

составлены в соответствии с требованиями, проходят периодическую оценку и поэтому являются значимыми и востребованными.

Отсутствие сильной, серьезной конкурентной среды ведет к разделу рынка образовательных услуг и стремлению вуза вести качественную образовательную деятельность только в рамках профильных образовательных направлений. Ситуацию может изменить внедрение механизма конкуренции. Должно возникнуть понимание, что студент – это не только объект образовательной деятельности, но и потребитель услуги, инвестор, который должен в первую очередь вырабатывать требования к качеству образовательных услуг вуза.

А.К. Иванов, Е.И. Чучкалова*

Уральский Государственный колледж им. Ползунова, г. Екатеринбург

ДЕЛОВАЯ ИГРА КАК ФОРМА АКТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ

Одна из разновидностей активных форм обучения – это деловая игра. Деловая игра способствует возникновению интереса, сосредоточению внимания слушателей на учебном материале. Она в единстве реализует образовательную, воспитательную, развивающую, коммуникативную, диагностическую, релаксационную функции. Игровая форма обучения в обычном своем проявлении является преимущественно групповой формой организации обучения.

Специфика такой игры как метода активного обучения в сравнении с традиционными методами заключается, во-первых, в том, что процесс обучения приближен к реальной практической деятельности. Это достигается путем использования в деловых играх моделей реальных социально-экономических отношений. Во-вторых, игровой компонент способствует большей вовлеченности учащихся в процесс обучения. Немаловажно и то, что деловая игра наделена обратной связью, причем более содержательной по сравнению с традиционными методами.

Коснемся теперь психологического аспекта деловой игры. В игре формируются установки профессиональной деятельности, легче преодолеваются стереотипы, корректируется самооценка. Если традиционные методы предполагают лишь доминирование интеллектуальной сферы, то в игре проявляется коммуникабельность, вырабатывается коллективное мнение и в то же время способность отстаивать свое собственное. В игре специальными средствами создается определенный эмоциональный настрой игроков, который дает возможность существенно активизировать и интенсифицировать процесс обучения. Сама обстановка деловой игры заставляет ее участников быть активными, сопереживать действию игры.

* Победитель Всероссийского научного конкурса «Научный стиль» (2-е место)

Не смотря на явные преимущества деловой игры, преподаватели не торопятся задействовать данную форму в процессе обучения. Это объясняется следующими причинами: во-первых, разработка игры требует определенных умений, во-вторых, отсутствует опыт проведения таких игр. В-третьих, возникают методологические трудности в оценке эффективности деловой игры. Отдельно можно выделить и социально-психологические факторы. Например, такие, когда личностные отношения вне игры переносятся в игру или когда конфликт, возникший в рамках игровых ролей, затрагивает отношения и вне игры. Несмотря на явные трудности при подготовке и проведении деловых игр, педагогам в учебных заведениях следует больше внимания уделять моделированию конкретных рыночных ситуаций и предоставлять возможность в ходе игровой деятельности участникам игры самостоятельно принимать решения.

К.В. Калмыкова, А.А. Шатсков*

Московский государственный областной социально-гуманитарный институт

К ПРОБЛЕМЕ РАЦИОНАЛЬНОГО ПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ

По мнению экспертов Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) индивидуальный образ жизни на 50% определяет состояние здоровья человека. Значение наследственности, условий внешней среды и медицины оцениваются, соответственно, на 20, 20 и 10%. В связи с этим нельзя не обратить внимания на тот факт, что защита здоровья населения государством в России организована значительно хуже, чем в развитых странах, а силы общественных организаций недостаточны для осуществления реального контроля за функционированием монополизированного продовольственного рынка, позволяющей производителю фальсифицировать качество многих продовольственных товаров.

Значительная часть студентов в течение дня перекусывает чипсами (31%), сухариками (41%), выпечкой (85%), хот-догами (38%) с химически ароматизированными чаями и генетически модифицированными напитками (газированными, шоколадными, кофейными). К сожалению, приходится констатировать, что генетически модифицированные продукты, особенно напитки компании Coca Cola, Pepsi Cola, чипсы Pringles, шоколадная продукция Nestle, Snickers, Twix пользуются популярностью у студентов, посещающих институтские кафе и буфеты. В этих условиях крайне важно читать соответствующие курсы студентам всех факультетов. Особую актуальность приобретают следующие направления формирования системных знаний студентов:

- здоровье человека и потребление вредных товаров как важная причина долгосрочного снижения продолжительности жизни в России;

* Лауреат Всероссийского научного конкурса «Научный стиль»