном процессе они должны составлять не менее 30 % аудиторных занятий.

Среди активных и интерактивных методов обучения можно выделить: дискуссионные методы проведения занятия (дебаты), метод проблемного обучения (кейс-метод), эвристические вопросы, дидактические игры, круглый стол, мозговая атака (мозговой штурм) и тренинг.

Более подробно рассмотрим тренинг.

Тренинг—особая разновидность обучения через непосредственное «проживание» и осознание возникающего в межличностном взаимодействии опыта, которая несводима ни к традиционному обучению через трансляцию знаний, ни к психологическому консультированию или психотерапии [1, с. 213].

Единой и общепризнанной классификации тренингов не существует, деление можно проводить по различным основаниям, но можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений—навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

Навыковый тренинг направлен на формирование и выработку определенного навыка (навыков). Большинство бизнес-тренингов включают в себя навыки тренинги, например, тренинг переговоров, самопрезентации, техники продаж [7, с. 311].

Психотерапевтический тренинг направлен на изменение в сознании. Изменения способа, которым человек создает поле реальности, изменение стереотипного способа поведения: как в эту яму больше не попадать; в сторону поддержки.

Эти группы соотносятся с существующими направлениями психотерапии: психодраматические, группы телесноориентированной, танце-двигательной терапии и др.

Социально-психологический тренинг (СПТ) занимает промежуточное положение, он направлен на изменения и в сознании, и в формировании навыков. СПТ зачастую направлен на смену социальных установок и развитие умений и опыта в области межличностного общения [10, с. 615].

Бизнес-тренинг—это емкий и сложный процесс, затрагивающий все аспекты бизнеса (деятельности компании, организации), требующий системного подхода. В структуру бизнес-тренинга могут входить тренинги по продажам и обслуживанию клиентов, тренинги по формированию управленческих навыков, тренинги наставничества на рабочем месте, тренинги командообразования, тренинг тайм-менеджмента, тренинг по внедрению корпоративной культуры, все вышеперечисленные тренинги. Но, не один из перечисленных тренингов не является бизнес-тренингом. Бизнес-тренинг—процесс, с системным подходом, позволяющий развивать одновременно знания, умения и навыки, необходимые для продуктивного существования бизнеса (деятельности компании, организации) в целом, а не отдельного процесса. Отсюда и название бизнес-тренинг [1, с. 213].

Обычно бизнес-тренинги применяются в области дополнительного обучения поэтому могут разрабатываться и проводиться как корпоративным тренером, так и внешними специалистами или педагогом. Однако, важно понимать, что бизнес-тренинг не ограничивается тренингом по продажам, а тренер по продажам ещё не является бизнес-тренером. Тренинг по продажам это всего лишь возможная составляющая бизнес-тренинга.

Важным компонентом тренинга, является его реализация. Существует три принципа реализации тренинговых методов:

- 1) организации движения;
- 2) организации пространства;
- 3) организации времени.

Таковы соответственно: принцип событийности, принцип метафоризации и принцип транспективы [13, с. 209].

Принцип событийности. Суть этого принципа заключается в следующем: при проведении тренинга ведущий (педагог) должен обеспечить превращение его движения в цепь связанных между собой событий, которые будут переживаться участниками как целостность, единство, неразрывность изменений, происходящих в них и в окружающем.



Тренинг должен сам по себе быть событием для каждого участника. Лишь тогда возможно его–участника–личное движение, лишь тогда возможны изменения в нем. В этом случае освоение какой-либо деятельности в процессе тренинга будет сопровождаться осознанием роста своих возможностей.

Принцип метафоризации (символизма). Каждый участник тренинга может (и должен) увидеть свое совпадение с окружающим миром в пространстве жизни, увидеть себя как часть целого. И не только с миром вообще, но и в пространстве своей группы. Метафора есть по сути своей перенос свойств одного предмета на другой. Если в других участниках человеку удастся узнать себя и ощутить свое единство с ними в пространстве тренинга, то это также есть реализация принципа метафоризации.

Принцип транспективы. Согласно этому принципу педагог должен ориентироваться на создание в тренинге условий для проживания участниками событий в их единстве с событиями прошлого и будущего, фактически в их неразрывности во времени. Линейность времени–понятие условное. Психологическое время может проживаться совершенно по-разному циклически, фрагментарно, синкретически.

В то же время существуют и ограничения тренинговой работы. Пожалуй, самым серьезным недостатком тренинга является отличие его атмосферы от каждодневного взаимодействия с другими. Некоторые люди, разочаровавшись в возможности перенести нормы групповой работы в реальную жизнь. Такие участники в процессе тренинговой работы постоянно делают открытия, их понимание сути своей проблемы все углубляется, но все эти откровения так и остаются в кругу группы. Тренинг становится для этих людей не средством к достижению цели, а самоцелью [2, с. 530].

Правда, в защиту групповой работы можно отметить, что подобная ситуация может сложиться и в результате индивидуальных встреч с психологом.

Существует множество ограничений для тренинговых работ, из них наиболее важными являются:

1. Атмосфера тренинга обусловлена нормами групповой работы и может способствовать конформности поведения участников.

2. В группе могут оказаться люди, которые в силу своих личностных особенностей не только сами не готовы решать свои проблемы, но и мешают делать это другим участникам.

Предполагается, что данные ограничения имеют отношение не столько к сути групповой работы, сколько к возможностям тренера. Чем опытнее и профессиональнее ведущий группы, тем больше у него шансов использовать внештатную ситуацию на пользу каждого участника. Следует вывод, что чем больше педагог будет тренироваться, стремиться к самосовершенствованию, тем качественнее и продуктивнее будет применение тренинговых технологий [22, с. 76].

Поскольку целью работы является разработка бизнес-тренинга по дисциплинам образовательного цикла, то главная сложность—это время проведения. Для полного погружения группы в атмосферу тренинга нужно много времени. Чтобы решить данную проблему можно использовать «мини-тренинги», которые не требуют полного погружения и большого затрата времени, а главное имеют те результаты, которые требуется, а именно:

- 1) привлечение студентов к самостоятельной работе;
- 2) большее внимание к практике, а не теории;
- 3) умение студента работать в группе;
- 4) получение положительных эмоции у студентов после тренинга.

При организации учебных тренингов преподаватель может встретиться с трудностями. Для студента тренинг, как способа углубления их лично-профессиональных качеств; ограниченные временные рамки учебного занятия не дают возможности полностью реализовать все принципы тренинговых занятий как формы активного социального обучения. Исходя из календарных сроков прохождения той или иной темы курса

каждое последующее занятие отсрочено по времени от предыдущего, поэтому наблюдается сложность в закреплении полученных сведений [16, с. 200].

Предлагаемый в курсе бизнес-тренинг—это учебное занятие, поэтому педагог должен стараться, чтобы тренинг не превратился в некое подобие развлечения или, наоборот, затянувшейся дискуссии [19, с. 308].

Бизнес-тренинг—эффективный способ обучения, посредством которого студент усваивает новые понятия и получает возможности их практического применения [14, с. 67].

Можно сделать вывод о том, что бизнес-тренинг, в отличие от лекции, нацелен не столько на овладение новыми знаниями, сколько на создание нового. Нового восприятия привычных вещей, нового отношения к обстоятельствам, опыту, ценностям, результатам и лидерству.

### **1.3. Особенности использования бизнес-тренингов при изучении экономических дисциплин**

На сегодняшний день, что экономическое образование—одно из важнейших условий успеха в современной жизни. Однако для того, чтобы студенты освоили достаточно сложный экономический материал, необходимо сформировать у них интерес к изучаемой дисциплине, т. е., принимая во внимание цели обучения, педагог с особой ответственностью должен подходить к методике преподавания экономических дисциплин—совокупности методов и приемов практической деятельности, приводящей к заранее планируемому результату [29, с. 105].

Г.И. Щукина считает, что эффективное и интересное для студентов занятие можно создать за счет следующих условий: личности педагога, содержания учебного материала, методов и приемов обучения. Если первые два пункта не всегда во власти педагога, то последний—поле для его творческой деятельности [14, с. 17].

На сегодняшний день от преподавателей экономических дисциплин требуется целенаправленное использование активных и интерактивных методов обучения, тестовых заданий, приемов проблемного обучения и т. д., чтобы через активную познавательную деятельность студенты анализировали и постигали противоречивые процессы рыночных преобразований [23, с. 58].

Тренинг—деятельность, направленная на приобретение знаний, умений и навыков, коррекцию и формирование способностей и установок.

Классификация тренингов:

- 1) навыковый тренинг (образовательный);
- 2) бизнес-тренинг;
- 3) социально-психологический тренинг (лично-развивающий);
- 4) психотерапевтический тренинг (коррекционный).

В учебном процессе допускается использовать только первые два вида тренингов [31, с. 110].

При проведении бизнес-тренингов используются следующие методы: игровые (деловые, ролевые игры), кейсы, групповая дискуссия, мозговой штурм, модерация, видеоанализ и др.

Эффективность бизнес-тренингов и упражнений будет выше, если после их проведения осуществить рефлексию с высказыванием мнений, обсуждением проблем [27, с. 32].

Например, «Бизнес-тренинг по продажам».

1. Продать шубу в Африке.
2. Продать купальник в Антарктике.
3. Продать мясо вегетарианцу.
4. Продать бинокль слепому.
5. Продать перфоратор одинокой девушке.
6. Продать мужчине мужскую тушь для ресниц.
7. Продать кошку аллергику.
8. Продать смартфон одинокой пенсионерке.

Рассмотрим несколько тренинговых методов.

Деловые/ролевые игры–имитационное моделирование профессиональной деятельности и ролевое взаимодействие по игровым правилам участвующих в ней специалистов, в определенном условном времени, в атмосфере неопределенности, при столкновении позиций, с разыгрыванием ролей и оцениванием [24, с. 31].

Этапы разработки сценария игры:

- 1) введение в игру;
- 2) определение количества игровых групп;
- 3) игровой этап;
- 4) подведение итогов игры.

Ролевая игра задается через роли и ситуацию, в которой они взаимосвязаны [18, с. 23].

Ситуации, воспроизводимые в ролевой игре, могут различаться:

- по числу игроков: два (например, продавец-покупатель, менеджер-сотрудник) или больше (например, несколько руководителей подразделений компании и генеральный директор);

- степени детальности описания. Ситуация может быть дана игрокам в общем виде (например, «работа с возражением клиента») или детально описана (например, «клиент возражает по поводу цены, его цель—получить скидку, его основные аргументы такие-то и т.д.»);

- по продолжительности: от 5–7 минут до часа и более;

- по числу повторов: однократные и многократные игровые ситуации (например, игра в переговоры, в рамках которой стороны могут неоднократно встречаться друг с другом) [26, с. 159].

Роли также могут быть разными. Чаще всего участники тренинга представляют воображаемое лицо («продавца» или «менеджера» и т. д.). Однако некоторые форматы ролевых игр позволяют изображать реальных людей (из состава группы или извне) и даже самого себя.

Ролевая игра как метод проработки основного содержания тренинга позволяет реализовать практически все этапы технологии интерактивного обучения:

- практика и получение опыта действий «здесь и сейчас»;
- обсуждение и анализ действий;
- обобщение полученного опыта и представление эффективных техник и технологий тренером;
- обсуждение вопросов практического применения полученных представлений, навыков и технологий.

Поэтому ролевая игра может выступать в качестве ключевого метода при разборе целого ряда тем, прежде всего связанных с усвоением техник и технологий и тренингом навыков [15, с. 101].

Следующий рассматриваемый метод—Метод кейсов.

Метод кейсов (case study)—интерактивная технология обучения, построенная на анализе реальных или придуманных тренером бизнес-ситуаций. Участникам тренинга дается описание ситуации, с которой столкнулась реальная организация в своей деятельности, или смоделированной как реальная. Затем на основе описания участники сначала индивидуально, а затем совместно ищут лучшее решение. В завершение тренер дает обратную связь по итогам действий слушателей.

