|  |
| --- |
| Учреждение – профессиональная образовательная организация |
| «Ульяновский техникум экономики и права Центросоюза Российской Федерации» |

**ДОКЛАД**

для публикации в сборнике конференции

**«Эффективные формы и методы обучения: современное состояние, проблемы и перспективы»**

на тему **«Деятельностно-игровой формат обучения при реализации предпринимательского модуля»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Автор: преподаватель Алешина Ирина Ивановна |

**Ульяновск, 2017г.**

Реализация предпринимательского обучения в кооперативных образовательных учреждениях – это важный элемент модернизации учебного процесса. Предпринимательское обучение направлено на развитие предпринимательских умений, качеств и компетенций обучающихся с целью повышения их конкурентоспособности на рынке труда и обеспечивается посредством внедрения в образовательном учреждении предпринимательского модуля – Организация кооперативного дела и предпринимательства.

Содержание и технология реализации программы модуля основаны на интеграции трех подходов, доказавших свою эффективность:

**CDIO** – подход – инициатива Массачусетского технологического института (найди идею - сделай дизайн продукта – обеспечь сервис продукта – утилизируй отходы и сам продукт). Подход интегрирован в подготовку инженеров и обеспечивает взращивание в реальном проектном режиме команд, отвечающих за продукт под ключ;

интегрированное обучение – подход, обеспечивающий интеграцию образовательного процесса в реальную производственную практику по схеме: 1. Исследовательская практика по плановому вопросу программ; 2. Диагностика и выявление реальных проблем, вопросов и задач, с которыми придется иметь дело студенту на рабочем месте, поиск лучших практик; 3. Теоретическое плюс менторское обучение по пройденному вопросу; 4. Промежуточный контроль; 5. Теоретическая подготовка к следующему этапу практики по новому вопросу; активное обучение и профессиональная деятельность студентов в образовательном процессе.

Интеграция этих подходов позволила авторской команде разработать обучающую программу в логике проектного обучения управлению жизненным циклом конкурентоспособного предпринимательского продукта и дать ей фирменное название - CPBD: C – сравни и выбери лучшее, PB – воспроизведи лучшее, улучши и воспроизведи с улучшением, D – утилизируй.

Студенты, осваивающие программу CPBD, постоянно сравнивают лучшие идеи и практики, воспроизводят их, улучшают, преобразуют, утилизируют, продвигают продукт клиентской аудитории.

Поэтому главная особенность программы – максимальное погружение обучающихся в деятельность.

Как это происходит?

Студенты с первых занятий работают в командах по созданию и продвижению своей бизнес-идеи, обучаются в игре, используют различные предпринимательские площадки и практики для апробирования и улучшения идей – профессиональные полигоны, площадку Чемпионата профессий и предпринимательских идей, бизнес-инкубаторы, коворкинги. Они проводят полевые исследования, самостоятельно работают с информацией, решают кейсы на рабочих местах. При этом обучающиеся нацелены на точно заданный коммерческий результат, проводят много времени в диалоге друг с другом и с профессионалами, выявляя свои ошибки и устраняя их.

Что включает в себя программа CPBD**?**

CPBD – это профессиональный модуль «Организация кооперативного дела и предпринимательства» и Предпринимательские игры.

Модуль как систематизированный игровой курс позволяет студентам осваивать предпринимательские компетенции в режиме годичной стажировки.

Предпринимательские игры – это площадка для состязаний, личностного роста и демонстрации уровня предпринимательских компетенций.

Как же построен модуль?

Модуль как образовательный продукт, включает в себя лекции, тренинги, интерактивные семинары, практические занятия, предпринимательские практики. При этом результатом освоения модуля являются: опыт выведения собственного дела на рынок, дополнительные профессиональные компетенции и прорывные предпринимательские компетенции, позволяющие лучшим образом достигать результатов в профессии и бизнесе.

Что это за компетенции?

1. ключевые предпринимательские компетенции:
* преодоление трудностей и решение проблем,
* логистика и проектное управление под результат,
* здоровье, безопасность, работоспособность,
* открытость новому, инициативность, предприимчивость,
* видение, умение лидировать,
* профессионализм,
* клиентоориентированность и сервисное обслуживание,
* когнитивность, коммуникабельность;
1. дополнительные профессиональные компетенции:
* изыскивать идеи, определять цели и приоритеты предпринимательской деятельность;
* осуществлять эффективный маркетинг идей, продуктов, услуг, дела;
* развертывать предпринимательскую идею, кооперативное дело «под результат», применяя инструменты проектирования, планирования, маркетинга, стратегического менеджмента, дизайна;
* применять юридические нормы и процедуры для защиты идей, услуг, продуктов, дела;
* обеспечивать эффективность дела, качество услуг, продуктов, сервиса, утилизацию отмирающих элементов, управление издержками и инновациями.

