

На правах рукописи



**ГОЛИКОВА ОЛЬГА ГЕОРГИЕВНА**

**ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ  
КУЛЬТУРЫ У СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ТОРГОВО-  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ**

**13.00.08 – теория и методика профессионального образования**

**АВТОРЕФЕРАТ**

**диссертации на соискание ученой степени  
кандидата педагогических наук**

**Челябинск – 2013**

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Челябинский государственный педагогический университет»

- Научный руководитель:** доктор педагогических наук, профессор  
**Гнатышина Елена Александровна**
- Официальные оппоненты:** доктор педагогических наук, профессор,  
профессор кафедры менеджмента, начальник научно-методического управления  
ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный технический университет»  
**Назарова Ольга Леонидовна**
- доктор педагогических наук, доцент кафедры маркетинговых коммуникаций  
ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (Национальный исследовательский университет)  
**Семенова Лидия Михайловна**
- Ведущая организация:** ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет, г. Екатеринбург

Защита состоится 17 декабря 2013 г. в 10 часов на заседании диссертационного совета Д 212.295.01, созданного на базе ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный педагогический университет» (454080, г. Челябинск, пр. Ленина, 69, ауд. 116).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный педагогический университет».

Автореферат разослан 15 ноября 2013 года.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
доктор педагогических наук,  
профессор



Н.В. Уварина

## Общая характеристика исследования

В условиях изменяющейся социально-экономической, культурной парадигмы, развития научно-технического прогресса формируется новый статус выпускника высшей школы, аккумулирующий в себе высокий уровень профессионализма, культуры труда, экономической образованности, адаптивности, выносливости, гуманистической направленности. Возрождение российского малого и среднего предпринимательства является залогом успешного развития экономики страны, способствует укреплению государственного социально-экономического статуса на международной арене. Как известно, экономическая политика становится эффективной, если предприниматели владеют высоким уровнем профессиональной, предпринимательской культуры. Цивилизованный бизнес может осуществляться только морально зрелым и ответственным человеком, который способен обеспечить духовными и материальными благами себя, свое близкое окружение и свой народ. В этой связи актуализируется проблема формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля, повышается интерес у представителей широкой общественности к этому феномену. Особенно остро и своевременно эта проблема стоит перед представителями педагогического сообщества, поскольку необходимость ее решения зафиксирована в основных нормативных документах современного образования (Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации», Национальной доктрине образования в Российской Федерации, Федеральных государственных образовательных стандартах по направлениям «Менеджмент», «Торговое дело», «Экономика»).

Анализ современной теории и практики обучения высшей школы показывает, что задачи подготовки специалиста обновляются и требуют углубленного изучения процесса профессиональной подготовки студентов.

Так, проблемы, связанные с профессиональной подготовкой будущего специалиста рассматривались В.И. Андреевым, А.А. Вербицким, Н.М. Яковлевой и др. Вопросы формирования культуры специалиста освещались в научных трудах А.В. Барабанщикова, Н.Б. Крыловой, Е.М. Михеева, В.А. Сластенина и др. Разработкой педагогических технологий общения при подготовке студентов к предпринимательской деятельности занимались О.Б. Блинов, О.С. Виханский, Л. Портер, Б.А. Райзберг, В.Д. Симоненко, Дж. Тиммонс, А.Н. Фомин и др. В научных трудах экономистов: М. Альберта, П. Друкера, Р. Кантильона, Б. Карлофа, Ф. Котлера, М.Х. Мескона, Ф. Найта, Л. Роджерса, А. Смита, Ж.Б. Сэя, Ф. Филка, Ф. Хайека, Ф. Хедури, Р. Хизрича, Й. Шумпетера и др. анализируется круг вопросов, связанных с профессиональной экономической подготовкой специалиста. Проблемы нравственной философии, этики бизнеса, культуры предпринимательской деятельности, организационной культуры, этикета исследуют Л.М. Базавлуцкая, А.В. Беребердин, Н.Х. Бикметова, С.Е. Брулев, И.В. Брызгалов, А.В. Бухаров, И.В. Войтов, Е.А. Журавлева, Г.М. Золотарева, Г.Б. Кошарная, Н.В. Маланичева, Р. Рюттингер, Э.А. Уткин и др.

Несмотря на значительный интерес, проявленный учеными и исследователями в области профессиональной культуры, весомость полученных результатов, проблема формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля представляется нам мало изученной. Основными причинами этого являются:

- недостаточное понимание роли предпринимательской культуры как комплексного феномена, требующего специально организованных мер по его формированию и имеющего значительный потенциал в реализации социального заказа общества на специалистов торгово-экономического профиля;

- неразработанность педагогических основ процесса формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля, отражающих его природу, сущность и возможности ее совершенствования;

- формальный подход к процессу формирования предпринимательской культуры у студентов, состоящего в подмене системных воздействий по профессиональному становлению будущих специалистов, использованием отдельных случайных процедур, дающих лишь общее представление о сущности предпринимательской культуры специалиста торгово-экономического профиля;

- неразработанность содержательного и методико-технологического аспектов формирования предпринимательской культуры у студентов в условиях их профессиональной подготовки;

- несоответствие уровня развития технологии измерения и оценивания результатов формирования предпринимательской культуры у студентов современным требованиям оценки качества в образовательной сфере.

Таким образом, **актуальность настоящего исследования определяется:**

- гуманистической направленностью образовательного процесса и эволюционными тенденциями в профессиональном образовании, связанными с необходимостью подготовки специалистов торгово-экономической сферы деятельности;

- интеграцией Российского образования в мировое образовательное пространство в рамках Болонских соглашений;

- острой потребностью государства и бизнеса на макро-, мезо- и микроуровнях в специалистах с высоким уровнем предпринимательской культуры;

- недостаточной теоретической и практической изученностью проблемы формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля;

- слабой разработанностью технологического аппарата измерения и оценивания эффективности процесса формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля.

На основании анализа существующих исследований, государственных образовательных стандартов, учебных планов и программ подготовки

специалистов, а также собственного поиска в данном направлении была сформулирована **проблема** исследования. Ее суть заключается в необходимости разрешения **противоречия** между возросшей потребностью государства и бизнеса в качественной подготовке высококвалифицированных специалистов, обладающих предпринимательской культурой и недостаточной теоретико-методологической и методико-технологической разработанностью путей ее формирования.

Важность и актуальность рассматриваемой проблемы послужили основанием для выбора **темы** исследования: «**Формирование предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля**».

**Цель исследования** – разработать, обосновать и реализовать систему формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля, а также выявить и проверить педагогические условия ее эффективного функционирования.

**Объект исследования** – профессиональная подготовка студентов вузов торгово-экономического профиля.

**Предмет исследования** – процесс формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля.

В основу исследования положена **гипотеза**, согласно которой процесс формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля будет эффективным, если:

во-первых, он будет осуществляться в соответствии с системой, которая:

- разработана на основании системно-деятельностного, аксиологического и культурологического подходов;
- представляет собой интеграцию двух базовых подсистем: концептуальной и процессуально-технологической;
- включает мотивационно-целевой, организационно-технологический и верификационно-корректирующий компоненты;
- характеризуется открытостью, комплексностью, вариативностью, многофункциональностью, гуманистической и профессиональной направленностью; реализуется с учетом принципов научности, упорядоченного, систематизированного и взаимосоотнесенного обучения специальности в условиях моделируемой на учебных занятиях деятельности, коммуникативности, технологичности, целостности, динамичности;

во-вторых, будет выявлен и обеспечен в процессе подготовки студентов комплекс педагогических условий, включающий:

- а) создание мотивационно-стимулирующей среды;
- б) коммуникативно-диалоговое взаимодействие субъектов учебно-воспитательного процесса на основе тьюторства;
- в) включение студентов в коучинг в процессе учебной и производственной практики.