Метод позволяет создать для участников ситуацию, когда они получают опыт мыследействия в рамках тех тем тренинга, по которым невозможно или сложно провести ролевую игру или бизнес-симуляцию. Так как участники в рамках метода кейсов принимают решения на основе ситуации или обсуждают, какие действия они бы предприняли, они проявляют характерные для них способы мышления и действия, которые затем могут стать предметом обсуждения и анализа на тренинге [28, с. 214].

Содержанием ситуационных задач может быть и выбор способов действий. В этом случае участникам дается описание ситуации (чаще всего проблемной), и они решают, что необходимо сделать.

Еще одним из методов проведения бизнес-тренинга является прямая мозговая атака (мозговой штурм).

В последнее время в образовательной сфере все чаще используется такой метод, как мозговой штурм, занявший достойное место и в процессе экономического образования [21, с. 109].

Метод мозгового штурма (мозговой штурм, мозговая атака)—оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастических.

Этапы мозгового штурма:

1. Постановка проблемы.
2. Генерация идей.

### 3. Группировка, отбор и оценка идей.

Метод реализуется как система сбора как можно большего количества идей, которые обсуждаются, классифицируются. Из представленных идей остаются оптимальные с точки зрения заданных условий [30, с. 50].

Система способствует освобождению от инерции мышления.

Правила поведения метода мозгового штурма:

- 1) абсолютный запрет критики предложений;
- 2) поощрение реплик, шуток.

Отбор идей ведут специалисты-эксперты. Они оценивают идеи на двух этапах: на первом этапе выделяют наиболее оригинальные и рациональные; на втором этапе остаются оптимальные с учетом специфики поставленной творческой задачи [32, с. 16].

Задача экспертов:

1. Сгруппировать сходные идеи, постараться сформулировать общий принцип, который лежит в основе группы идей.
2. Оценка перспективности каждой идеи с точки зрения практического воплощения при наличии известных экспертам ограничений.
3. Развитие перспективных идей, наполнение их конкретным содержанием.
4. Формулировка способов решения задачи на профессиональном языке.

Таким образом, благодаря вышеперечисленным методам проведения бизнес-тренингов, реализуются вопросы: «Как привить студентам интерес к обучению? Как активизировать их познавательную деятельность на занятиях? Как сделать учебный процесс наиболее результативным?».

Для эффективного разрешения представленных проблем предлагается использовать активные и интерактивные формы проведения занятия, которые были рассмотрены при изучении вопроса об особенностях проведения бизнес-тренингов при изучении экономических дисциплин.



**Выводы к первой главе.** При изучении современных интерактивных технологий выявлено, что основным документом, системы основных параметров, которые применяются в качестве государственной нормы образования, отражающие образовательные идеалы и учитывающие возможности реальной личности, является Федеральный образовательный стандарт. Нормы и требования, установленные стандартом понимаются как эталон результатов образования. Стандарты определяют обязательный минимум содержания основных образовательных программ, максимальный объем учебной нагрузки обучающихся, требования к уровню подготовки выпускников. Документами, определяющими содержание образования всех уровней и направленности, являются образовательные программы. Основными задачи образовательных программ выступают: формирование общей культуры личности, адаптация личности к жизни в обществе, создание основ для осознанного выбора профессии и освоения профессиональных образовательных программ. В Российской Федерации образовательными программами выступают: общеобразовательные и профессиональные. Официальным документом, отражающим объем и содержание обучения является учебный план. Рабочий учебный план разрабатывается в конкретной образовательной организации на основе регионального компонента, с учетом выбранной специализации и требований местного компонента образовательного стандарта.

А также выявлено, что интерактивное обучение представляет собой взаимодействие преподавателя и студента, в ходе которого, информация усваивается эффективнее в том случае, если она подана как реальное упражнение или хорошая имитация ситуации, которая может возникнуть на практике. Обучение с использованием интерактивных образовательных технологий предполагает отличную от привычной логику образовательного процесса: не от теории к практике, а от формирования нового опыта к его теоретическому осмыслению через применение. Одним из средств,

позволяющих приблизиться к достижению данных целей, выступают интерактивные формы проведения учебных занятий.

На сегодняшний день от преподавателей экономических дисциплин требуется целенаправленное использование активных и интерактивных методов обучения, тестовых заданий, приемов проблемного обучения и т. д., чтобы через активную познавательную деятельность студенты анализировали и постигали противоречивые процессы рыночных преобразований.

Для того чтобы студенты познавали не только теоретические основы экономических дисциплин, но и их прикладной характер, необходимо использование наряду с традиционными формами и методами обучения (лекции, семинарские занятия, лабораторные работы и т. д.), активные и интерактивные методы обучения, такие как ролевые и деловые игры, навыковые тренинги, проблемные ситуации и многое другое.

Предназначение интерактивных форм проведения занятий заключается в том, чтобы организовать деятельность студентов по совместному поиску знаний. Процессы взаимодействия должны способствовать не только более интересному способу овладения учебной информацией, но и постоянному осмыслению каждым студентом особенностей своей системы знаний, своих мыслительных схем. Интерактивные методы обучения выступают важнейшими инструментами совершенствования подготовки студентов. Среди активных и интерактивных методов обучения выделяют: дискуссионные методы проведения занятия, методы проблемного обучения, дидактические игры, круглый стол, мозговая атака и тренинги. Определено, что экономическое образование является одним из важнейших условий успеха в современной жизни. Однако для того, чтобы студенты освоили достаточно сложный экономический материал, необходимо сформировать у них интерес к изучаемой дисциплине, т. е., принимая во внимание цели обучения, педагог с особой ответственностью должен подходить к методике преподавания экономических дисциплин – совокупности методов и приемов

практической деятельности, приводящей к заранее планируемому результату. На сегодняшний день от преподавателей экономических дисциплин требуется целенаправленное использование активных и интерактивных методов обучения, тестовых заданий, приемов проблемного обучения и т. д., чтобы через активную познавательную деятельность студенты анализировали и постигали противоречивые процессы рыночных преобразований.

Выявлено, что бизнес-тренинг является интерактивным методом обучения, отсюда следует, что в отличие от лекций, тренинг нацелен на осознание нового и на практическое применение этих новых знаний. При организации учебных тренингов преподаватель может встретиться с трудностями. Для студента тренинг, как способа углубления их личностно-профессиональных качеств; ограниченные временные рамки учебного занятия не дают возможности полностью реализовать все принципы тренинговых занятий как формы активного социального обучения. Исходя из календарных сроков прохождения той или иной темы курса каждое последующее занятие отсрочено по времени от предыдущего, поэтому наблюдается сложность в закреплении полученных знаний.

В ходе изучения теоретического материала выявлено, что бизнес-тренинг является эффективным способом обучения, посредством которого студент усваивает новые понятия и получает возможности их практического применения.

Для того чтобы разработать практическое занятие в виде бизнес-тренинга, необходимым элементом стало изучение тематического плана профессионального модуля «Осуществление кредитных операций» междисциплинарного курса «Организация кредитной работы» специальности 38.02.07 Банковское дело, применяемым в образовательном учреждении «Челябинский юридический колледж».

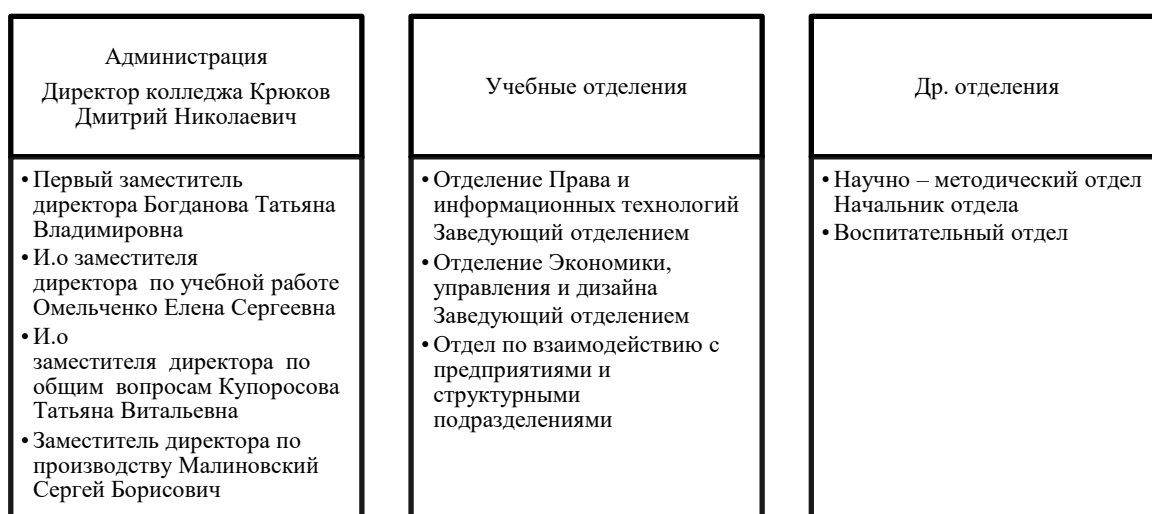
**Глава 2. Практическая работа по разработке бизнес-тренинга по дисциплине «Организация кредитной работы» в условиях Профессионального образовательного учреждения НОУ СПО «Челябинский юридический колледж»**

**2.1 Анализ использования бизнес-тренингов в условиях Профессионального образовательного учреждения НОУ СПО «Челябинский юридический колледж»**

Полное наименование в соответствии с Уставом Профессиональное образовательное учреждение «Челябинский юридический колледж». Сокращенное наименование в соответствии с Уставом НОУ СПО ЧЮК.

Образовательное учреждение «Челябинский юридический колледж» организовано в 1997 году. Колледж образован решением учредителей и зарегистрирован постановлением главы города № 1012-п от 04 августа 1997 года, регистрационный №8168. Учредителем колледжа является физическое лицо, резидент РФ, Крюков Дмитрий Николаевич. Место нахождения 454112, г.Челябинск, проспект Победы, д.290.

Организационная структура управления образовательной организацией представлена на «Рисунке 1».



**Рисунок 1. Организационная структура НОУ СПО ЧЮК**

Программы обучения, реализуемые в НОУ СПО ЧЮК:

1. Право и организация социального обеспечения;
2. Правоохранительная деятельность;
3. Право и судебное администрирование;
4. Защита в чрезвычайных ситуациях;
5. Банковское дело;
6. Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям);
7. Страхование дело (по отраслям);
8. Финансы;
9. Операционная деятельность в логистике;
10. Земельно-имущественные отношения;
11. Гостиничный сервис;
12. Туризм;
13. Реклама и др.

Характеристика основной профессиональной образовательной программы 38.02.07 Банковское дело.

Область профессиональной деятельности выпускника:

- осуществление, учет и контроль банковских операций по привлечению и размещению денежных средств;
- оказание банковских услуг клиентам в организациях кредитной системы.

Объекты профессиональной деятельности выпускника:

наличные и безналичные денежные средства;

- обязательства и требования банка;
- информация о финансовом состоянии клиентов;
- отчетная документация кредитных организаций;
- документы по оформлению банковских операций.

Виды профессиональной деятельности выпускника:

- ведение расчетных операций;
- осуществление кредитных операций;

- выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих,
- должностям служащих.

Требования к результатам освоения ОПОП специальности 38.02.07  
Банковское дело.

Рассмотрим трудоёмкость дисциплины «Организация кредитной работы», данные приведены в «Таблице 1».