Модуль осваивают студенты 2 курса различных специальностей.

Он разбит на 8 обучающих этапов в соответствии с логикой управления жизненным циклом продукта:

1 этап – Оценка и отбор предпринимательских идей.

2 этап – Маркетинговая деятельность.

3 этап – Реклама как средство для продвижения бизнес-идеи.

4 этап - Формирование имущества организуемого кооперативного дела. Привлечение трудовых ресурсов.

5 этап - Управление качеством продукта и сервиса.

6 этап - Юридическое оформление и сопровождение бизнеса.

7 этап - Управление рисками и инновациями.

8 этап - Организация обслуживания кооперативного дела, бизнеса.

В рамках каждого этапа проводятся предпринимательские игры. 8 этапов обучения и 8 функциональных игр, которые проходят в онлайн режиме, объединяя более 30 ссузов в предпринимательскую креативную среду. При этом достигается мгновенная обратная связь по итогам игр и устойчивый импульс к достижениям. В режиме сравнительного онлайн состязания оперативно выявляются лучшие решения, типичные ошибки студентов, а также проблемы, пробелы и неточности в проектировании образовательного процесса. Ключевая роль и ответственность делегируется студентам и менторам.

Для кого проводятся игры?

Игры проводятся для школьников, студентов, начинающих предпринимателей и молодых кооператоров.

С чего начинается игра**?**

С получения кейса от заказчика – кооператоров и руководителей учебных заведений. Для студентов и школьников кейс состоял в том как эффективно использовать свободные площади учебного заведения? Для кооператоров и предпринимателей – какие новые технологии и решения повысят эффективность работы? В смешанной аудитории: студентов, школьников, предпринимателей и кооператоров появляется больше возможностей для более быстрого отбора и продвижения полезных идей и решений.

Как и с какой целью проходили игры?

 Первая игра – «Бизнес-идея: сравни и выбери лучшее». Цель игры – поиск, отбор, оценка бизнес-идей для решения кейса от заказчика. Как можно выгодно использовать свободные площади, чтобы заработать деньги? Какие новые решения позволят повысить эффективность деятельности организации? С этой целью участники игры прошли тренинги на командообразование и генерирование идей. Погрузившись в командную работу, ребята шаг за шагом двигались по станциям маршрута по отбору лучшей идеи, а разноцветные «Шляпы мышления» наделили каждого члена команды ролью осмысливать, критиковать, креативить, защищать и улучшать свою идею. В коворкинге идеи обсуждались с экспертами и корректировались.

Первая игра закончилась тем, что каждая команда определилась с выбором бизнес-идеи. Но прежде чем взять ее за основу собственного дела предстояло получить оценку идеи от реального клиента.

Вторая игра – «Докажи конкурентоспособность своей идеи». Цель игры - в экспертной среде и в среде коллег-конкурентов выявить и отобрать работающие преимущества бизнес-идеи: услуги, сервисы, продукты, которые можно предложить клиентам, в том числе, опираясь на свою специальность (профессию). Главным экспертом для оценки конкурентоспособности идеи становится холодный клиент на реальном рынке. Чтобы получить его оценку, команды подготовили анкеты и опросили более 50 человек. Это позволило выявить потребности клиентов на предлагаемые услуги, сервисы, продукты и их готовность оплачивать эти предложения. Игра проходила в формате делового коворкинга, где бизнес-идеи сравнивались, уточнялась их главная фишка определялась затратность на 1 кв.м. при выведении идеи на рынок. Доказать конкурентоспособность идеи эксперту было не просто, даже используя неоспоримые факты оценки идеи клиентом. Но эксперты – это лучшие профессионалы в бизнесе и лучшие специалисты своего дела! Они помогли командам избавиться от всего лишнего и затратного, добавить полезное и выгодное. В результате бизнес-идеи участников игры приобрели реальные очертания и право на «жизнь».

Теперь у команд есть бизнес-идея, есть продукты, услуги и сервисы, за которые потребители готовы платить. Как продвигать идею на рынке? Что для этого нужно?