Исходя из цели и гипотезы, были определены **задачи исследования**:

1. Представить результаты историко-педагогического анализа проблемы формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля, проанализировать ее современное состояние в педагогической теории и практике, выявить пути разрешения данной проблемы.

2. Осуществить анализ содержания понятий «культура», «профессиональная культура» и «предпринимательская деятельность» в научной литературе и на их основе уточнить сущность и содержание понятий «предпринимательская культура специалиста торгово-экономического профиля» и «формирование предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля», сформулировать их дефиниции.

3. Определить наиболее продуктивные теоретико-методологические подходы к исследуемой проблеме и на их основе разработать и реализовать педагогическую систему формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля.

4. Выявить и экспериментально проверить комплекс педагогических условий ее успешного функционирования.

5. Разработать учебно-методические рекомендации по формированию предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля.

**Теоретико-методологической основой** исследования являются следующие идеи и положения, разработанные в теории: системного (Л.фон Берталанфи, И.В. Блауберг, К. Боулдинг, В.Н. Садовский, Э.Г. Юдин и др.); деятельностного Л.П. Буева, М.В. Демин, Н.В. Кузьмина, В.А. Лекторский, В.А. Сластенин и др.); аксиологического (А.Г. Здравомыслов, Л.Н. Коган, Д.А. Леонтьев, И.С. Ломкина и др.); культурологического (В.С. Библер, В.В. Гура, М.С. Каган, Н.Б. Крылова, Г.И. Ловецкий, Э.С. Маркарян и др.) подходов; формирования личности предпринимателя (Б. Карлоф, Ф. Котлер и др.); профессионального и профессионально-экономического образования (А.Ф. Аменд, Е.А. Гнатышина, И.А. Сасова, В.А., Л.М. Семенова, Сластенин, Н.П. Рябинина, Н.М. Яковлева и др.); мотивации (К. Альдерфер, Д. Макгрегор, А. Маслоу, Ф. Герцберг и др.); педагогических систем (С.И. Архангельский, В.П. Беспалько, Ю.А. Конаржевский, Н.В. Кузьмина, Н.О. Яковлева и др.); формирования ценностных ориентаций (Н.К. Берзина, А.В. Кирьякова, З.И. Равкин, А.А. Ручка, В.А. Сластенин и др.); профессиональной культуры (Л.М. Базавлущая, Н.Х. Бикметова, Е.В. Евплова, А.В. Скородумов, Т.Ю. Сурнина и др.); образовательной среды (Ю.С. Мануйлов, З.И. Тюмасева, В.А. Ясвин и др.); тыторства (Г.А.Герцог, Н.А. Костина, Т.Ю. Сурнина, Г.В. Щагина и др.); организации коучинга (С.Е. Брулев, А.В. Скородумов и др.); педагогического сопровождения (Е.М. Муравьев, О.Л. Назарова, Б.И. Сарсенбаева, Г.И. Симонова и др.); педагогического эксперимента (Дж. Гласс, Д. Кэмпбелл, Дж. Стэнли, Е.В. Яковлев и др.).

Цель и задачи исследования обусловили использование теоретических и эмпирических методов исследования. Теоретические методы: ана-

лиз нормативных документов об образовании; историко-педагогический анализ; теоретико-методологический анализ; понятийно-терминологический анализ; системный анализ; моделирование. Эмпирические методы: эксперимент, включающий три этапа: констатирующий, формирующий, контрольно-оценочный; наблюдение, анкетирование, тестирование, экспертная оценка и самооценка; статистические и квалиметрические методы обработки данных и проверки выдвигаемых гипотез.

Экспериментальная работа осуществлялась в три этапа с 2009 года в Челябинском институте (филиале) Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российский государственный торгово-экономический университет», в Челябинском филиале Российской Академии предпринимательства.

Всего исследованием на констатирующем и формирующем этапах экспериментов охвачено 289 студентов и 52 преподавателя.

На **первом этапе** – (2009-2010 гг.) проводилось исследование проблемы формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля на базе высшей школы, определение ее актуальности, изучалась и анализировалась философская, социологическая и психолого-педагогическая литература, диссертационные работы по исследуемой проблеме, опыт работы в этом направлении. На этом этапе был разработан понятийный аппарат, сформулирована рабочая гипотеза, цель и задачи, проведен констатирующий этап эксперимента по оценке состояния проблемы и выявлению возможностей и перспектив ее решения в условиях торгово-экономического образования.

На **втором этапе** – (2010-2012 гг.) осуществлялся поиск теоретико-методологических подходов к исследованию проблемы формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля. Было дано теоретическое обоснование выбора методологических подходов, формулировались их ключевые позиции, детерминировались особенности и принципы изучаемого процесса, устанавливались межпредметные связи, обеспечивающие формирование необходимого уровня предпринимательской культуры. На основе выявленных подходов разрабатывалась педагогическая система формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля. Данный этап включал апробацию отдельных элементов системы и всю систему в целом, а также выявление и создание условий успешного ее функционирования. Полученные результаты сравнивались с исходным уровнем предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля, что позволило выявить динамику формирования и развития исследуемого процесса.

**Третий этап** (2012-2013 гг.), в рамках которого подводился итог сделанной работы, внедрялись в практику результаты исследования формирования предпринимательской культуры у студентов. На этом этапе уточнялись теоретико-экспериментальные выводы, обобщались, систематизировались и описывались полученные результаты, оформлялся текст диссертационного

исследования, а также проводилась работа по внедрению результатов исследования в практику работы высшей школы.

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Необходимость формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля обусловлена возросшими требованиями к уровню их профессиональной подготовки, экономической и социокультурной политики, а также недостаточной разработанностью исследуемой проблемы в педагогической теории и практике.

2. Предпринимательская культура специалиста торгово-экономического профиля – это вид его профессиональной культуры, обеспечивающий успешное осуществление деятельности по руководству людьми и получению прибыли, на основе ценностей цивилизованного бизнеса.

3. Комплексность изучения проблемы формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля обеспечивается совокупностью системно-деятельностного, аксиологического и культурологического подходов.

4. Формирование предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля обеспечивается реализацией педагогической системы, интегрирующей концептуальную и процессуально-технологическую (мотивационно-целевой, организационно-технологический и верификационно-корректирующий компоненты) подсистемы; характеризующейся открытостью, комплексностью, вариативностью, многофункциональностью, гуманистической и профессиональной направленностью; реализующейся с учетом принципов научности, упорядоченного, систематизированного и взаимосоотнесенного обучения специальности в условиях моделируемой на учебных занятиях деятельности, коммуникативности, технологичности, целостности, динамичности.

5. Для обеспечения эффективного функционирования педагогической системы формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля в рамках профессиональной подготовки необходимо соблюдение комплекса педагогических условий, включающего: создание мотивационно-стимулирующей среды; коммуникативно-диалоговое взаимодействие субъектов учебно-воспитательного процесса на основе творчества; включение студентов в коучинг в процессе учебной и производственной практики.