**Таблица 1.**

**Трудоёмкость дисциплины «Организация кредитной работы»**

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	249
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	169
в том числе:	
лабораторные работы	-
практические занятия	50
контрольные работы	-
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	20
Самостоятельная работа студента (всего)	60
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	-
Исследовательская работа	6
Работа с нормативно-законодательными документами	6
Работа с информационными источниками	12
Реферативная работа	-
Расчетно-графическая работа	2
Творческие задания	12
Подготовка презентационных материалов	10
Составление таблиц, схем	6
Составление, оформление форм отчетности, банковских документов	-
Подготовка к семинарам	6
Консультации	20
Производственная практика	108
Аттестация по дисциплине	<i>экзамен</i>

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной осуществление кредитных операций, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК)

компетенциями:

1. Оценивать кредитоспособность клиентов
2. Осуществлять и оформлять выдачу кредитов.
3. Осуществлять сопровождение выданных кредитов.
4. Проводить операции на рынке межбанковских кредитов.
5. Формировать и регулировать резервы на возможные потери по кредитам.
6. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
7. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
8. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
9. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
10. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
11. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
12. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
13. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
14. Развивать культуру межличностного общения, взаимодействия между людьми, устанавливать психологические контакты с учетом межкультурных и этнических различий и др.

Далее рассмотрим тематический план профессионального модуля

«Осуществление кредитных операций» междисциплинарного курса «Организация кредитной работы» специальности 38.02.07 Банковское дело, данные приведены в «Таблице 2».

**Таблица 2.**

**Тематический план междисциплинарного курса «Организация кредитной работы» специальности 38.02.07 Банковское дело**

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Консультации	Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося			Учебная часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
ПК 2.1 - 2.5	Раздел 1. Основы банковского кредитования.	52	38	12	10	14	-	-	-	
ПК 2.1 - 2.5	Раздел 2. Порядок предоставления кредита.	48	32	14		16	-	-	-	
ПК 2.1 - 2.5	Раздел 3. Сопровождение кредита.	50	36	8		14	-	-	-	
ПК 2.1 - 2.5	Раздел 4. Организация отдельных видов кредитования.	59	43	16		16	-	-	-	
	Производственная практика, часов		10						-	108
	Консультации по курсовой работе	10	10							
	<b>Всего</b>	<b>249</b>	<b>169</b>	<b>50</b>		<b>60</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>108</b>



В Образовательном учреждении «Челябинский юридический колледж» нами был проведен опрос у преподавателей экономических дисциплин на тему: Как вы относитесь к тренингам в образовательной деятельности? Используете ли вы тренинги в своей деятельности? В опросе участвовали 5 преподавателей. По итогу опроса выявлено, что только 1 преподаватель использует в своей деятельности бизнес-тренинги и считает их очень эффективными при изучении материала. Причиной неиспользования тренингов выступили:

1. Нехватка опыта разработки бизнес-тренингов по дисциплинам экономического цикла.

2. Нехватка времени для изучения технологии разработки бизнес-тренингов по дисциплинам экономического цикла.

В группе студентов у преподавателя, который использует тренинги в своей деятельности провели опрос на тему: Насколько интересны тренинги, которые проводятся в группе?

Все студенты положительно относятся к бизнес-тренингам, считают их современными и интересными, а также хотят чтобы и по другим дисциплинам проводились бизнес-тренинги.

Ниже представлен программа тренинга, который применяет преподаватель по дисциплине «Организация кредитной работы» в рамках изучения раздела «Организация отдельных видов кредитования» выделяют несколько типов кредита:

1. Кредиты физическим лицам;
2. Кредиты юридическим лицам.

Рассмотрим кредиты, предоставляемые физическим лицам:

1. Целевой потребительский кредит;
2. Целевой кредит на приобретение автомобиля (автокредит);
3. Целевой кредит на приобретение готового/строящегося жилья (ипотека).

Главная цель раздела «Организация отдельных видов кредитования» - научить студентов эффективно продавать кредит. Данный раздел профессионального модуля рассчитан на 52 часа учебной нагрузки. Изучение темы «Продажа целевого потребительского кредита» занимает 8 часов, т.е 4 часа отводится на изучение теоретического материала и 4 часа отводится на проведение практического занятия.

Рассмотрим бизнес-тренинг на тему «Продажа целевого потребительского кредита».

В тренинге участвуют: 1 тренер-преподаватель дисциплины, 1 группа из 20 студентов.

Сначала тренер рассказывает студентам о шести навыках продаж:

1. Подготовка;
2. Установление контакта;
3. Выявление потребностей;
4. Презентация;
5. Работа с возражениями;
6. Завершение продажи;

Затем дает задание продать кредит друг другу, разбившись по 2 человека, один из студентов является клиентом, второй менеджером.

Далее преподаватель-тренер проводит срез знаний, в котором студентам необходимо сопоставить возражение и аргумент по этапу продаж «Работа с возражениями», после чего собирает результаты у все группы для проверки знаний.

Далее в Таблице 3 представлен пример упражнения «Работа с возражениями».

**Таблица 3.**

**Упражнение «Работа с возражениями»**

Возражение	Аргумент
Большая ставка по кредиту	С чем это связано? Все банки предлагают

	финансовую защиту кредита для заемщика, я обязан рассказать вам о ней
Я не знаю ваш банк	Наш банк является одним из крупнейших банков России, предоставляет такие виды кредитования, как: автокредит, кредит наличными и т.д.
Мне не нужна страховка	По разным кредитам ставки различаются, обращаю внимание на то что, процентная ставка и переплата-эта разные цифры, могу предложить несколько тарифов с разными ставками
Не удобно оплачивать кредит	Отделение банка вам не потребуется, у нас есть интернет-сервис, в котором вы можете отслеживать всю информацию по своему счету
Нет отделения банка в моем городе	В нашем банке много каналов погашения без комиссии, вы можете оплачивать кредит через интернет банк, не выходя из дома

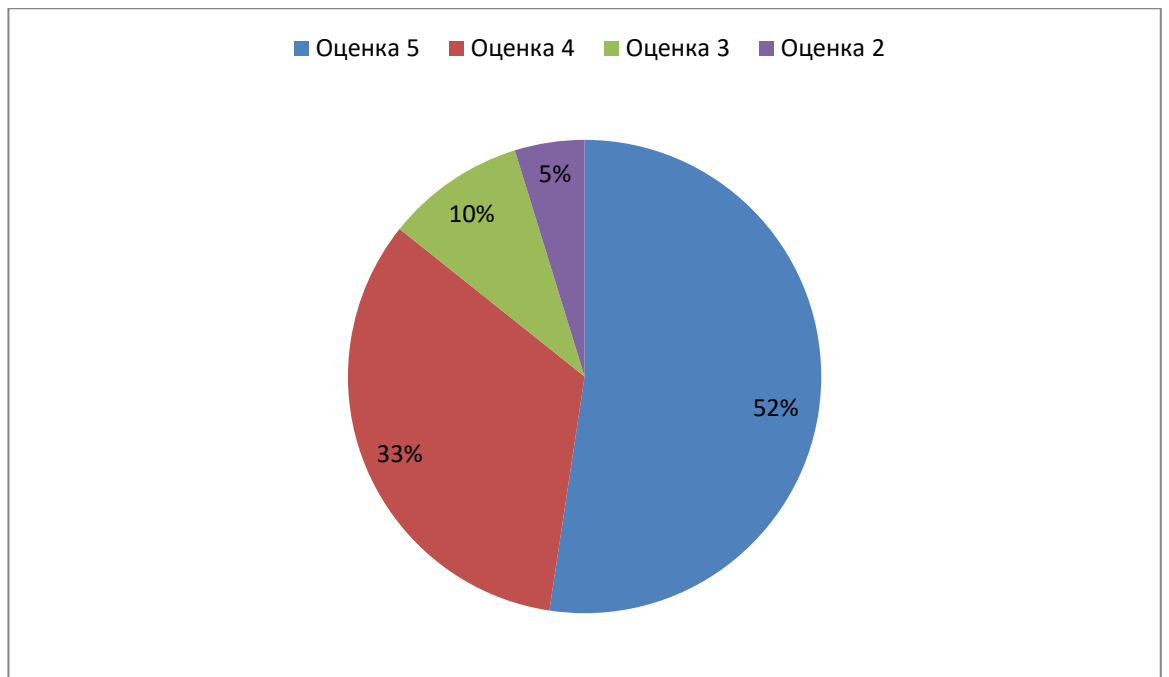
При проверке упражнения было выявлено, что из 20 студентов правильно выполнили задание на «отлично» 11 студентов, 6 из 20 студентов получили отметку «хорошо», 1 студент выполнил задание и получил отметку «удовлетворительно» и 1 студент получил отметку «неудовлетворительно», что наглядно представлено в Таблице 4 и Рисунке 2.

**Таблица 4.**

**Итоги среза знаний по теме: «Продажа целевого потребительского кредита»**

Оценка задания	Количество студентов
5	11
4	7
3	1
2	1

Итоги наглядно представлены на диаграмме.



**Рисунок 2. Итоги среза знаний по теме: «Продажа целевого потребительского кредита»**

Исходя из приведенных данных можно сделать вывод о том, что благодаря проведенному тренингу большинство студентов усвоили знания и получили положительные оценки.

Для сравнения рассмотрим классическое занятие, проводимое без применения бизнес-тренинга, из раздела «Порядок предоставления кредита» на тему: «Порядок предоставления денежных средств физическим лицам». На изучение данного раздела профессионального модуля отводится 48 часов учебной нагрузки. Изучение темы «Порядок предоставления денежных средств физическим лицам» занимает 10 часов, т.е. 6 часа отводится на изучение теоретического материала и 4 часа отводится на проведение практического занятия. В занятии участвует преподаватель дисциплины и 1 группа из 20 студентов.

Сначала тренер рассказывает студентам о порядке предоставления кредита.

1. Терминология;
2. Обязательные требования к заёмщику;
3. Необходимые документы заявителя;

4. Финансовая защита кредита;
5. Совершение частичного досрочного погашения и полного досрочного погашения кредита;
6. Формирование документов.

Затем преподаватель проводит опрос по пройденному материалу, на который студенты дают письменный ответ

Опрос состоит из 10 вопросов по теме занятия.

1. Заёмщик—это?

Лицо, принимающее на себя обязательство возратить в установленный срок сумму основного долга вместе с начисленными процентами за время пользования кредитом.

2. Заявитель—это?

Лицо, изъявившее желание подать заявку на получение целевого потребительского кредита, с применением обработки персональных данных в системах банка.

3. Перечислите основные требования к заявителю.

Условие наличия гражданства Российской Федерации, постоянная регистрация в одном из регионов присутствия банка, возраст заявителя по условиям банка.

4. Какие необходимые документы должен предоставить заемщик для рассмотрения заявки?

Паспорт гражданина Российской Федерации, второй документ на выбор (водительское удостоверение, ИНН, СНИЛС), справка 2НДФЛ/справка по форме банка.

5. Что такое финансовая защита кредита?

Программа добровольного страхования заёмщика по нескольким рискам, гарантирующая покрытие кредита при наступлении неблагоприятного события.

6. Что такое страховая выплата?

Сумма денежных средств, которую страховая компания выплачивает выгодоприобретателю при наступлении страхового события.

7. Кто является выгодоприобретателем?

Лицо, которое получает денежные средства в виде выплаты при наступлении страхового случая.

8. Кто является страхователем?

Страхователь—это лицо, заключающее договор добровольного страхования от неблагоприятных событий.

9. Что такое частичное досрочное погашение кредита?

Услуга, согласно которой клиент, внося сумму сверх размера ежемесячного платежа, может сократить сумму основного долга, тем самым уменьшить свое ежемесячный платеж или сократить срок кредита.

10. Что такое полное досрочное погашение кредита?

Полное погашение кредита—это исполнение всех финансовых обязательств клиента перед банком по договору до окончания срока кредитования, путем внесения на счет полной суммы задолженности.

