

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВНЕВУЗОВСКОГО БИЗНЕС-ОБУЧЕНИЯ

Н.Ю.Конева

научный руководитель Е.И.Чучкалова

Россия, г. Екатеринбург,

Российский государственный профессионально-педагогический университет

Основная цель любого бизнеса – это получение наибольшей прибыли и развитие компании. В настоящее время проблема конкурентоспособности становится все более актуальной. Для того чтобы удержать потребителей и свое место на рынке, компании должны иметь высокую конкурентоспособность. Одним из самых эффективных методов повышения конкурентоспособности любой организации в настоящее время является бизнес-обучение: бизнес-семинары и бизнес-тренинги.

Особенность бизнес-семинара заключается в том, что участники получают информацию из уст специалистов практиков. При этом аудитория получает теоретические знания, которые не прорабатываются на практике, но они имеют практический характер.

Бизнес-тренинги отличаются от бизнес-семинаров тем, что они нацелены на выработку умений, необходимых для качественного выполнения той или иной работы. В ходе бизнес-тренинга аудитория не только слушает и записывает информацию, но ещё и выполняет упражнения, участвует в деловых играх, прорабатывает проблемные ситуации, что и способствует выработке профессиональных умений.

В своей статье «Инновации в бизнес-образовании» директор института организационного развития и стратегических инициатив Вячеслав Шоптенко выделяет следующие основные методические подходы к обучению: игра, имитация, проект, разбор и анализ ситуаций, практика и трансляция материала. Он отмечает, что для более эффективного обучения и для обогащения образовательной среды разработчики современных образовательных технологий зачастую используют несколько методов одновременно.

Также автор утверждает, что для повышения уровня эффективности образовательных программ необходимо внедрять инновационные технологии по мере их появления. Это означает, что нужно учитывать развитие и появление новых информационных и коммуникационных технологий и с их учетом корректировать, дополнять, либо создавать новые образовательные программы. [1]

Выбор метода проведения бизнес-обучения зависит, в первую очередь, от темы бизнес-тренинга или бизнес-семинара, во вторую очередь, - от аудитории: возраст обучающихся, пол, цели и ожидания от обучения. Только после анализа данных факторов можно выбирать методы, которые будут использоваться в обучении коллектива обучаемых.

Обучение взрослых людей зачастую осложняется тем, что у них уже сформированы собственные понятия и представления о том, как что нужно делать, какие инструменты нужно использовать для получения нужного им результата на их рабочем месте. Если такой аудитории просто показывать и рассказывать, то есть использовать метод трансляции материала, то обучение не даст нужного результата. Также использование таких методов, как практика, разбор и анализ реальных ситуаций тоже не обеспечат максимальной результативности бизнес-обучения. Для того чтобы воспринять новую информацию, взрослый человек должен почувствовать на себе пользу этой информации, поэтому для данной аудитории больше подойдут методы проекта, имитации и игры.

Переходя к вопросу обеспечения всей программы бизнес-обучения методическими и наглядными материалами, я бы хотела обратиться к книге Чуркиной М.А. под названием «Тренинг для тренеров на 100%: Секреты интенсивного обучения». Автор выделяет три задачи материального обеспечения бизнес-обучения. В первых, участники тренинга или семинара смогут в любое время обратиться к раздаточным материалам и восстановить в памяти информа-

цию, полученную во время обучения. Во вторых, создаются условия для интенсивности знаний. И, наконец, в-третьих, методическое обеспечение позволяет продемонстрировать опыт, кругозор и подготовленность, придав бизнес-обучению больше статуса и веса.

Самая распространённая ошибка, которую допускают тренеры при подготовке программы бизнес-обучения – это слишком большое количество раздаточных материалов и красочных картинок в них, отмечает автор. С наглядными материалами главное не переусердствовать, иначе аудитория будет увлечена разглядыванием методичек, а не процессом обучения. [2]

Для более эффективного обучения многие тренеры также пользуются правилом десяти минут – каждые десять минут нужно менять деятельность аудитории: сначала вы рассказываете, потом что-то рисуете на доске, затем просите выполнить аудиторию какое-либо задание и так далее. Это позволяет обучающимся всегда быть во внимании и не переутомляться.

Использование красочной презентации, метафор, анекдотов или наглядных рисунков также является обязательным условием для проведения бизнес-обучения. Аудитория должна быть максимально вовлечена в процесс обучения, ей должно быть интересно и полезно обучаться. Но при этом, тренинг или семинар не должен превращаться в «цирковое представление», тренеру необходимо найти золотую середину между красочностью и информативностью.

По моему мнению, еще один очень важный момент бизнес-обучения – процесс обучения не должен напоминать уроки в школе или пары в университете. Он должен быть таким, чтобы люди с удовольствием ходили на занятия. Бизнес-обучение – это дополнительное образование, которое обычно проходит в вечернее время. Люди приходят после тяжелого рабочего дня уставшие, поэтому задача тренера – не отягощать мозг аудитории излишней информацией.

Еще одна основная задача тренера – это не только донести до людей новую информацию, но и сделать так, чтобы аудитория восприняла информацию и захотела применить новые знания на практике. Без применения в практической жизни посещение бизнес-тренинга или бизнес-семинара окажется бесполезным.

В завершение научной статьи хотелось бы отметить, что в бизнес-обучении существует ещё множество нюансов, которые обязан знать тренер. Обучающий должен также иметь массу качеств, для того, чтобы аудитория была довольна его работой. Он должен быть прекрасным оратором, психологом, должен хорошо разбираться в том вопросе, который вещает людям, а также должен обладать опытом практической деятельности по данной теме.

В настоящее время все больше возрастает интерес населения к бизнес-обучению, особенно у руководителей предприятий. Они ищут способы увеличить конкурентоспособность своей организации. Очень часто бизнес-тренинги и бизнес-семинары помогают руководителям посмотреть на обычные рабочие моменты другими глазами и изменить свое отношение к чему-либо и поведение в лучшую сторону. Ведь, как говорится, все зависит от руководителей компании, какие они, - такая и организация.

Литература

1. Шоптенко В. Инновации в бизнес-образовании [Текст] / В. Шоптенко // Федеральный экспертный канал. – 2009 г.
2. Чуркина М.А. Тренинг для тренеров на 100%: Секреты интенсивного обучения / М.А. Чуркина, Н.В.Жадько. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 246 с.