Защищаемые положения определяют научную новизну, теоретическую и практическую значимость настоящего исследования.

**Научная новизна** исследования заключается в следующем:

1. Определена теоретико-методологическая стратегия формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля – сочетание системно-деятельностного, аксиологического и культурологического подходов, обеспечивающая возможность комплексного теоретического изучения проблемы – разработку педагогической системы, соответствующей особенностям процесса формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля.



2. Определены блоки понятия предпринимательской культуры: когнитивный – контекстные знания; операциональный – умения и навыки в области предпринимательской деятельности; мировоззренческий, включающий установки, личностный – профессионально-значимые личностные качества, обеспечивающие успешную реализацию предпринимательской деятельности.

3. Разработана педагогическая система формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля, которая представляет собой интеграцию двух базовых подсистем: *концептуальной и процессуально-технологической*, включающей мотивационно-целевой, организационно-технологический и верификационно-корректирующий компоненты; характеризуется открытостью, комплексностью, вариативностью, многофункциональностью, гуманистической и профессиональной направленностью и реализуется с учетом принципов научности, упорядоченного, систематизированного и взаимосоотнесенного обучения специальности в условиях моделируемой на учебных занятиях деятельности, коммуникативности, технологичности, целостности, динамичности.

4. Выявлен, теоретически обоснован и экспериментально проверен комплекс педагогических условий эффективного функционирования и развития педагогической системы формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля: создание мотивационно-стимулирующей среды; коммуникативно-диалоговое взаимодействие субъектов учебно-воспитательного процесса на основе тьюторства; включение студентов в коучинг в процессе учебной и производственной практики.

**Теоретическая значимость** исследования заключается в следующем:

- 1) представлен историко-педагогический анализ развития проблемы, раскрывающий историческое значение предпринимательской культуры для будущего предпринимателя;
- 2) осуществлен анализ роли формирования предпринимательской культуры у студентов, способствующий обогащению и обновлению содержания подготовки в вузах торгово-экономического профиля;
- 3) уточнены понятия «культура», «профессиональная культура» и «предпринимательская деятельность» и сформулировано авторское понятие «предпринимательская культура», «предпринимательская культура специалистов торгово-экономического профиля», «формирование предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля», которые расширили и систематизировали терминологическое поле профессиональной педагогики;
- 4) определены компоненты разработанной педагогической системы – мотивационно-целевой, организационно-технологический и верификационно-корректирующий, раскрывающие внутреннее строение и логику разветвления исследуемого процесса.

**Практическая значимость** определяется: 1) внедрением педагогической системы формирования предпринимательской культуры в практику

вуза; 2) реализацией педагогической системы в рамках профессиональной подготовки студентов; 3) разработкой критериев и уровней сформированности предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля; 4) разработкой педагогических задач, заданий, деловых и ролевых игр, обеспечивающих успешное формирование предпринимательской культуры; 5) определением и обоснованием наиболее эффективных форм, методов и средств формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля; 6) разработкой учебно-методических рекомендаций по формированию предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля. Материалы исследования могут быть использованы в массовой практике работы высших учебных заведений торгово-экономического профиля.

**Обоснованность и достоверность** исследования определяется: анализом современных научных достижений, выбором и реализацией комплекса теоретических и эмпирических методов, соответствующих цели, объекту, предмету и задачам исследования и репрезентативностью полученных экспериментальных данных, систематической проверкой результатов исследования на различных этапах экспериментальной работы, количественным и качественным их анализом, подтверждением гипотезы исследования его результатами, обработкой результатов эксперимента методами математической статистики с использованием вычислительной техники.

**Апробация и внедрение результатов** исследования осуществлялись посредством:

- выступлений на ежегодных научно-практических конференциях преподавателей Челябинского института (филиала) государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования Челябинского института Российского государственного торгово-экономического университета с общей тематикой «Экономика и социум на рубеже веков» (2002-2011 гг.), «Социально-экономические и культурные проблемы современной России» (Новосибирск, 2008), «Личностно-профессиональное развитие студентов с системе высшего профессионального образования» (Курск, 2008), «Современная торговля: теория, практика, инновации» (Пермь, 2008), ежегодных научно-практических конференциях по итогам научной работы преподавателей и аспирантов в ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный педагогический университет» (2007–2013 гг.);

- публикации результатов исследования; отчетов на заседаниях кафедры педагогики и психологии профессионального образования ФГБОУ ВПО ЧГПУ;

- работы в качестве заместителя декана факультета «Управление, коммерция и право» Челябинского института (филиала) государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российский государственный торгово-экономический университет»;

- ведения факультатива «Культура предпринимательства»;

- представления промежуточных результатов исследования на факультетах «Экономика и финансы» и «Управление, коммерция и право» в ЧИ (ф) ГОУ ВПО «РГТЭУ», в Российской Академии предпринимательства (Челябинский филиал).

Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав, общих выводов, заключения, списка литературы, приложений. Текст изложен на 211 машинописных страницах, содержит 34 таблицы, 31 рисунок, 4 приложения. Библиография включает 180 наименований, из них 14 – на иностранном языке.

### **Основное содержание диссертации**

Во **введении** обосновывается актуальность выбора темы исследования; выявляются противоречия и причины их обусловившие, определяются цель, объект, предмет исследования, его гипотеза и задачи, а также теоретико-методологическая основа, этапы, методы исследования; раскрывается научная новизна, теоретическая и практическая значимость исследования; формулируются положения, выносимые на защиту; приводятся сведения об апробации и внедрении результатов исследования.

В первой главе «Теоретические аспекты проблемы формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля» представлен историко-педагогический анализ развития проблемы формирования предпринимательской культуры, проанализировано современное состояние исследуемого феномена в педагогической теории и практике; интерпретированы основные понятия исследования; рассмотрены и проанализированы подходы отечественных и зарубежных ученых к проблеме исследования. В данной главе разработана педагогическая система формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля, а также выявлен и теоретически обоснован комплекс педагогических условий ее эффективного функционирования. Комплексное исследование проблемы формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля требует, в первую очередь, аналитического представления ее генезиса. В истории становления проблемы мы выделили три периода ее становления, учитывая *исторические реформы и становление профессионального (торгово-экономического) образования.*

*Первый период* (1917 год – начало 90 гг. XX века) связан с изменениями в политической жизни страны. Он характеризуется прерыванием и утратой традиций русского предпринимательства, негативным отношением к предпринимательству со стороны государства, отсутствием социального заказа на формирование личности предпринимателя, торговца, и, как следствие, отсутствием исследований по изучаемой нами проблеме. Попытки государства с помощью новой экономической политики (НЭП) восстановить хозяйство страны были обречены на провал. Понятия «предпринимательская деятельность», «коммерция», «предприниматель» – считались чуждыми социализму, советской торговле. Укоренившиеся административно-командные методы управления приводи-

ли к тому, что коммерческая работа в торговле подменялась в основном распределительными функциями. Развитие «теневых» хозяйственных структур вкупе с императивностью согласований между ведомствами и предприятиями создавало почву для развития теневой экономики. Отсутствие социального заказа на личность предпринимателя привело к стагнации торгово-экономического образования.