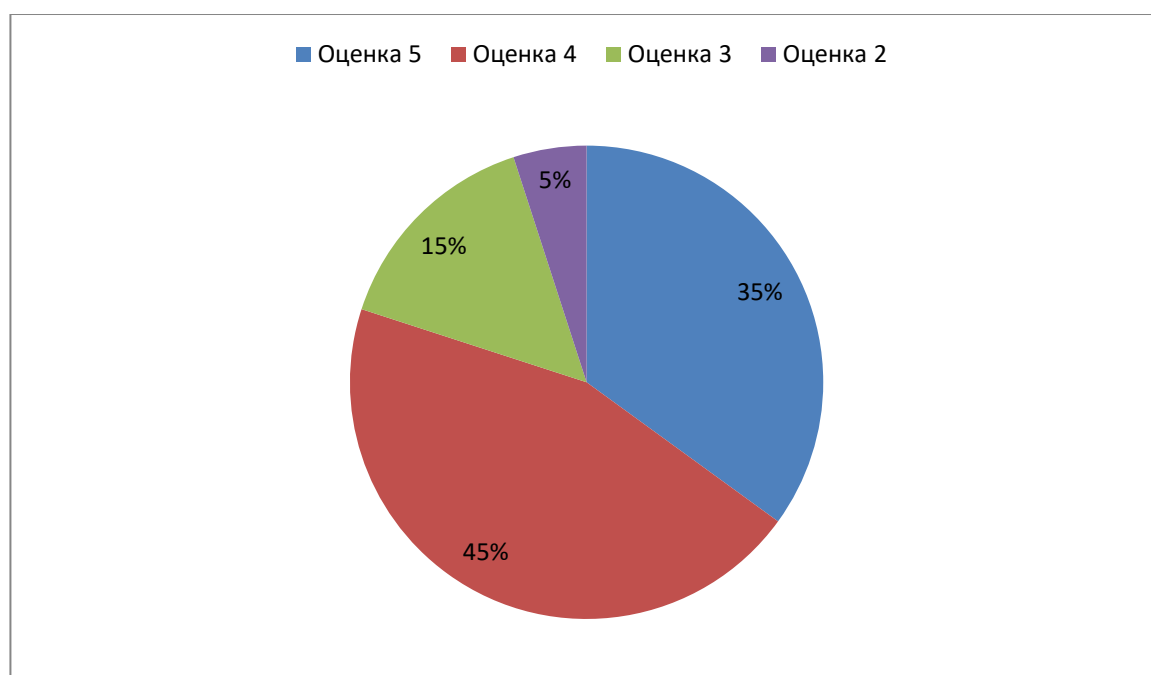
По окончании занятия важно оценить его эффективность, это значит, что нужно понять, достигнуты ли поставленные цели. Результаты оценки важны для совершенствования программы бизнес-тренинга или лекционного занятия, а также для дальнейшего планирования профессионального обучения студентов. Наиболее распространенный способ получения обратной связи от группы студентов—анкетирование или тестирование, их популярность объясняется минимальными временными затратами, заполнение анкеты или теста не вызывает трудностей у студентов и проверку у преподавателя.

При проверке упражнения было выявлено, что из 20 студентов правильно выполнили задание на «отлично» 7 студентов, 9 из 20 студентов получили отметку «хорошо», 3 студент выполнил задание и получил отметку «удовлетворительно» и 1 студент получил отметку «неудовлетворительно», что наглядно представлено в Таблице 5 и Рисунке 3.

**Итоги среза знаний по теме: «Порядок предоставления денежных средств физическим лицам»**

Оценка задания	Количество студентов
5	7
4	9
3	3
2	1

Итоги среза знаний наглядно представлены на рисунке



**Рисунок 3. Итоги среза знаний по теме: «Порядок предоставления денежных средств физическим лицам»**

Исходя из выше представленных данных можно сделать вывод о том, что уровень усвоения знаний и информации при проведении лекции ниже, чем при проведении бизнес-тренинга., это говорит о эффективности проведения бизнес-тренингов по дисциплинам экономического цикла, что было наглядно представлено в таблицах и рисунках, представленных выше.

Таким образом, выявлено, что использование бизнес-тренингов является одним из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном образовательном учреждении.

## 2.2 Проблемы использования бизнес-тренингов в образовательном процессе

При проведении беседы с преподавателями экономических дисциплин в Образовательном учреждении «Челябинский юридический колледж» нами на тему: «Как вы относитесь к тренингам в образовательной деятельности?» и «Используете ли вы тренинги в своей деятельности?» были выявлены следующие причины неиспользования тренингов, такие как:

1. Нехватка опыта разработки бизнес-тренингов по дисциплинам экономического цикла.
2. Нехватка времени для изучения технологии разработки бизнес-тренингов по дисциплинам экономического цикла.
3. Размытие профессиональной специализации бизнес-тренера (преподавателя) дисциплины.
4. Стремление к быстрому результату без вклада.
5. Отсутствие посттренингового сопровождения.

Размытие профессиональной специализации бизнес-тренера является проблемой (преподавателя) дисциплины, многие преподаватели ведут одну или две дисциплины, соответственно проработать все аспекты тренинга становится тяжелой задачей.

Второй проблемой является стремление к быстрому результату без вклада, имеется в виду, что тренинговая работа предусматривает акцент на развитие несформированных или недостаточно развитых навыков, осознание слабых зон. Соответственно основная работа на бизнес-тренинге связана с постоянным выходом из зоны комфорта, при этом требуется определенное напряжение и усилия, что далеко не всегда вызывает энтузиазм у участников и соответственно у самого тренера.

Третьей проблемой использования бизнес-тренингов является отсутствие посттренингового сопровождения, т.к. данная форма работы представляет собой приобретение новых знаний и внутриличностной



проработки, после тренинга наблюдается дезинтегрированное состояние участников, когда после тренинга они не ощущают новых перспектив и прилива сил для отработки пройденного материала, необходима дальнейшая поддержка и обратная связь.

При выявлении данных проблем требуется определить комплекс мер для продвижения бизнес-тренингов на современном рынке образовательных услуг. На рисунке 4 представлены меры.



**Рисунок 4. Комплекс мер для продвижения бизнес-тренингов на современном рынке образовательных услуг**

Рассмотрим весь комплекс, первым фактором является многоэтапность и разноформатность бизнес-тренинга, т.е демонстрация отдельных, наиболее ярких элементов тренинговой программы, также демонстрация индивидуальной особенности работы тренера.

Вторым этапом является совмещение жанров: тренинг, коучинг, консалтинг, считается что бизнес-тренинги направлены на отработку конкретных навыков и не подразумевают глубокого индивидуального подхода к студенту. При комплексном подходе, вероятность точно и правильно донести материал значительно выше.

Следующим этапом является модульный подход и диверсификация бизнес-тренинга, суть этапа разбить одну большую тему на отдельные, самостоятельные, завершенные по смыслу блоки, что позволит тщательно прорабатывать каждый из них.

Последним этапом является использование информационных технологий для облегченного усвоения материала студентами, они позволяют погрузить студентов информационно-образовательную среду, повысить качество образования, мотивировать процессы восприятия информации и получения знаний.

Следовательно, необходимо изучать как минимум еще одну тему данного курса «Организация кредитной работы» с применением тренинга.

Далее представлен бизнес-тренинг на тему «Эффективные продажи» из раздела «Организация отдельных видов кредитования». На изучение данного раздела профессионального модуля отводится 59 часов учебной нагрузки. Изучение темы «Эффективные продажи» занимает 16 часов, т.е. 10 часов отводится на изучение теоретического материала и 6 часов отводится на проведение практического занятия. В занятии участвует преподаватель дисциплины и 1 группа из 20 студентов.

Ниже представлен бизнес-тренинг на тему «Эффективные продажи», разработанный нами после анализа использования тренинговых технологий в Образовательном учреждении «Челябинский юридический колледж».

Содержание бизнес-тренинга «Эффективные продажи»:

1. Этапы продаж
  - 1.1 Подготовка
  - 1.2 Установление контакта
  - 1.3 Выявление потребностей
  - 1.4 Презентация
  - 1.5 Работа с возражениями, причины возражений и алгоритм работы с возражениями
2. Сложные ситуации при работе с клиентами
  - 2.1 Методы аргументации:
    - Логический метод «3 причины»
    - Метод «Сдвиг в будущее»
    - Метод «Бумеранг» или «Словестное айкидо»

Метод «Деления»

3. Завершение сделки

3.1 Методы завершения сделки:

Прямое завершение

Альтернативное завершение

«Три ДА»

Завершение действием

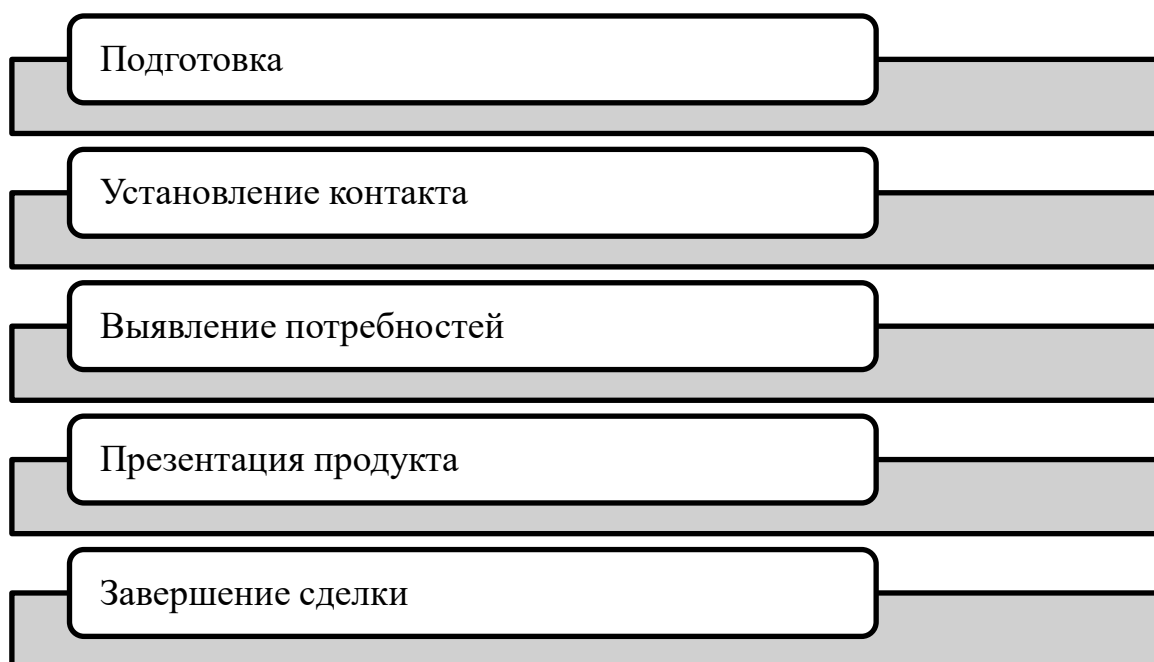
Открытие дверей

Правила группы:

1. Пунктуальность.
2. «Правило одного микрофона».
3. Общение по принципу «Здесь и теперь».
4. Активность.

### 1. Этапы продаж

Продажа – это циклический процесс коммерческого взаимодействия между двумя лицами, который заканчивается обменом товара на деньги. Рассмотрим сам алгоритм, который представлен на Рисунке 5.



**Рисунок 5. Этапы продаж**

Для полного понимания каждого этапа разберём каждое понятие по отдельности.

### 1.1 Подготовка

Целью этапа «Подготовка» выступают рабочие условия, способствующие быстрому и качественному обслуживанию клиента.

Составляющие этапа: подготовка рабочего места, знание своих преимуществ перед конкурентами.

### 1.2 Установление контакта

Цель данного этапа-создать атмосферу доверия, расположить к себе клиента и оставить хорошее впечатление. Составляющими данного этапа являются приветствие и вопрос.

Например:

Приветствие - Доброе утро, день, вечер.

Вопрос – Чем могу быть полезен, чем могу помочь.