Третья игра - **«**Упакуй свою идею для клиента – линейка продуктов от кооперации». Цель игры - используя лучший опыт профессионалов в области продаж, создать эффективный инструментарий продвижения бизнес-идеи для формирования спроса на услуги, сервисы, продукты, которые предлагаются клиентам. Игра прошла в формате бенчмаркинг-сессии. В ходе игры проведен аудит продаж по результатам первых предпринимательский проб, которые прошли на площадке регионального этапа Чемпионата профессий и предпринимательских идей. Участники обменивались первым опытом продаж, а эксперты в области продаж с разных площадок в живом диалоге оценивали действия команд, давали важные рекомендации по усилению каждого из этапов продаж, исходя из специфики продукта, услуги. Чтобы усилить продажи и повысить их эффективность, ребята тренировались в совершенствовании технологии продаж, создавали креативную упаковку своих продуктов, услуг и сервисов с использованием рекламного слогана, элементов дизайна привлекательных для клиента. Работа команд в «рекламной мастерской» завершилась выставкой инструментов продвижения бизнес-идеи. Выставку посетили эксперты и потенциальные клиенты, которые оценили не только творческие способности ребят, но и уровень их клиентоориентированности и профессионализма.

К следующей игре участникам пришлось серьезно подготовиться, т.к. настало время искать партнеров и договариваться.

Четвертая игра - «Поиск ресурсов – достижение договоренностей и всегда – утилизация «неполезного». Цель игры - тестирование бизнес-идеи на жизнеспособность на основе лучшего собственного опыта и достигнутых результатов, поиск выгодных инвесторов. Чтобы заинтересовать инвестора, важно быть убедительным. Для этого игрокам нужны факты. Команды перепроверяют свои бизнес-идеи клиентами и деньгами, обобщая отзывы своих потенциальных клиентов о продукте (услуге), оставленные на формах, сайтах бесплатных объявлений и в социальных сетях. С учетом клиентских предложений формируется экономическая привлекательность идеи. Инвесторы вдохновляются командами на вложение своих денежных средств в бизнес-идеи. Побеждает та команда, которая достигнет договоренностей с инвестором на самых выгодных условиях.

 Пятая игра - «Идея для клиента. Бизнес-план на коленке» проводится с целью апробирования в среде экспертного сообщества основных задач бизнес-плана для повышения качества своего проекта. В ходе игры ребята проводят диагностику сильных и слабых сторон своей команды, ставят задачи по развитию сильных сторон и по устранению слабостей команды. Создание эффективной команды позволит им подготовиться к реализации своей бизнес-идеи.

 Процесс формирования уникального предложения для инвестора предполагает в рамках игры демонстрацию проекта маркетингового, производственного и финансового плана. Для этого участники игры проводят презентацию основных разделов бизнес-плана для экспертов - представителей Фондов и организаций поддержки и развития предпринимательства. Важно получить предварительную оценку экспертов и своевременно внести необходимые изменения и поправки.

 Доказать уникальность своего предложения для клиента можно в ходе ярмарки предпринимательских продуктов, где в формате демо-версии раздела бизнес-плана «Описание продукта» своей идеи команды представляют демонстрационный(ые) образец(цы) продукта(ов)/(услуг) в креативном оформлении для клиента. Клиентами выступают эксперты и участники других команд. Ребята готовят вариант торгового предложения своего продукта/услуги и эффективных коммуникаций для демонстрации эффективной модели обслуживания. При непосредственном контакте с клиентами уточняется стандарт обслуживания клиентов.

 Шестая игра – «Выбор оптимальной модели реализации идеи». Цель игры – выбор и обоснование эффективной организационно-правовой формы ведения бизнеса для реализации своей бизнес-идеи. Команды действуют в поле трех контактных зон – налоговая инспекция, отдел юстиции (для регистрации предпринимательской деятельности) и банк (для открытия расчетного счета).

Седьмая игра - Стратегия улучшения и развития территории бизнеса. Цель– определение стратегического курса развития существующего бизнеса,выбор стратегии создания конкурентных преимуществ существующего бизнеса.

Восьмая игра - Ярмарка продаж: побеждает лучший. Цель – продвижение для внедрения в предпринимательскую практику собственных бизнес-идей (разработанных в процессе освоения предпринимательского модуля), организация и проведение аукциона бизнес-идей для инвесторов и заказчиков с целью нахождения путей и возможностей их продвижения на рынке.

Что дает модуль обучающимся?

Для студентов – в первую очередь это умение работать в команде, развитие коммуникативных способностей, возможность строить успешную карьеру, как профессиональную в соответствии со специальностью, так и предпринимательскую, модуль дает возможность для самореализации личности в различных формах деятельности и активностей, формирует бизнес-умения.

Для школьников – развитие умений ставить цели и самоопределяться в окружающей действительности, преодолевать трудности, проявлять лидерские качества, инициативу, творческий подход, повышение мотивации к образованию и труду.

Для молодых кооператоров и начинающих предпринимателей:

развитие способностей генерировать новые идеи и технологии для перевода их в реальный бизнес; закрепление знаний, умений, владение инструментами маркетинга, быть предпринимателем; эффективность управления бизнесом, кооперативным делом; возможность найти команду и ресурсы для достижения целей.