*Второй период* (начало 90-х гг. XX века и до 2000 года) – время перестройки социально-экономической системы государства, передел собственности. Осуществляются первые хаотичные попытки создания малого и среднего бизнеса, его руководства. Появляются первые исследования по изучению аспекта профессиональной культуры, культуры управления, организационной культуры, делового этикета (С.М. Вишнякова, М.Д. Вудко, С.Н. Поздняков, М.П. Сибирская, В.Г. Скатецкий и др.). Нормативная база профессионального образования регламентируется Законом РФ «Об образовании», «О высшем и послевузовском профессиональном образовании»; государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по специальности 061100 – «Менеджмент организации», 061500 «Маркетинг» и др.

*Третий период* (с 2000 года до настоящего времени) ознаменовался признанием огромной роли и значения предпринимательства в социально-экономическом развитии страны. Появляется и резко возрастает спрос государственных и коммерческих структур на выпускников специальностей «Менеджмент», «Торговое дело», «Экономика», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит». Государство и общество осознает необходимость формирования предпринимателей новой формации, соответствующих инновационному развитию экономики, аккумулирующих в себе высокий уровень профессионализма, культуры труда, экономической образованности, гуманистической направленности. Появляются диссертационные исследования по подготовке к предпринимательской деятельности и формированию культуры: (Н. К. Березина, С.Е. Брулев, Е.А. Журавлева, Г.М. Золотарева, Н.В. Капитонова, Г.Б. Кошарная, Н.В. Маланичева, Г.Б. Наследникова, А.В. Непомнящий, А.И. Смирнов и др.).

Историко-педагогический анализ позволил обосновать актуальность исследуемой проблемы в зафиксированном виде. Для представления авторского способа ее решения необходимо, прежде всего, систематизировать понятийный аппарат. В диссертационном исследовании проанализирована сущность понятия «профессиональная культура», «предпринимательская деятельность», дан ретроспективный анализ классиков экономической теории феномена предпринимательской деятельности (Р. Кантильон, А. Смит, Ж.Б. Сэй, А. Маршалл, Й.А. Шумпетер и др.), представлен контент-анализ воззрений современных авторов на изучаемую проблему (Е.В. Глущенко, В.П. Кушлин, М.Г. Лапуста, В.М. Мандрица, Б.А. Райзберг и др.); определены сущностные характеристики феномена «предпринимательская деятельность»; ее объект, цель, структура; описаны ее функции;

определена методологическая основа предпринимательской деятельности; выделены ее основные принципы.

Научный анализ ключевых понятий изыскания позволил уточнить понятие «профессиональная культура», как сложное интегративное личностное образование, включающее знания, умения и навыки, профессионально-значимые личностные качества и мировоззренческие установки, обеспечивающее эффективную профессиональную деятельность, основной ценностью которой является продуктивное преобразование профессиональной среды. Предпринимательскую культуру специалиста торгово-экономического профиля мы трактуем как вид его профессиональной культуры, обеспечивающий успешное осуществление деятельности по руководству людьми и получению прибыли, на основе ценностей цивилизованного бизнеса.

Под формированием предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля будем понимать целенаправленное педагогическое взаимодействие субъектов образовательного процесса по становлению знаний, умений и навыков предпринимательской деятельности, профессионально-значимых личностных качеств, мировоззренческих установок, интериоризированных личностью и необходимых для осуществления будущей деятельности по руководству людьми и получению прибыли.

Продуктивное формирование предпринимательской культуры требует разработки и реализации специальной педагогической системы. Данная система была разработана на основе системно-деятельностного, аксиологического и культурологического подходов, обладающих достаточным для этого исследовательским потенциалом. Выбор обозначенных подходов обусловлен необходимостью упорядочения процесса подготовки, построением соответствующей педагогической системы, формированием у студентов вузов торгово-экономического профиля установок, ориентированных на ценности цивилизованного бизнеса, спецификой исследуемого явления – предпринимательской культуры специалистов вузов торгово-экономического профиля.

Системно-деятельностный подход (Ю.К. Бабанский, В.П. Беспалько, М.В. Кларин и др.) выступает теоретико-методологической основой исследования, обеспечивает комплексное изучение исследуемой проблемы, позволяет рассмотреть данный процесс как педагогическую систему, а так же особенности деятельности преподавателя и студентов и их взаимодействие; аксиологический (В.Г. Лукьянов, Н.Р. Салихова, И.А. Фрейнкина и др.) и культурологический (К.Ю. Богачев, Г.И. Ловецкий, А.И. Смирнов и др.) подходы выступают теоретико-методологической стратегией исследования, обеспечивающей изучение формирования предпринимательской культуры как процесса освоения и присвоения предпринимательских ценностей, а также структурного наполнения самой предпринимательской культуры.

Разработанная на основе указанных подходов система формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля рассматривается нами как подсистема, функционирующая в рамках существующей системы профессионального образования. Она представляет собой интеграцию взаимосвязи структурных и функциональ-

ных компонентов и морфологически представлена в двух базовых подсистемах: а) *концептуальной* (законодательная, нормативно-правовая база, структура ПК, цели, ценности, законы, принципы, стандарты, программы); б) *процессуально-технологической* – (мотивационно-целевой, организационно-технологический и верификационно-корректирующий компоненты, включающие методы, средства, этапы, формы, педагогические задачи, действия, результаты).

*Мотивационно-целевой компонент* содержит мотивационно-целевые установки, реализуемые поэтапно с помощью методов, средств мотивации (пример, подача материала на основе применения теории социально-этического маркетинга, активизация мыслительной деятельности и др.). Данный компонент выполняет функции целеполагания – постановка цели в соответствии с этапами формирования предпринимательской культуры, создание у студентов целевых установок на ее формирование; мотивации – раскрытие творческого потенциала будущих предпринимателей в соответствии с потребностно-мотивационной сферой, ценностной ориентации – формирование и развитие мировоззренческих установок и убеждений, ценностного отношения к будущей профессиональной деятельности, активной позиции в социуме и бизнес-сообществе. Мотивационно-целевой компонент задает вектор направления реализации системы формирования предпринимательской культуры, выполняя ориентирующую функцию.

*Организационно-технологический компонент* предполагает усвоение студентами знаний, а также формирование умений и навыков, профессионально-значимых личностных качеств, необходимых для эффективного включения предпринимателя в бизнес-сообщество. Он включает нормативные, предусмотренные ГОСом и вариативные дисциплины: дисциплины по выбору; формы организации обучения: как внутривузовские (лекции, семинары, беседы, экскурсии и т. д.), так и практику: учебную и производственную (квазипрофессиональная деятельность, включение в коучинг); технологии активного обучения и инновационные средства формирования предпринимательской культуры: метод мозгового штурма, кейс-метод, технологии диагностирующего типа, технологии эмоционально-интеллектуального напряжения (заражения) для создания игровых проблемных ситуаций предпринимательского характера, предпринимательских задач и т. д. Этот компонент выполняет обучающую функцию, заключающуюся в умении педагога донести до студентов необходимые для их профессиональной деятельности знания и сформировать умения и навыки; воспитательную функцию, обеспечивающую формирование профессионально-значимых качеств личности, установок, ценностных ориентаций; конструкторскую функцию, определяющую содержание и направление процесса формирования предпринимательской культуры у будущих бизнесменов; организационную функцию, которая реализует и координирует программы и технологии формирования культуры предпринимательской деятельности.