Каналы коммуникации:

1. Невербальный, т.е «язык тела», то как выглядит менеджер, его жесты, мимика, одежда, дистанция, взгляд.
2. Паравербальный, то как менеджер говорит, интонация, тон речи, темп речи.
3. Вербальный, то что говорит менеджер, как подбирает слова.

На данном этапе важно:

1. Как выглядит менеджер.
2. Как говорит.
3. Что говорит.

На данном этапе необходимо произвести впечатление, второго шанса сделать это не будет.

### 1.3 Выявление потребностей

Цель этапа – получить полную и достоверную информацию о потребностях клиента.

Потребность – причина поступков человека. Например, экономия денежных средств/времени, удобство или комфорт, надежность или безопасность, престиж/имидж. Для выявления потребностей необходимо использовать следующую типологию вопросов, которая представлена на Рисунке 6.



**Рисунок 6. Типология вопросов**

Упражнение «Определи потребность»

Задание:

1. Прочитать фразы клиента.
2. Ответить какая потребность содержится в словах клиента.
3. Записать свой вариант в таблицу и сдать преподавателю.

Время выполнения задания 10 минут, упражнение представлено в Таблице 6.

**Таблица 6.**

**Упражнение «Определи потребность»**

Утверждения клиента	Потребность
Я рассматриваю разные предложения от Банка и одним из них заинтересовался. В предложении было сказано, что на время проведения акции % ставка будет снижена, и оплата кредита возможна без комиссии.	Экономия денежных средств
Я всегда работаю только с теми Банками, которым я доверяю. Важно, чтобы он был надежным и с	Безопасность

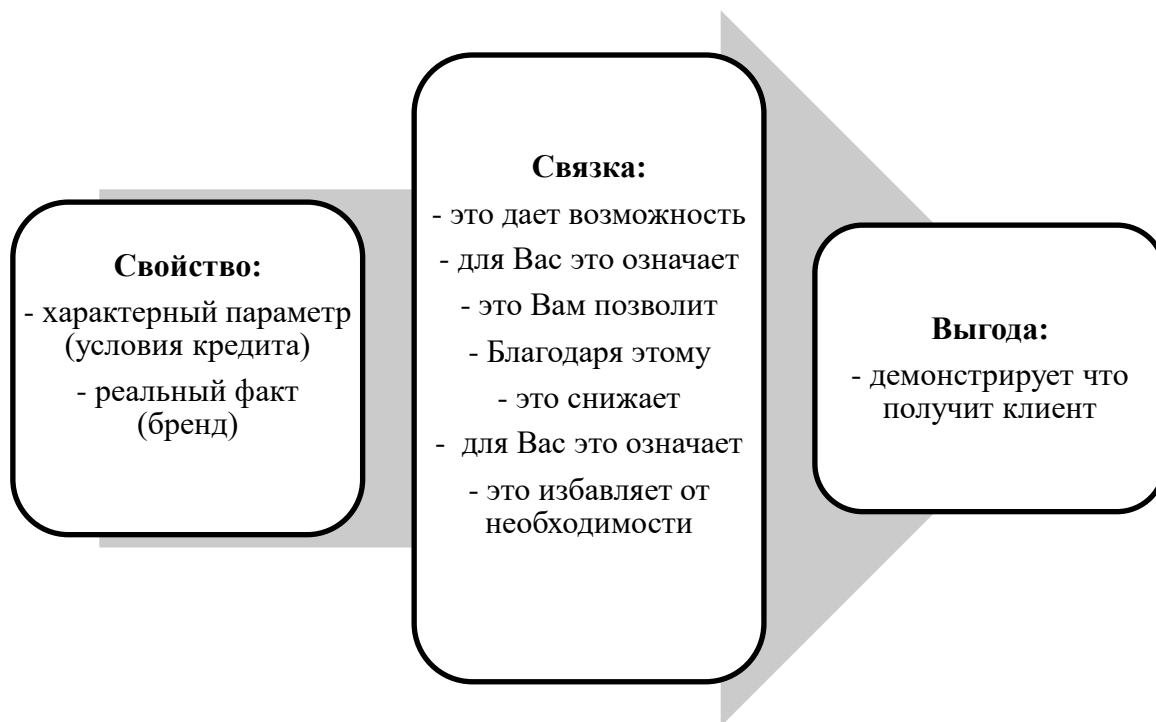
хорошей репутацией.	
В Банке, который мне очень понравился, была удобная система погашения кредита, я всегда мог получить ответ на любой вопрос.	Удобство в оформлении и обслуживании
Для оформления автомобиля в кредит я выбрал банк, который мог быстро произвести оформление и не задерживать меня с решением. В результате я смог получить автомобиль в короткий срок, не потратив много времени.	Экономия времени
Все мои друзья покупают автомобиль только известных и очень дорогих марко. Я хочу иметь автомобиль подходящий мне по статусу и не хуже чем у друзей	Престиж

Преподаватель подводит итоги по данному упражнению. Следующим этапом продаж является презентация.

#### 1.4 Презентация

Целью этапа выступает заинтересованность клиента в услугах и продуктах банка на основании выявленной потребности. Благодаря этапу презентация, менеджер доводит до клиента информацию о продаваемом продукте, одновременно наблюдает его реакцию на презентацию, а затем в соответствии с реакцией клиента меняет ход действий на данном этапе. Качественно проведенная презентация значительно повышает шансы на продажу, а также информирует потенциальных клиентов о продукте. На данном этапе презентации необходимы знания продукта, который продает менеджер, всех свойств и выгод.

На данном этапе эффективно работает приём «Свойство-Связка-Выгода», которая представлена на рисунке 7.



**Рисунок 7. Приём «Свойство-Связка-Выгода»**

Выгода за счет свойств на основе характеристик. При этом характеристики и свойства можно использовать как вместе, так и по отдельности, но в обоих случаях в связке с выгодой.

Для закрепления полученных знаний на данном этапе проводится упражнение «Свойство-Выгода».

Задание:

1. Заполнить таблицу «Свойство-Выгода» вписывая в пропущенные блоки по необходимости либо свойство либо формулировки выгод или фраз «Связки», данные представлены в Таблице 7.

2. Записать свои ответы в таблицу и сдать преподавателю.

**Таблица 7.**

**Задание «Свойство-Связка-Выгода»**

Свойство	Связка	Выгода
Минимальный пакет документов	Позволяет Вам	Сэкономить время при оформлении кредита. Начать оформление уже сегодня, не откладывая на следующий раз
<u>Досрочное погашение,</u> <u>Частично-досрочное погашение</u>	Позволяет Вам	Сделать перерасчет процентов в вашу пользу, и тем самым сэкономить.

<u>Справка о доходах</u>	Поможет Вам	Оформить кредит с более низкой % ставкой, тем самым сэкономить
Для наших клиентов мы можем предложить несколько вариантов кредитных программ	Таким образом	<u>Вы можете подобрать удобные для вас условия</u>
Вы можете погашать кредит через «Сбербанк Онлайн» без комиссии	<u>Это поможет Вам</u>	Совершать платежи не выходя из дома, тем самым экономить время и деньги
У нас есть 2 программы финансовой защиты	<u>Благодаря этому</u>	Вы сможете выбрать удобный для вас вариант программы
У нас есть бесплатный телефон Центра Обслуживания Клиентов	Это позволит Вам	Получить всю интересующую вас информацию, не выходя из дома

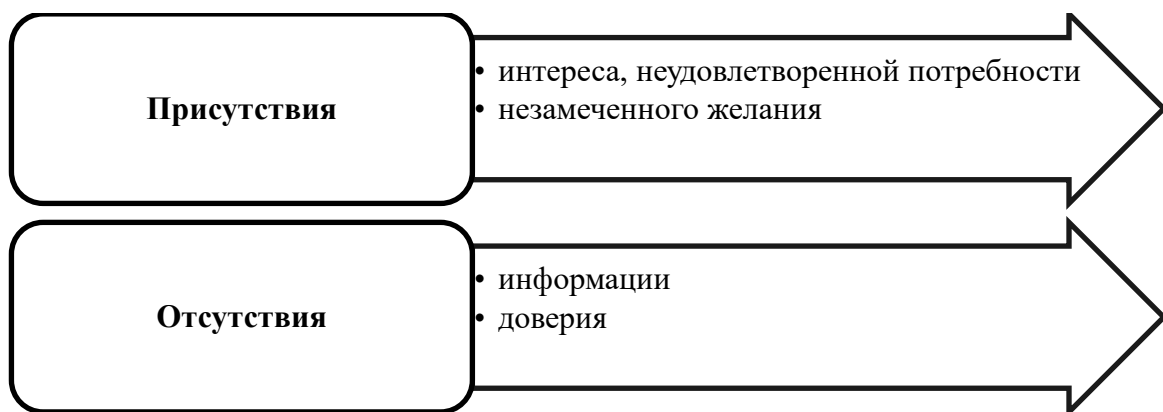
Преподаватель подводит итоги по данному упражнению. Следующим этапом продаж является работа с возражениями.

### 1.5 Работа с возражениями

Возражение – любое высказывание клиента, которое препятствует продолжению процесса продажи, в частности завершению сделки.

Цель этапа – понять истинную причину возражений, снизить негативный настрой клиента и снять все сомнения.

Возражение – это показатель присутствия либо отсутствия, примеры приведены на рисунке 8.



**Рисунок 8. Показатели возражений**

Рассмотрим алгоритм работы с возражениями.

Алгоритм:

1. Выслушать клиента.



2. Задать уточняющий вопрос.
3. Психологически присоединиться к ситуации.
4. Аргументированно ответить, задать направляющий вопрос к сделке.

Возражения делят на 2 типа, которые представлены на рисунке 9.



**Рисунок 9. Типы возражений**

Для отработки данных возражений используют уточняющие вопросы.

## **2. Сложные ситуации при работе с клиентами**

### **1. Уточняющие вопросы для явных возражений:**

- в связи с чем у вас сложилось такое мнение?
- что убедило вас в этом?
- какие параметры интересуют вас в первую очередь?
- что из этого имеет наибольшее значение?
- с чем вы сравниваете?
- что привело вас к такому выводу?

### **2. Уточняющие вопросы для скрытых возражений «Техника Парафраз»:**

К: - У меня нет с собой наличных денег для оплаты первоначального взноса.

М: - И.О. клиента, правильно ли я понимаю, что вы хотите оформить кредит без первоначального взноса?

### **2. Примеры фраз – присоединения:**

- вы затронули важную тему...
- я хорошо понимаю ваш вопрос...

- большинство наших клиентов раньше тоже думали так...
- хорошо, что обратили на это внимание...
- это очень интересно...
- действительно..., именно поэтому...

### 3. Аргументы в работе с возражениями:

- преимущества нашего банка...
- преимущества наших продуктов...
- личный пример...
- факты
- история банка.

### 4. Вопросы направляющие к завершению сделки:

- согласитель это экономит ваши средства?
- согласитель это удобно?
- я ответил на ваш вопрос?
- остались ли у вас еще вопросы?

Далее необходимо закрепить полученные знания.

## 2.1 Методы аргументации

### 1. Логический метод «3 причины».

Назовите определенное количество причин, аргументирующих ваше предложение клиенту, перечислите их. Причин должно быть не менее 2, но не более 5, иначе клиент перестанет вас слушать.

Пример:

Клиент : Высокая процентная ставка.

Менеджер: Можно отметить три основных причины которыми обусловлена процентная ставка. Во первых – время оформления заявки не занимает более 10 минут. Во вторых – кредит можно оформить всего по двум документам без справок и поручителей. В третьих- кредит можно оформить без первоначального взноса. Согласитель это выгодно?

### 2. Метод «Сдвиг в будущее».

Необходимо стимулировать клиента думать о будущем в контексте его отношения с банком. «Нарисовать» клиенту картину, демонстрирующую как изменится его жизнь в лучшую сторону, с помощью нашего банка или ситуацию, в которой он не сможет обойтись без того, что мы предлагаем.