*Верификационно-корректирующий компонент* предполагает осуществление верификации результатов на предмет их соответствия заданным

ориентирам, анализ и коррекцию выявленных отклонений. В результате мониторинга полученных результатов происходит корректировка осуществляемого процесса. Используя данный компонент, мы определили следующие критерии сформированности предпринимательской культуры: контекстные знания, умения и навыки предпринимательской деятельности, профессионально-значимые личностные качества, мировоззренческие установки и убеждения. На основании выделенных критериев, были определены следующие уровни сформированности предпринимательской культуры: низкий; ниже среднего, средний, высокий. Данный компонент выполняет диагностическую, контролирующую функции, обеспечивающую управление процессом формирования предпринимательской культуры и стимулирующую, корректирующую и аналитическую функции, способствующие устранению недостатков данного процесса. Функционирование содержательных компонентов построенной педагогической системы находит отражение в формировании предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля. Ее реализация, согласно нашему исследованию, требует учета следующих принципов: открытости, комплексности, вариативности, многофункциональности, гуманистической и профессиональной направленности. Схематично разработанная нами система представлена на рис. 1.

Мы предположили, что успешная реализация сконструированной педагогической системы возможна при определенном комплексе педагогических условий. Для его выявления, мы учитывали: социальный заказ высшей школе, особенности образовательного процесса в вузе, возможности системно-деятельностного, аксиологического и культурологического подходов, а также содержательные особенности построенной педагогической системы. В результате был определен и теоретически обоснован комплекс педагогических условий: 1) создание мотивационно-стимулирующей среды; 2) коммуникативно-диалоговое взаимодействие субъектов учебно-воспитательного процесса на основе тьюторства; 3) включение студентов в коучинг в процессе учебной и производственной практики. Охарактеризуем каждое из педагогических условий.

Создание мотивационно-стимулирующей среды представляет собой целенаправленную, систематизированную деятельность преподавателя, направленную на активизацию и создание внутренней потребности у будущих специалистов торгово-экономической сферы деятельности к овладению предпринимательской культурой и ее постоянному совершенствованию. Его организация – это паритетный, взаимообуславливающий, партнерский союз преподавателя и студента при доминирующей роли педагога. Именно преподаватель, согласно мнения А.В. Бухарова, Е.А. Журавлевой, Г.М. Золотаревой и

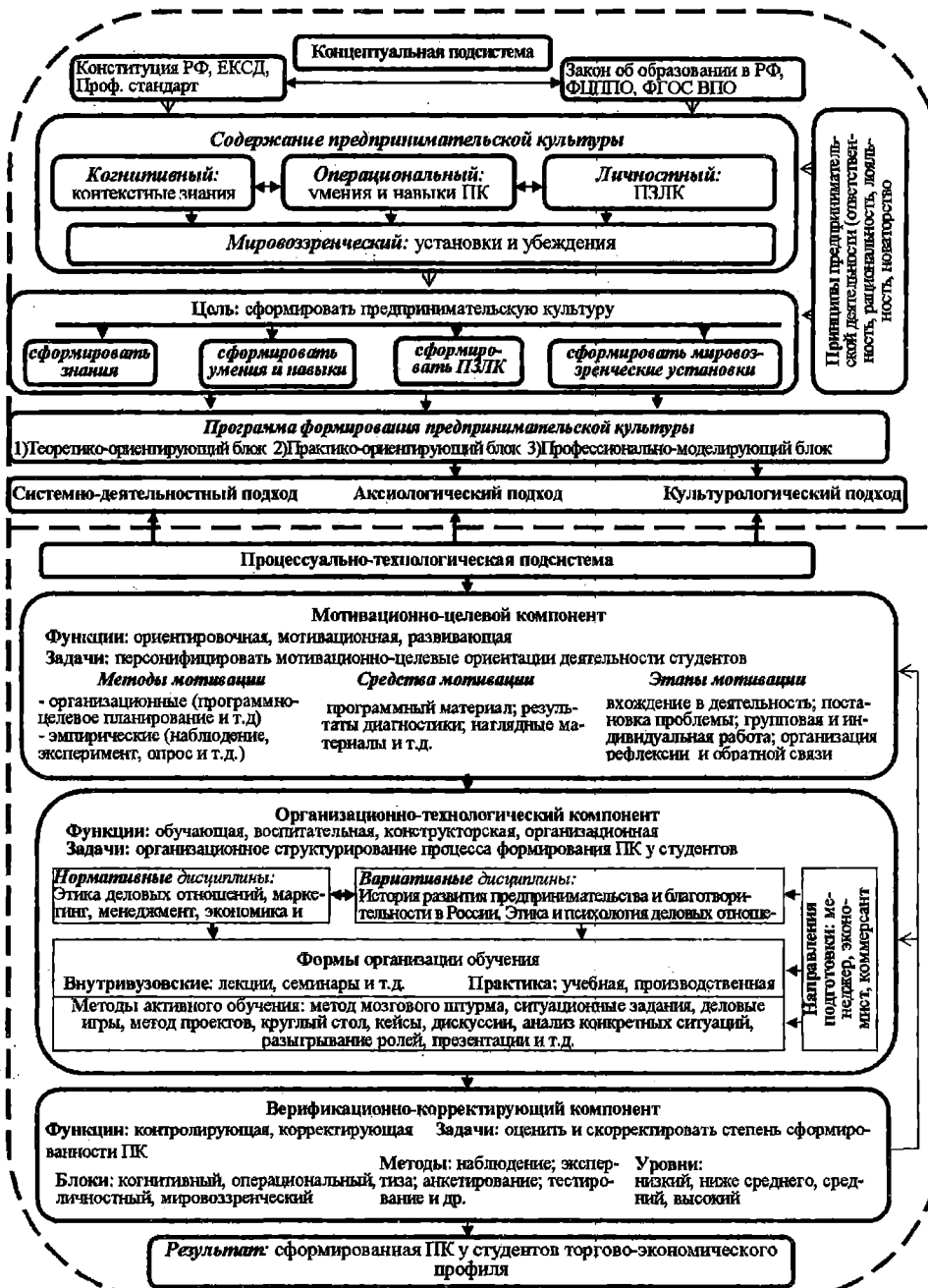


Рис. 1 Система формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля



др., детерминирует содержательную сторону процесса обучения и отвечает за выбор различных приемов стимулирования, что, обеспечивает создание устойчивой внутренней потребности у обучаемых к формированию предпринимательской культуры в рамках их профессионального образования.

Коммуникативно-диалоговое взаимодействие субъектов учебно-воспитательного процесса на основе тьюторства. Взаимодействие понимается как вид совместной деятельности, при котором люди распределяют между собой обязанности, координируют свои усилия и оказывают друг другу помощь через распределение, объединение, согласование и управление индивидуальными целями, мотивами, действиями и результатами. Коммуникативно-диалоговое взаимодействие позволяет повысить качество профессиональной подготовки будущих предпринимателей с технологической точки зрения. В процессе педагогического взаимодействия анализируются особенности актуальных социально-экономических проблем, явлений, намечаются пути их решения. Каждый образовательный цикл предусматривает выбор определенных форм, методов и средств активного обучения, либо их сочетание (деловые и ролевые игры, дискуссии, работа в группах, круглый стол, задачи поисково-исследовательского и проблемного характера и т. д.). При учебно-педагогическом взаимодействии происходит общение их участников с позиции равноправного партнерства, стимулирование их личного роста, субъективация знаний, приобретение личностных смыслов. По мнению Г.А. Герцог, Н.А. Костиной, Т.Ю. Сурниной, Г.В. Шагиной и др. тьютор – индивидуальный научный руководитель студента, с одной стороны, и опекун, защитник, покровитель, с другой. Основными функциями тьютора являются: диагностика состояния и процесса обучения студентов; осуществление целеполагания; мотивация и вовлечение студентов; управление деятельностью и мыследеятельностью студентов; коррекция деятельности; контроль выполнения заданий; рефлексия.

Включение студентов в коучинг в процессе учебной и производственной практики позволяет повысить качество формируемого вида культуры, в плане обеспечения согласованности теоретических знаний и формирования практических умений и навыков, раскрытию творческого потенциала будущего специалиста; корректирует ценностную сферу личности студента, создает возможности для воспитания соответствующих для предпринимательской культуры качеств личности будущих специалистов торгово-экономического профиля. Функции коучинга (С.Е. Брулев, А.В. Скородумов и др.) заключаются в выборе точно направленного метода развития личности (консультирование, тренинги и др.); поддержании отношения равных (индивидуальная и групповая работа); отношении ответственности (посещение предприятий); создание изменений, внутренних и внешних (создание благоприятной внутренней атмосферы для формирования профессионально-значимых качеств личности).

Первую главу диссертационного исследования завершает вывод о том, что проблема формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля будет решаться более эф-

фактивно при использовании специально созданной педагогической системы на фоне выявленного комплекса педагогических условий.

**Во второй главе исследования «Экспериментальная работа по формированию предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля»** определяются цели, задачи и этапы эксперимента, описываются ее структурно-процессуальные особенности, проверяется эффективность выделенных педагогических условий, анализируются и описываются полученные результаты, проводится их обработка с использованием методов математической статистики.

Основной целью экспериментальной работы являлась проверка выдвинутой гипотезы. Для этого были решены следующие задачи: изучено состояние образовательного процесса с точки зрения формирования предпринимательской культуры у студентов торгово-экономического профиля вуза; определены методы диагностики, позволяющие выявить и объективно оценить уровень сформированности предпринимательской культуры у студентов торгово-экономического профиля вуза; обработаны полученные данные и сформулированы основные выводы.

На констатирующем этапе эксперимента, который проходил в течение 2009-2010 гг. был выявлен уровень сформированности предпринимательской культуры у студентов торгово-экономического профиля вуза, результаты которого позволили нам сделать вывод о том, что проблема формирования предпринимательской культуры у студентов торгово-экономического профиля вуза является актуальной и требует специальных действий по ее решению, а именно: разработки специальной педагогической системы формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля и ее реализации на фоне выявленного комплекса условий.

Уровни сформированности предпринимательской культуры оценивались по трем контрольным срезам, включавшим 10 показателей. Каждый из показателей оценивался по 100-бальной шкале. Для определения динамики уровня сформированности предпринимательской культуры нами было выделено четыре: низкий, ниже среднего, средний, высокий.

Формирующий этап эксперимента носил естественный характер, так как осуществлялся в ходе учебно-воспитательного процесса. Для его проведения были выбраны контрольная (КГ) и три экспериментальные (ЭГ-1, ЭГ-2, ЭГ-3) группы. В ЭГ-1 эксперимент проводился на фоне разработанной нами педагогической системы и первого условия, в ЭГ-2 – реализовывалась система, а также второе и третье условия, в ЭГ-3 – система и весь комплекс педагогических условий. В контрольной группе (КГ) использовались отдельные элемент системы без обеспечения педагогических условий.

В рамках реализации разработанной системы были осуществлены:  
- мотивация студентов через субъект-субъектное взаимодействие преподавателей и студентов, преподавателей-тьюторов, коучей в реализации педагогических задач по формированию предпринимательской культуры; через постановку и достижение ближних, промежуточных и конечных целей, подчинение единой цели – формирование предпринимательской культуры

как интегративного качества, имеющего профессиональную и личностную значимость; создание на учебных занятиях ситуационных заданий; пояснения теоретической и практической важности знаний о предпринимательской культуре («*Становление и истоки возникновения предпринимательства*») и др.; обращение к истории изучаемого феномена («*Исторический экскурс в генезис понятия предпринимательской деятельности*», «*Анализ роли государственных реформ Петра I и Екатерины II*») и др.; выбор заданий профессионального самоопределения и самопознания через тестирование («*Профессионально-значимые личностные качества специалиста торгово-экономического профиля*») и др.; участие в дискуссионных клубах и диспутах (подготовка сообщений по темам): «*Ценности российского предпринимательства*» и др.;

- мероприятия по формированию предпринимательской направленности: конкурсы, викторины, круглые столы, олимпиады, вечера-встречи («*Современные методы и подходы в научной литературе по проблеме предпринимательской культуры*»); «*Современное состояние предпринимательской культуры в России*», «*Анализ понятия предпринимательской культуры классиков современной микроэкономической теории*») и др.;

- участие в различных видах групповых и индивидуальных проектах: научно-исследовательские – «*Экономика и управление: пути оптимизации*» и др.

- работа газеты «*Студенческая волна*» (подготовка сообщений по теме «*Психологический портрет современного студента вуза торгово-экономического профиля*») и др.

Апробация системы формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля осуществлялась на фоне применения комплекса педагогических условий.

Апробация первого педагогического условия (создание мотивационно-стимулирующей среды) осуществлялась путем выбора видов и приемов стимулирования в зависимости от этапов формирования предпринимательской культуры в процессе теоретического обучения и, в частности, в процессе прохождения таких дисциплин, как «*Основы коммерческой деятельности*», «*Маркетинг*», «*Менеджмент*», «*Основы культуры делового общения*», а также в процессе производственной практики на предприятиях торговли. Для исследования коммерческих процессов, происходящих в торговле, с позиции рыночных отношений, мы применяли следующие методы: организационные (программно-целевое планирование, методы деловых игр, экономико-математическое моделирование и т.д.); эмпирические (наблюдение, эксперимент, опрос, беседа, интервью и т.д.); количественные и качественные методы обработки данных. *Маркетинг-практикум* объединил в себе ситуационные задания, кейсы, тесты, деловые игры. Нами были использованы следующие методы:

- метод проектов по темам: «*Современный менеджер (коммерсант, юрист и т.п.), его место работы, круг профессиональных обязанностей. Требования к специализации*», «*Взаимоотношения с коллегами*»;

- метод мозгового штурма по темам: *«Специфика профессии», «Основные сведения профессиональной деятельности», «Ключевые аспекты сферы бизнеса, их основные особенности, факторы развития бизнеса: маркетинг; менеджмент; экономическая и финансовая деятельность; оптовая и розничная торговля; деньги и денежные единицы, движение денег; ценовая политика и качество товаров, арбитраж; контракт; виды транспортировки товаров; условия оплаты, платежное поручение; страхование товаров; претензии и санкции»;*

- метод презентации продукции компании по темам: *«На международной выставке/ярмарке», портфолио студента, виртуальный центр развития, виртуальный учебный центр, творческий диалог и др.;*

Второе условие (коммуникативно-диалоговое взаимодействие субъектов учебно-воспитательного процесса на основе тьюторства) внедрялось в соответствии со спецификой феномена предпринимательской деятельности, его внутренней организацией.