Пример:

Клиент: Я не хочу брать кредит, я привык копить.

Менеджер: И.О. клиента, приятно иметь дело с человеком, умеющим планировать свой бюджет. Однако, накопление необходимой суммы занимает время. Представьте, что уже сегодня вы сможете выехать из автосалона на своем новом автомобиле.

### 3. Метод «Бумеранг» или «Словестное айкидо».

Возврат возражения клиенту. Общий принцип работы метода: вы сообщаете клиенту, что хотите с ним переговорить именно потому, что у него есть такое возражение. «Именно потому, что есть данное возражение, я хотел бы поговорить с вами, я здесь именно для этого...»

Пример:

Клиент: Высокая процентная ставка.

Менеджер: И.О. клиента, на первый взгляд процентная ставка действительно может показаться высокой, именно поэтому я хочу рассказать вам как в нашем банке начисляются проценты. Проценты в нашем банке начисляются на остаток задолженности, поэтому ваша фактическая переплата будет гораздо меньше.

### 4. Метод «Деления».

Метод перехода от общего к частному. Метод позволяет разбить большое на несколько маленьких составляющих.

Пример:

Клиент: большая переплата.

Менеджер: И.О. клиента, вы затронули важную тему. Давайте посмотрим сколько ваша переплата будет составлять в месяц. В месяц она составляет всего 180 рублей, а это всего 6 рублей в день.

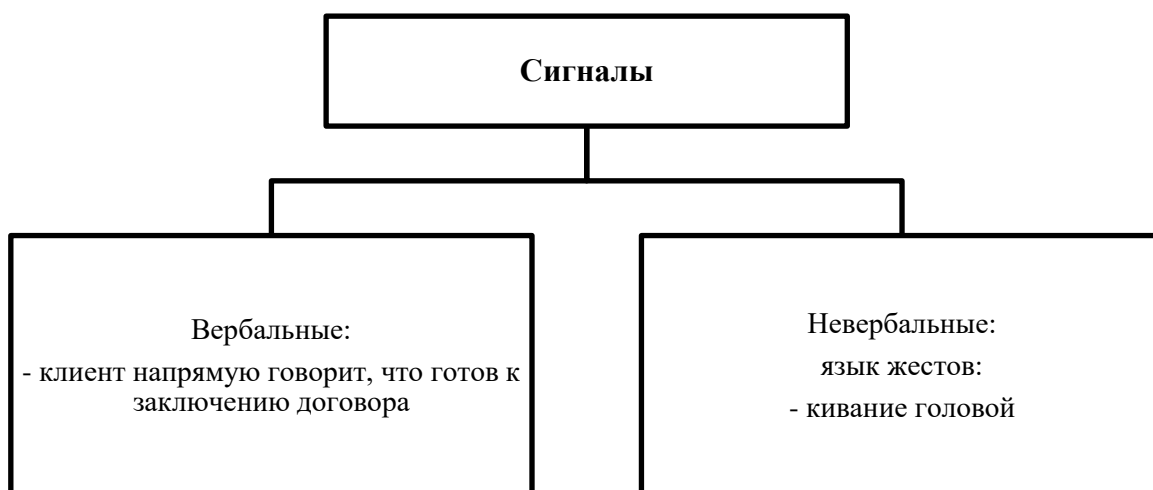
С помощью уточняющих вопросов и методов менеджер переходит к последнему этапу продаж – завершение сделки.

### 3. Завершение сделки.

Завершение сделки – это процесс оказания помощи клиенту в принятии решения.

Цель этапа – сформировать у клиента положительное впечатление о банке и обслуживании. Настроить клиента на долговременные отношения с банком.

Сигналы завершения сделки представлены на рисунке 10.



**Рисунок 10. Сигналы завершения сделки**

Далее рассмотрим методы завершения сделки.

#### 1. Прямое завершение сделки.

Пример : И.О. клиента, оформляем кредит?

#### 2. Альтернативное завершение сделки.

Пример: И.О. клиента, оформлять договор будет на 12 или на 24 месяца?

#### 3. Техника «Три ДА».

Клиенту задаются три вопроса, на которые он точно ответит «Да», после чего ему задается вопрос об оформлении.

Пример:

Менеджер: - Итак, И.О. клиента, мы с вами проговаривали, что ваш первоначальный взнос будет составлять 500 000 рублей, правильно?

Клиент: - Да.

Менеджер: Срок кредита вы выбрали на 12 месяцев?

Клиент: - Да.

Менеджер: - Ваш ежемесячный платеж будет составлять 12 500 рублей?

Клиент: - Да.

Менеджер: - Оформляем?

Клиент: - Да.

4. Завершение действием.

Пример:

Менеджер: - И.О. клиента, сейчас мы подпишем анкету на оформление кредита, затем я отправлю заявку на рассмотрение, в течение 10 минут придет ответ банка и уже через 15 минут вы станете обладателем этого автомобиля.

5. Открытие дверей.

Пример:

Менеджер: - И.О. клиента, когда вы сможете собрать документы/когда вам будет удобно подойти к нам? (договориться с клиентом о конкретной встрече).

Отлично, тогда я вас жду (дд.мм.). Проходите прямо ко мне, я готов принять вас без очереди.

Необходимо:

1. Записать дату встречи с клиентом.

2. Узнать номер телефона клиента.

Менеджер: Вам будет удобно, если я вам предварительно позвоню, чтобы напомнить о нашей встрече и ответить на возникшие вопросы в случае необходимости? Подскажите ваш телефон, пожалуйста?

3. За день до встречи или в день встречи напомнить клиенту, что вы его ждете, позвонив по телефону.

Далее необходимо провести срез знаний по пройденным этапам тренинга, для того чтобы оценить усвоение материала студентами.

Первым методом оценки усвоения материала студентами является тестирование, состоящее из пяти вопросов, в котором необходимо выбрать правильный ответ.

1. Какие вопросы можно отнести к открытым?

- a) *какой, какая, почему, где;*
- b) отвечающие на вопрос только ДА/НЕТ;
- c) оба варианта верны.

2. Перечислите все этапы продаж.

- a) подготовка, приветствие, потребность, сделка;
- b) *подготовка, установление контакта, выявление потребностей, презентация, работа с возражениями, завершение сделки;*
- c) нет правильного ответа.

3. К какому этапу продаж можно отнести приём «Свойство-Связка-Выгода»?

- a) *презентация;*
- b) выявление потребностей;
- c) работа с возражениями.

4. Какие типы возражений вы знаете?

- a) открытые;
- b) альтернативные;
- c) *явные и скрытые.*

5. Какие сигналы завершения сделки существуют?

- a) альтернативные;
- b) явные и скрытые;
- c) *вербальные и невербальные.*

Подводя итоги по первой части задания можно оценить уровень усвоения пройденного материала по результатам тестирования, из которого видно что 16 из 20 студентов верно ответили на все 5 вопросов теста, это говорит об успешном проведении занятия и высокого уровня усвоения знаний, 2 из 20 студентов выполнили задание и получили отметку «хорошо», 2 из 20 студентов допустили ошибки в 3х вопросах и получили отметку «неудовлетворительно», исходя из данных вычислили, что 80 % студентов усвоили материал на 100%, что говорит об эффективности бизнес-тренинга.

Для второго этапа оценки знаний студентов, используется упражнение, в котором необходимо выявить потребность клиента. Задание представлено в Таблице 8.

**Таблица 8.**

**Упражнение «Определи потребность»**

Утверждения клиента	Потребность
В вашем банке все каналы погашения являются платными?	Экономия денежных средств
Ваш банк точно надежный?	Безопасность
К кому и куда я могу обратиться с вопросами по кредиту?	Удобство в оформлении и обслуживании
Я сегодня хочу уехать на новом автомобиле из вашего салона.	Экономия времени
Я хочу иметь автомобиль подходящий мне по статусу и не хуже чем у друзей.	Престиж

По итогам проведенного среза знаний, преподаватель подводит итоги. При проверке упражнения было выявлено, что из 20 студентов правильно выполнили задание на «отлично» 15 студентов, 4 из 20 студентов получили отметку «хорошо», 1 студент выполнил задание и получили отметку «удовлетворительно» и 0 студентов получили отметку «неудовлетворительно», что наглядно представлено в Таблице 9 и Рисунке 11.

Таблица 9.

## Итоги среза знаний по теме: «Эффективные продажи»

Оценка задания	Количество студентов
5	15
4	4
3	1
2	0

Итоги наглядно представлены на диаграмме.

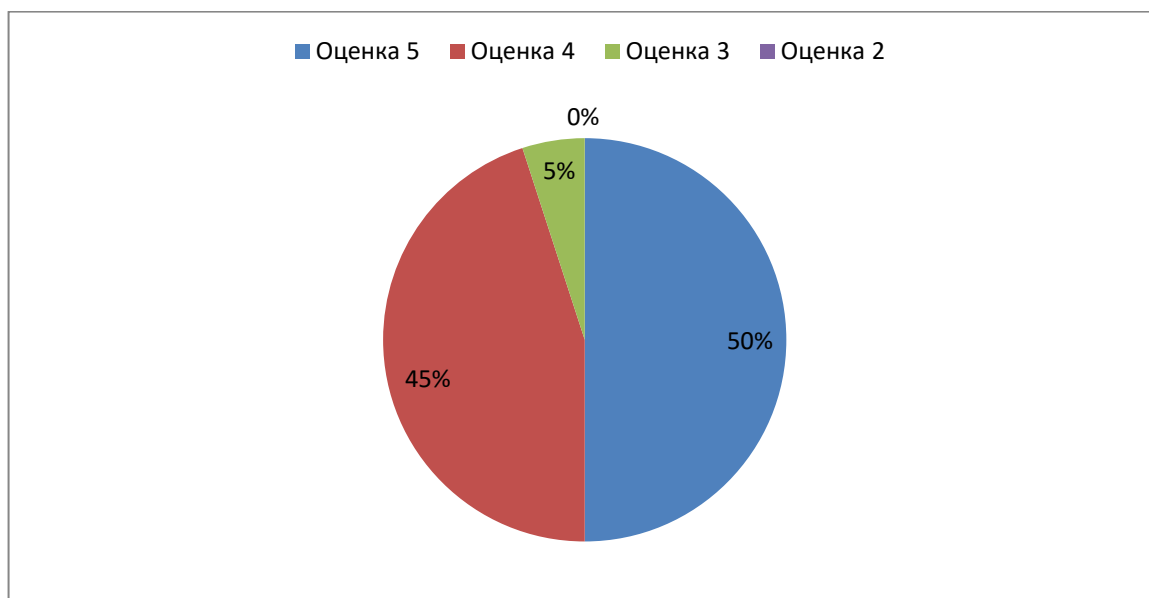


Рисунок 11. Итоги среза знаний по теме: «Эффективные продажи»

Исходя из приведенных данных можно сделать вывод о том, что уровень знаний студентов закрепился на достаточно высоком уровне, благодаря проведенному бизнес-тренингу, который помог детально разобрать каждый из этапов продаж, что позволило студентам освоить данную тему. Рассматривая бизнес-тренинг преподавателя экономической дисциплины Профессионального образовательного учреждения НОУ СПО «Челябинский юридический колледж» и нами разработанный бизнес-тренинг, можно сделать вывод о том, что по итогам проведения тренингов, уровень знаний студентов выше, чем при проведении классического лекционного занятия, что говорит о эффективности тренингов.

Таким образом, весь комплекс мер, предложенный для продвижения бизнес-тренингов на современном рынке образовательных услуг поможет добиться высокого уровня знаний студентов и профессионализма.