В рамках реализации данного условия, были осуществлены следующие мероприятия:

- методический семинар: *«Современные методы и подходы в научной литературе по проблеме предпринимательской культуры»; «Культура предпринимательства»;*

- заслушивание докладов по темам: *«Феномен понятия культуры и его сущностные характеристики», «Предпринимательство, исторический экскурс», Особенности делового общения с иностранными партнерами», «Правила подготовки и проведения деловых переговоров»;*

- участие в студенческих научно-практических конференциях: *«Студенческая наука: взгляд молодых», «Знания – стратегический ресурс развития экономики», «Экономика и управление: пути оптимизации»;*

- участие во Всероссийской Олимпиаде развития Народного хозяйства России: *«Анализ факторов, влияющих на процесс формирования предпринимательской культуры у студенческой молодежи».*

Педагогическое сотрудничество создавало возможность личного роста каждого из участников образовательного процесса.

Реализация третьего условия (включение студентов в коучинг в процессе учебной и производственной практики) осуществлялась путем разработки коучем траектории образовательных маршрутов индивидуального и группового характера, с помощью которых осуществлялось взаимодействие на протяжении всего периода прохождения практик.

При реализации данного условия использовались следующие групповые методы: виртуальный центр развития, виртуальный учебный центр, творческий диалог, метод Дельфи, рассказывание историй, лабиринт действий и др. и формы организации работы:

- посещение предприятия ОАО СГ *«СОГАЗ»* Челябинский филиал – знакомство с системой коучинга, понимание его роли и влияния на организационную культуру фирмы путем наблюдения, беседы;

- встреча с Генеральным директором завода «Стройэкс» по теме: «Инвестиционный климат предпринимательства»: дискуссия, обсуждение;
- участие студентов в корпоративных тренингах профессионального роста, бесконфликтного взаимодействия и др.;
- встреча с ведущим специалистом отдела продаж (кредитования) Свердловского Губернского банка по вопросам специфики предприятия, менеджмента, корпоративной культуры, этики: дискуссия, обсуждение;
- посещение и знакомство со структурой предприятия ООО СК «Росгосстрах» Встреча с начальником отдела персонала по системе коучинга: обмен мнениями, беседа.

В результате экспериментальной работы мы получили данные, свидетельствующие о повышении уровня предпринимательской культуры у студентов торгово-экономического профиля вуза во всех экспериментальных группах. Низкий уровень во всех группах отсутствует и отмечается высокий уровень предпринимательской культуры в ЭГ-1 (8,3%), в ЭГ-3 (12%). Средний уровень значительно повысился во всех экспериментальных группах и составил более 50%. Самый высокий процент высокого уровня в ЭГ-3 (12%) свидетельствует о том, что наибольший эффект создается при применении всего комплекса педагогических условий. В контрольной группе, в которой обучение проводилось с использованием традиционных методов обучения, высокий уровень отсутствует, а на среднем уровне находятся не более половины студентов.

Реализованная в процессе экспериментальной работы педагогическая система формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля выступила однофакторным комплексом, который подвергся дисперсионному анализу. Как показали результаты дисперсионного анализа уровней развития предпринимательской культуры у студентов всех экспериментальных групп удельный вес влияния реализованной в экспериментальной работе программы управления на уровень предпринимательской культуры составил 72% (в два с половиной раза больше удельного веса других случайных факторов).

Таким образом, доказана необходимость использования педагогической системы формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля, но ее достаточность требовала дополнительного подтверждения. Для этого мы проследили преемственность и развитие уровней предпринимательской культуры у 289 студентов г. Челябинска в зависимости от временной продолжительности обучения. Результаты анализа графически представлены в виде кумулятивных кривых, которые характеризуют распределение студентов по уровням сформированности предпринимательской культуры в зависимости от временной продолжительности обучения в высшем учебном заведении (рис. 1): I зона – низкий уровень; II зона – ниже среднего уровень; III зона – средний уровень; IV зона – высокий уровень.

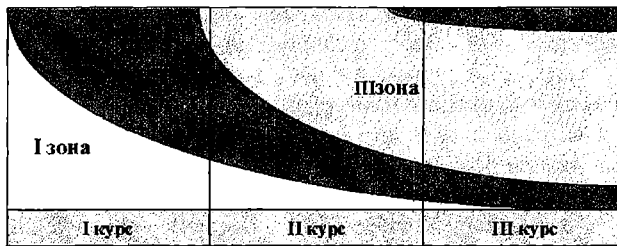


Рис. 2. Распределение студентов по уровням предпринимательской культуры в зависимости от курса обучения (кумулятивные кривые)

Результаты эксперимента представлены в иллюстративном материале (таблицы, формулы, рисунки), в которых отражаются соотношение показателей уровней развития предпринимательской культуры студентов контрольной и экспериментальных групп.

**В заключении** изложены теоретические и экспериментальные результаты исследования, сформулированы основные выводы.

Полученные в ходе диссертационного исследования результаты подтверждают выдвинутую нами гипотезу и позволяют сделать следующие **выводы**:

1. Потребность в формировании предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля обусловлена потребностями мировой экономики и бизнес-сообщества на макро, мезо- и микроуровнях, спецификой их профессиональной деятельности, личными потребностями. Актуальность разработки педагогической системы в вузовском процессе образования данной культуры обусловлена социальным заказом государства к качеству профессиональной подготовки будущих специалистов торгово-экономической сферы деятельности, недостаточной разработанностью данной проблемы на теоретическом и практическом уровнях.

2. Историко-педагогический анализ развития проблемы формирования предпринимательской культуры включает три этапа ее становления, каждый из которых характеризуется коренными изменениями, постановкой акцента на необходимость целенаправленного формирования предпринимательской культуры в рамках профессиональной подготовки студентов торгово-экономического профиля вуза: первый период (1917 – начало 90 гг. XX века) – характеризуется хаотичностью, непоследовательностью, не преемственностью накопленного положительного опыта развития предпринимательства, и, соответственно предпринимательской культуры. Отсутствие социального заказа на личность предпринимателя приводит к стагнации в развитии торгово-экономического образования. Второй период (начало 90 гг. XX века – до 2000 года) – связан с периодом перестройки социально-экономического строя России и зарождением рыночной экономики. Создаются предпосылки для формирования специалистов с необходимым уровнем сформированной предпринимательской культуры. Третий

период (с 2000 года до настоящего времени) связан с признанием важности развития предпринимательства в России, государственным заказом на специалистов с высоким уровнем сформированности предпринимательской культуры для решения поставленных перед ним государственных и личных задач.

3. Понятийный аппарат проблемы исследования получил дальнейшее развитие путем интеграции феноменов «профессиональная культура» и «предпринимательская деятельность», которые помогли определить предпринимательскую культуру специалиста торгово-экономического профиля как вид его профессиональной культуры, обеспечивающий успешное осуществление деятельности по руководству людьми и получению прибыли, на основе ценностей цивилизованного бизнеса.

4. Структура предпринимательской культуры включает когнитивный, операциональный, личностный и мировоззренческий блоки.

5. Разработанная на основе системно-деятельностного, аксиологического и культурологического подходов, анализа научной литературы и собственных изысканий педагогическая система формирования предпринимательской культуры у студентов вузов торгово-экономического профиля морфологически представлена в двух базовых подсистемах: а) концептуальная; б) процессуально-технологическая, которая включает взаимосвязанные компоненты: мотивационно-целевой, организационно-технологический и верификационно-корректирующий. Разработанная система характеризуется открытостью, комплексностью, вариативностью, многофункциональностью, гуманистической и профессиональной направленностью; реализуется с учетом принципов научности, упорядоченного, систематизированного и взаимосотнесенного обучения специальности в условиях моделируемой на учебных занятиях деятельности, коммуникативности, технологичности, целостности, динамичности.