## Выводы по второй главе

Во второй главе рассмотрено образовательное учреждение «Челябинский юридический колледж» Сокращенное наименование в соответствии с Уставом НОУ СПО ЧЮК. Образовательное учреждение «Челябинский юридический колледж» организовано в 1997 году, рассмотрена его организационная структура.

Определена трудоёмкость дисциплины «Организация кредитной работы». Выявлено, что результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной осуществление кредитных операций, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

1. Оценивать кредитоспособность клиентов.
2. Осуществлять и оформлять выдачу кредитов.
3. Осуществлять сопровождение выданных кредитов.
4. Проводить операции на рынке межбанковских кредитов.
5. Формировать и регулировать резервы на возможные потери по кредитам.
6. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
7. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество и т.д.

Рассмотрен тематический план междисциплинарного курса «Организация кредитной работы» специальности 38.02.07 Банковское дело.

Была проведена беседа с преподавателями экономических дисциплин в Образовательном учреждении «Челябинский юридический колледж» нами на тему: «Как вы относитесь к тренингам в образовательной деятельности?» и «Используете ли вы тренинги в своей деятельности?» были выявлены следующие причины неиспользования тренингов, такие как:

1. Нехватка опыта разработки бизнес-тренингов по дисциплинам экономического цикла.

2. Нехватка времени для изучения технологии разработки бизнес-тренингов по дисциплинам экономического цикла.

3. Размытие профессиональной специализации бизнес-тренера (преподавателя) дисциплины.

4. Стремление к быстрому результату без вклада.

5. Отсутствие посттренингового сопровождения.

Был разработан комплекс мер для продвижения бизнес-тренингов:

1. Многоэтапность и разноформатность представления бизнес-тренингов.

2. Совмещение жанров.

3. Модульный подход и диверсификация бизнес-тренингов.

4. Использование информационных технологий.

Рассмотрен весь комплекс мер продвижения бизнес-тренингов, первым фактором является многоэтапность и разноформатность бизнес-тренинга, т.е. демонстрация отдельных, наиболее ярких элементов тренинговой программы, также демонстрация индивидуальной особенности работы тренера. Вторым этапом является совмещение жанров: тренинг, коучинг, консалтинг, считается что бизнес-тренинги направлены на отработку конкретных навыков и не подразумевают глубокого индивидуального подхода к студенту. При комплексном подходе, вероятность точно и правильно донести материал значительно выше. Следующим этапом является модульный подход и диверсификация бизнес-тренинга, суть этапа разбить одну большую тему на отдельные, самостоятельные, завершённые по смыслу блоки, что позволит тщательно прорабатывать каждый из них. Последним этапом является использование информационных технологий для облегченного усвоения материала студентами, они позволяют погрузить студентов информационно-образовательную среду, повысить качество

образования, мотивировать процессы восприятия информации и получения знаний.

Рассмотрели бизнес-тренинг, проводимый преподавателем «Челябинского юридического колледжа» на тему: «Продажа целевого потребительского кредита», а также рассмотрено классическое лекционное занятие. Участвовали: 1 тренер-преподаватель дисциплины, 1 группа из 20 студентов, после чего был проведен срез знаний, в котором студентам было необходимо ответить на ряд вопросов, а также сопоставить возражение и аргумент по этапу продаж «Работа с возражениями».

При проверке упражнения было выявлено, что из 20 студентов правильно выполнили задание на «отлично» 11 студентов, 7 из 20 студентов получили отметку «хорошо», 1 студент выполнил задание и получил отметку «удовлетворительно» и 1 студент получил отметку «неудовлетворительно», исходя из приведенных данных можно сделать вывод о том, что благодаря проведенному тренингу большинство студентов усвоили знания и получили положительные оценки.

Для сравнения рассмотрели занятие, проводимое без применения бизнес-тренинга, на тему: «Порядок предоставления кредита».

В занятии участвовали: преподаватель дисциплины и 1 группа из 20 студентов, затем преподаватель провел опрос по пройденному материалу, на который студенты дали письменный ответ.

По результатам проверки упражнения выявлено, что из 20 студентов правильно выполнили задание на «отлично» 15 студентов, 4 из 20 студентов получили отметку «хорошо», 1 студент выполнил задание и получили отметку «удовлетворительно» и 0 студентов получили отметку «неудовлетворительно», исходя из выше представленных данных можно сделать вывод о том, что уровень усвоения знаний и информации при проведении лекции ниже, чем при проведении бизнес-тренинга.

В ходе исследования выявлено, что необходимо изучать как минимум еще одну тему данного курса «Организация кредитной работы» с применением тренинга.

Далее был разработан бизнес-тренинг на тему «Эффективные продажи», а также проведен срез полученных знаний.

Выявлено, что из 20 студентов правильно выполнили задание на «отлично» 15 студентов, 4 из 20 студентов получили отметку «хорошо», 1 студент выполнил задание и получили отметку «удовлетворительно» и 0 студентов получили отметку «неудовлетворительно» что говорит о том, применение бизнес-тренингов является эффективным методом обучения. Уровень знаний студентов закрепился на достаточно высоком уровне, благодаря проведенному бизнес-тренингу, который помог детально разобрать каждый из этапов продаж, что позволило студентам освоить данную тему. Рассматривая бизнес-тренинг преподавателя экономической дисциплины Профессионального образовательного учреждения НОУ СПО «Челябинский юридический колледж» и нами разработанный бизнес-тренинг, можно сделать вывод о том, что по итогам проведения тренингов, уровень знаний студентов выше, чем при проведении классического лекционного занятия, что говорит о эффективности тренингов.

Таким образом, весь комплекс мер, предложенный для продвижения бизнес-тренингов на современном рынке образовательных услуг, поможет добиться высокого уровня знаний студентов и профессионализма.

## Заключение

Подводя итоги проведенного исследования и практической работы, согласно поставленной цели и сформулированным задачам можно сделать ряд выводов.

Во-первых, При изучении современных интерактивных технологий выявлено, что основным документом, системы основных параметров, которые применяются в качестве государственной нормы образования, отражающие образовательные идеалы и учитывающие возможности реальной личности, является Федеральный образовательный стандарт. Нормы и требования, установленные стандартом понимаются как эталон результатов образования. Стандарты определяют обязательный минимум содержания основных образовательных программ, максимальный объем учебной нагрузки обучающихся, требования к уровню подготовки выпускников. Документами, определяющими содержание образования всех уровней и направленности, являются образовательные программы. Основными задачи образовательных программ выступают: формирование общей культуры личности, адаптация личности к жизни в обществе, создание основ для осознанного выбора профессии и освоения профессиональных образовательных программ. В Российской Федерации образовательными программами выступают: общеобразовательные и профессиональные. Официальным документом, отражающим объем и содержание обучения является учебный план. Рабочий учебный план разрабатывается в конкретной образовательной организации на основе регионального компонента, с учетом выбранной специализации и требований местного компонента образовательного стандарта.

А также выявлено, что интерактивное обучение представляет собой взаимодействие преподавателя и студента, в ходе которого, информация усваивается эффективнее в том случае, если она подана как реальное упражнение или хорошая имитация ситуации, которая может возникнуть на

практике. Обучение с использованием интерактивных образовательных технологий предполагает отличную от привычной логику образовательного процесса: не от теории к практике, а от формирования нового опыта к его теоретическому осмыслению через применение. Одним из средств, позволяющих приблизиться к достижению данных целей, выступают интерактивные формы проведения учебных занятий.

На сегодняшний день от преподавателей экономических дисциплин требуется целенаправленное использование активных и интерактивных методов обучения, тестовых заданий, приемов проблемного обучения и т. д., чтобы через активную познавательную деятельность студенты анализировали и постигали противоречивые процессы рыночных преобразований.

Для того чтобы студенты познавали не только теоретические основы экономических дисциплин, но и их прикладной характер, необходимо использовать наряду с традиционными формами и методами обучения (лекции, семинарские занятия, лабораторные работы и т. д.), активные и интерактивные методы обучения, такие как ролевые и деловые игры, навыковые тренинги, проблемные ситуации и многое другое.

Предназначение интерактивных форм проведения занятий заключается в том, чтобы организовать деятельность студентов по совместному поиску знаний. Процессы взаимодействия должны способствовать не только более интересному способу овладения учебной информацией, но и постоянному осмыслению каждым студентом особенностей своей системы знаний, своих мыслительных схем. Интерактивные методы обучения выступают важнейшими инструментами совершенствования подготовки студентов. Среди активных и интерактивных методов обучения выделяют: дискуссионные методы проведения занятия, методы проблемного обучения, дидактические игры, круглый стол, мозговая атака и тренинги. Определено, что экономическое образование является одним из важнейших условий успеха в современной жизни. Однако для того, чтобы студенты освоили

достаточно сложный экономический материал, необходимо сформировать у них интерес к изучаемой дисциплине, т. е., принимая во внимание цели обучения, педагог с особой ответственностью должен подходить к методике преподавания экономических дисциплин – совокупности методов и приемов практической деятельности, приводящей к заранее планируемому результату. На сегодняшний день от преподавателей экономических дисциплин требуется целенаправленное использование активных и интерактивных методов обучения, тестовых заданий, приемов проблемного обучения и т. д., чтобы через активную познавательную деятельность студенты анализировали и постигали противоречивые процессы рыночных преобразований.

Выявлено, что бизнес-тренинг является интерактивным методом обучения, отсюда следует, что в отличие от лекций, тренинг нацелен на осознание нового и на практическое применение этих новых знаний. При организации учебных тренингов преподаватель может встретиться с трудностями. Для студента тренинг, как способа углубления их личностно-профессиональных качеств; ограниченные временные рамки учебного занятия не дают возможности полностью реализовать все принципы тренинговых занятий как формы активного социального обучения. Исходя из календарных сроков прохождения той или иной темы курса каждое последующее занятие отсрочено по времени от предыдущего, поэтому наблюдается сложность в закреплении полученных знаний. В ходе изучения теоретического материала выявлено, что бизнес-тренинг является эффективным способом обучения, посредством которого студент усваивает новые понятия и получает возможности их практического применения.

В рамках решения второй задачи необходимо отметить, что на сегодняшний день, экономическое образование – одно из важнейших условий успеха в современной жизни. Однако для того, чтобы студенты освоили достаточно сложный экономический материал, необходимо сформировать у них интерес к изучаемой дисциплине, т. е., принимая во

внимание цели обучения, педагог с особой ответственностью должен подходить к методике преподавания экономических дисциплин – совокупности методов и приемов практической деятельности, приводящей к заранее планируемому результату. Для того чтобы студенты познавали не только теоретические основы экономических дисциплин, но и их прикладной характер, необходимо использование наряду с традиционными формами и методами обучения (лекции, семинарские занятия, лабораторные работы и т. д.), активные и интерактивные методы обучения, такие как ролевые и деловые игры, навыковые бизнес-тренинги и проблемные ситуации.

Одной из распространенных сегодня интерактивных форм обучения в профессиональных образовательных учреждениях является бизнес-тренинг, т.к он признан не только эффективным методом подачи материала, но и его более глубокого и точного усвоения и закрепления.

В рамках задачи разработки бизнес-тренинга по дисциплинам экономического цикла выявлено, что в силу специфики экономических дисциплин процесс разработки бизнес-тренинга является сложным и многозадачным.

Разработанный бизнес-тренинг «Эффективные продажи» по дисциплине экономического цикла «Организация кредитной работы» в рамках изучения раздела «Организация отдельных видов кредитования» вызвал у студентов интерес, все принимали активное участие в бизнес-тренинге.

Была проведена беседа с преподавателями экономических дисциплин в Образовательном учреждении «Челябинский юридический колледж» нами на тему: «Как вы относитесь к тренингам в образовательной деятельности?» и «Используете ли вы тренинги в своей деятельности?» были выявлены следующие причины неиспользования тренингов, такие как:

1. Нехватка опыта разработки бизнес-тренингов по дисциплинам экономического цикла.