6. Комплекс педагогических условий эффективного функционирования сконструированной педагогической системы включает создание мотивационно-стимулирующей среды; коммуникативно-диалоговое взаимодействие субъектов учебно-воспитательного процесса на основе тьюторства; включение студентов в коучинг в процессе учебной и производственной практики.

7. Проведенный в рамках диссертационного исследования педагогический эксперимент продемонстрировал значительное повышение уровня предпринимательской культуры во всех экспериментальных группах. Наилучшие результаты наблюдались в группе, где образовательный процесс осуществлялся с использованием педагогической системы формирования предпринимательской культуры, реализованный на фоне полного комплекса педагогических условий.

Вместе с тем, проведенная теоретико-экспериментальная работа не исчерпывает всех аспектов совершенствования профессионально ориентированной подготовки студентов в высшей школе. На наш взгляд, дальнейшее исследование может быть осуществлено в разработке технологической

стороны формирования предпринимательской культуры, в применении инновационных образовательных и воспитательных технологий в процессе профессиональной подготовки, в разработке и внедрении нового комплекса педагогических условий совершенствования торгово-экономической подготовки.

**Основные положения диссертационного исследования опубликованы в следующих работах:**

*Публикации в изданиях, включенных в перечень ВАК МОуИ РФ*

1. Мизерова, О.Г. Педагогическая модель формирования системы предпринимательской культуры у будущего специалиста торгово-экономического профиля как условие подготовки конкурентоспособного специалиста / О.Г. Мизерова // Проблемы современной экономики (евразийский международный научно-аналитический журнал ЕврАзЭС). – 2009. – № 2 (30). С. 188-191.

2. Голикова О.Г. Педагогические условия функционирования системы формирования предпринимательской культуры у будущих специалистов торгово-экономического профиля / О.Г. Голикова // МИР науки, культуры, образования, международный научный журнал. – 2011. – № 6 [31]. С. 204-208.

3. Голикова О.Г. Теоретико-методологические основы системы формирования предпринимательской культуры у студентов торгово-экономического профиля / О.Г. Голикова // Вектор науки Тольяттинский государственный университет. – 2012. – № 4 (11). С.76-79.

*Публикации в рецензируемых научных журналах РФ*

4. Голикова, О.Г. Генезис понятия «предпринимательства» [Текст] / О.Г. Голикова // Современная высшая школа: инновационный аспект. – 2012. – № 3. С. 83-88.

*Научные статьи и материалы конференций*

5. Мизерова, О.Г. К вопросу о нравственной культуре личности будущего специалиста / О.Г. Мизерова // Экономика и социум на рубеже веков: сб. тезисов участников межвуз. науч. конф. / Челябин. ин-т (фил.) «МГУК». – Челябинск: [б.и.]. – 2002. – С. 66-68.

6. Мизерова, О.Г. К вопросу о формировании экономической культуры будущих предпринимателей / О.Г. Мизерова // Вестник РГТЭУ: науч. журн.: спец. вып. – Москва. – 2002. – С.86-87.

7. Мизерова, О.Г. Этический компонент в подготовке будущего специалиста / О.Г. Мизерова // Человек и общество: на рубеже тысячелетий: международн. сб. науч. тр. / под общ. Ред. О.И. Кирикова. – Воронеж. гос. пед. ун-т. – 2002. – С. 145-147. – (Вып. 12).

8. Мизерова, О.Г. Формирование профессионально-экономической культуры учащихся как условие повышения качества профессионально-творческой подготовки будущих специалистов / О.Г. Мизерова // Предприниматель и культура: материалы II Общерос. заоч. науч.-практ. конф. / Челябин. ин-т (фил.) «РГТЭУ». – Челябинск: [б.и.]. – 2004. – С. 41-43.



9. Мизерова, О.Г. Проблема формирования понятийного аппарата экономической культуры для специалистов торгово-экономических специальностей / О.Г. Мизерова // Экономика и социум на рубеже веков: материалы V межвуз. науч.-практ. конф. / Челябин. ин-т (фил.) ГОУ ВПО «РГТЭУ». – Челябинск: [б.и.]. – 2005. – С. 287-289.

10. Мизерова, О.Г. Профессионально-педагогическая деятельность как фактор качества учебно-воспитательного процесса подготовки специалиста торгово-экономического вуза / О.Г. Мизерова // Архитектура предпринимательства: сб. науч. ст., посвященный 45-летию Челяб. ин-та (фил.) ГОУ ВПО «РГТЭУ» / Челябин. ин-т (фил.) ГОУ ВПО «РГТЭУ». – Челябинск: [б.и.]. – 2006. – С. 90-94.

11. Мизерова, О.Г. Системный подход как теоретико-методологическая стратегия формирования профессионально-экономической культуры у будущих предпринимателей / О.Г. Мизерова // Социально-экономические и культурные проблемы современной России: сб. материалов 7-й междунауч.-практ. конф. / Новосибир. ин-т (фил.) ГОУ ВПО «РГТЭУ». – Новосибирск, 2008. – С. 103-108.

12. Мизерова, О.Г. Формирование профессионально-экономической культуры будущих предпринимателей / О.Г. Мизерова // Личностно-профессиональное развитие студентов в системе высшего профессионального образования: сб. материалов регион. науч.-метод. конф. / Курск: ГОУ ВПО «КГМУ». – Курск. – 2008. – С. 121-124.

13. Мизерова, О.Г. Формирование профессионально-экономической культуры у будущих предпринимателей с позиций культурологического подхода / О.Г. Мизерова // Современная торговля: теория, практика, инновации: сб. материалов III Всероссийской науч.-практ. конф. / Перм. ин-т (фил.) ГОУ ВПО «РГТЭУ». – Пермь. – 2008. – С. 75-80.

14. Мизерова, О.Г. Формирование профессионально-экономической культуры как условие повышения конкурентоспособности выпускника торгово-экономического вуза / О.Г. Мизерова // Экономика и социум на рубеже веков: материалы VIII межвуз. науч.-практ. конф. / Челябин. ин-т (фил.) ГОУ ВПО «РГТЭУ». – Челябинск: [б.и.]. – 2008. – С. 186-189.

15. Голикова, О.Г. Исторический экскурс в определение феномена «предпринимательство» // Торговля как фактор устойчивого развития экономики региона, материалы региональной научно-практической конференции, посвященной 50-летию Челябинского института (филиала) Российского государственного торгово-экономического университета (18 марта 2011 года). – С. 13-15.

16. Голикова, О.Г. Педагогическая система формирования предпринимательской культуры у будущих специалистов торгово-экономического профиля // Профессиональное образование: современные императивы: сборник научных статей. – Челябинск: Изд-во Челяб. Гос. пед. ун-га, 2012. – Выпуск 5. – С. 122-129.

17. Голикова, О.Г. Использование институтов коучинга и тьюторства как способ формирования предпринимательской культуры // Проблемы и

перспективы социально-экономического реформирования современного общества, материалы Всероссийской научно-практической конференции (23 марта 2012 года). Челяб. ин-т (фил.) РГТЭУ. – Челябинск: Центр научного сотрудничества. – 2012. – С. – 301-303.

Подписано к печати 14.11.2013г.

Формат 60x84 1/16 Объем 1,1 уч.-изд. л.

Заказ № 1120. Тираж 100 экз.

Отпечатано на ризографе в типографии ФГБОУ ВПО ЧГПУ  
454080, г. Челябинск, пр. Ленина, 69