2. Нехватка времени для изучения технологии разработки бизнес-тренингов по дисциплинам экономического цикла.

3. Размытие профессиональной специализации бизнес-тренера (преподавателя) дисциплины.

4. Стремление к быстрому результату без вклада.

5. Отсутствие посттренингового сопровождения.

Был разработан комплекс мер для продвижения бизнес-тренингов:

1. Многоэтапность и разноформатность представления бизнес-тренингов.

2. Совмещение жанров.

3. Модульный подход и диверсификация бизнес-тренингов.

4. Использование информационных технологий.

В ходе исследования выявлено, что необходимо изучать как минимум еще одну тему данного курса «Организация кредитной работы» с применением тренинга.

Далее был разработан бизнес-тренинг на тему «Эффективные продажи», а также проведен срез полученных знаний.

Выявлено, что из 20 студентов правильно выполнили задание на «отлично» 15 студентов, 4 из 20 студентов получили отметку «хорошо», 1 студент выполнил задание и получили отметку «удовлетворительно» и 0 студентов получили отметку «неудовлетворительно» что говорит о том, применение бизнес-тренингов является эффективным методом обучения.

Таким образом, весь комплекс мер, предложенный для продвижения бизнес-тренингов на современном рынке образовательных услуг поможет добиться высокого уровня знаний студентов и профессионализма.

С помощью использования данного комплекса мер для продвижения бизнес-тренингов на современном рынке образовательных услуг можно добиться высокого уровня усвоения информации студентами, а также позволит преподавателю тренинга повысить качество образования, мотивировать процессы восприятия информации и получения знаний.

## Список используемой литературы

1. Абель, Э., Бернанке, Б. Макроэкономика [Текст] / Э. Абель, Б. Бернанке. - 2-ое изд. Санкт-Петербург: Питер, 2010. - 768 с.
2. Абрамова, М.А., Александрова, Л.С. Экономическая теория [Текст] / М.А. Абрамова, Л.С. Александрова - Москва: Юриспруденция, 2011. - 653 с.
3. Агапова, Т.А., Серегина, С.Ф. Макроэкономика [Текст] / Т.А. Агапитова, С.Ф. Серегина. - Москва: Дело и сервис, 2011. - 416 с.
4. Аверченков, И.А. Стратегии конкурентной борьбы [Текст] / И.А. Аверченков. – Москва, 2008. – 44 с.
5. Акбашев, Т.Ф. Педагогическое проектирование [Текст] / Т.Ф. Акбашев. – Ростов на Дону, 1994. – 17 с.
6. Алексейчук, Н.Е., Ковнир, В.Н. Экономическая теория: пособие для вузов [Текст] / Ковнир В.Н., Алексейчук Н.Е. - Москва: Юрайт, 2012. - 379 с.
7. Анисимов, А.А. Макроэкономика: пособие для вузов [Текст] / Артемьев Н.В. - Москва: Юнити-Дана, 2010. - 600 с.
8. Артамонов, В.С. Экономическая теория: пособие для вузов [Текст] / В.С. Артамонов, Попов А.И. - Санкт-Петербург: Питер, 2010. – 528 с.
9. Арутюнова, Г.И. Экономическая теория для студентов вузов. Учебник [Текст] / Г.И. Арутюнова.- Москва: Международные отношения, 2003. - 368 с.
10. Ачаповская, М.З. Экономическая теория [Текст] / М.З. Ачаповская. - Минск: ФУАинформ, 2010. - 431 с.
11. Аширов, Ф.Х. Основы экономической теории и практики [Текст] / Ф.Х. Аширов. - Москва: РУДН, 2015. - 407 с.
12. Базелер, У. Основы экономической теории: принципы, проблемы, политика [Текст] / У. Базелер.- Санкт-Петербург: издательство «Питер», 2014. - 800 с.
13. Базилов, А.А. Экономическая теория: курс лекций [Текст] / А.А. Базилов - Москва: ИНФРА-М, 2015.- 288с.

14. Бакли, Р., Кэйпл, Дж. Теория и практика тренинга [Текст] / Р. Бакли, Дж. Кэйпл.- Санкт-Петербург: Питер, 2012. – 352 с.
15. Вачков И.В. Основы технологии группового тренинга [Текст] / И.В. Вачков.- Москва: Издательство "Ось-89", 2010. - 446 с.
16. Вербицкий, А.А. Методы обучения: Традиции и Инновации [Текст] / А. А. Вербицкий. – Москва, 2015. – с. 10.
17. Гладких, И.В. Разработка учебных кейсов [Электронный ресурс] / И.В. Гладких. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/492846>.
18. Гнатышина, Е.А. Подготовка педагогов профессионального обучения: опыт и перспективы [Текст] / Е.А. Гнатышина. – Челябинск, 2006 – 34 с.
19. Гнатышина Е.В. Модель формирования профессионального творческого потенциала студентов [Текст] / Е. В.Гнатышина. – Челябинск, 2015 – 48.
20. Давыдов, В.В. Российская педагогическая энциклопедия в 2 томах [Текст] / В.В. Давыдов. - Москва: Научное издательство «Большая Российская Энциклопедия», 2013. - 284 с.
21. Евплова Е.В. Методика профессионального обучения: учебно-методическое пособие [Текст] / Е.В. Евплова, Е.В. Гнатышина, И.И. Тубер. – Челябинск, 2015. – 159 с.
22. Евплова Е.В. Методика преподавания экономических дисциплин [Текст] / Е.В. Евплова. – Челябинск, 2015. – 108 с.
23. Емельянов, Ю., Поварницина С. Психология бизнеса [Текст] / Ю. Емельянов, С. Поварницина. - Москва: «Армада», 2011. - 309 с.
24. Заир-Бек, Е.С. Основы педагогического проектирования [Текст] / Е.С. Заир-Бек. – Санкт-Петербург, 1995. – с. 89.
25. Зимняя, И.А. Педагогические технологии [Текст] / И.А. Зимняя. – Ростов на Дону, 1997. – с. 477.
26. Калабин, А.А. Как продать себя... подороже [Текст] / А.А. Калабин. - Москва: Эксмо, 2016. – 192 с.

27. Коджаспирова, Г.М. Педагогика в схемах, таблицах и опорных конспектах [Текст] / Г.М. Коджаспирова. - Москва: Айрис-пресс, 2016. - 256 с.

28. Корнеев, Д.Н. Практико-ориентированная подготовка будущих менеджеров в профессиональной деятельности [Текст] / Д.Н. Корнеев. – Челябинск, 2004. – 84 с.

29. Ламитов, Н.К. Педагогический энциклопедический словарь [Текст] / В.М. Юмалинов. - Москва: Большая Российская энциклопедия, 2013. - 214 с.

30. Малышева, Т. В. Влияние методов интерактивного обучения на развитие коммуникативной компетенции учащихся [Текст] / Т.В. Малышева -Учитель в школе, 2010. - 17 с.

31. Мамирова, К. Н. Принципы и формы организации интерактивного обучения [Текст] / К.Н. Мамирова - География и экология в школе XXI века, 2010. - 23 с.

32. Морева, Н.А. Современная технология учебного занятия [Текст] / Н.А. Морева. - Москва: Просвещение, 2015. - 158 с.

33. Моржова, Ю.А. Педагогическая технология проведения учебных занятий в вузе [Текст] / Ю.А. Моржова. - Москва: Просвещение, 2013. – 263 с.

34. Никандрова, Н. Д Менеджмент, маркетинг и экономика образования : учеб. пособие [Текст] / А. П. Егоршина. - Н.Новгород: НИМБ, 2014. - 526 с.

35. Никитина, Н.Н. Введение в педагогическую деятельность: Теория и практика. [Текст] / Н.Н. Никитина, Н.В. Кислинская. - Москва: «Академия», 2014. - 224 с.

36. Никоренко, А.П. Педагогическая деятельность: Курс лекций [Текст] / А.П. Никоренко. - Санкт-Петербург: «Питер», 2012. - 136 с.

37. Ноздрева, Р.Б. Международный маркетинг [Текст] / Р.Б. Ноздрева. – Москва, 2005. – 990 с.

38. Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании [Текст] / Е.Р. Орлова. - Москва-М, 2012. - 152 с.
39. Осалина, Е.Р. Бизнес-планирование [Текст] / Е.Р. Осалина.- Москва: Омега-Л, 2013. - 376 с.
40. Панов В.Н. Бизнес-планирование [Текст] / В.Н. Панов, С.И. Ляпунов. - Москва: Финансы и статистика, 2009. - 246 с.
41. Пашков., А. Г. Педагогика профессионального образования: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений [Текст] / П. Белозерцев, А. Д. Гонеев. - Москва: Издательский центр «Академия», 2010. - 307 с.
42. Петрищева, К.И. Бизнес-план как основа управления предприятием [Текст] / К.И. Петрищева.- Москва: Омега-Л, 2010. - 236 с.
43. Петухова, С.В. Бизнес-планирование [Текст] / С.В. Петухова. - Москва: Омега-Л, 2015. - 236 с.
44. Пидкасистого, П. И. Педагогика: учеб. пособие для студентов педагогических вузов и педагогических колледжей [Текст] / П. И. Пидкасистого. - Москва: Педагогическое общество России, 2011. - 274 с.
45. Питюков, В.Ю. Основы педагогической технологии. Учебно-методическое пособие [Текст] / В.Ю. Питюков. - Москва: Изд-во «Гном и Д», 2010. - 283 с.
46. Платонова , Н.А. Планирование деятельности предприятия [Текст] / Н.А Платонова, Т.В. Харитонова. - Москва: Дело и сервис, 2015. - 432 с.
47. Плеханов, Р.Н. Образование в России [Текст] / Р.Н. Плеханов. - Москва: Дело и сервис, 2013. - 168 с.
48. Попкова, Р.Ю. Управление образованием [Текст] / Р.Ю. Попкова. - Москва: Финансы и статистика, 2014. - 198 с.
49. Прутченков,. А. С. Школа жизни [Текст] / А.С. Прутченков. – Москва, 2013. - с. 48.

50. Роботова, А.С. Введение в педагогическую деятельность [Текст] / Роботова А.С., Леонтьева Т.В., Шапошникова И.Г. - Москва: Академия, 2012. - 208 с.
51. Саакян, Б. А. Современная экономика образования: теория, практика и методология: научно-методическая разработка [Текст] / Б. А. Саакян, А. А. Кольцова. - Санкт-Петербург: Книжный дом, 2008. - 272 с.
52. Селевко, Г.К. Современные образовательные технологии [Текст] / Г.К. Селевко. - Москва, 2008. - 293 с.
53. Слостенин, В.А. Педагогика: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений [Текст] / В.А. Слостенин, И.Ф. Исаев, Е.Н. Шиянов. - Москва: Академия, 2009. - 182 с.
54. Тарануха, Ю.В. Микроэкономика [Текст] / Ю.В. Тарануха. - Москва: Дело и сервис, 2009. - 608 с.
55. Тарасевич, Л.С. Экономика: учебник для вузов по неэкон. спец. [Текст] / Л.С. Тарасевич.- Москва: ИНФРА-М, 2010. - 265 с.
56. Трунин, С.Н. Макроэкономика. Учебное пособие [Текст] / С.Н. Трунин. - Москва: Финансы и статистика, 2014. - 312с.
57. Тургалин, Г.Т. Педагогический словарь [Текст] / С.Ю. Калинина. - Москва: Большая Российская энциклопедия, 2013. – с. 113.
58. Фишер, С. Экономика [Текст] / Фишер С. - Москва: Дело, 2013. 864 - с.
59. Фридман, А.А. Лекции по курсу микроэкономики продвинутого уровня [Текст] / А.А. Фридман. - Москва: ГУ ВШЭ, 2016. - 375 с.
60. Янбарисов, Р.Г. Экономическая теория [Текст] / Р.Г. Янбарисов - Москва: Форум, 2015. - 624 с.