



МИНПРОСВЕЩЕНИЯ Р О С С И И
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Омский государственный педагогический университет»
(ФГБОУ ВО «ОмГПУ»)
Факультет экономики, менеджмента, сервиса и туризма
Кафедра профессиональной педагогики, психологии и управления

Допущен к защите

« ____ » _____ 20__ г.

Зав. кафедрой:
д.п.н., профессор
Шипилина Людмила Андреевна

(подпись)

**Профилактика выученной беспомощности у обучающихся колледжа в процессе
обучения управленческо-экономическим дисциплинам**

Выпускная квалификационная работа

по направлению 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям),

Направленность (профиль) Экономика и управление

Выполнил: студент группы ПО-416
очной формы обучения

Паринов Владимир Евгеньевич

(подпись)

Научный руководитель:

к.п.с.н., доцент

Шипилина Вероника Васильевна

(подпись)

Выпускная квалификационная работа

защищена

« ____ » _____ 20__ г.

Оценка _____

Председатель ГЭК _____

(подпись)

Омск, 2020

Содержание

Введение	4
Глава 1. Состояние разработанности проблемы профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам.....	11
1.1. Особенности процесса обучения управленческо-экономическим дисциплинам в колледже	11
1.2. Выученная беспомощность у студентов колледжа как психолого-педагогическая проблема.....	20
1.3. Психолого-педагогические условия профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам.....	32
Выводы по первой главе	50
Глава 2. Методическое обеспечение реализации профилактики выученной беспомощности в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам в колледже	53
2.1. Программа опытно-экспериментальной работы по созданию условий профилактики выученной беспомощности обучающихся колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам	53
2.2. Анализ программно-методического обеспечения междисциплинарного курса «Продвижение товаров и услуг».....	59
2.3. Конспекты учебных занятий по управленческо-экономическим дисциплинам на основе использования совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у обучающихся колледжа	71
Выводы по второй главе	126
Глава 3. Опытнo-экспериментальная работа по проверке эффективности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам.....	127
3.1. Диагностика исследования состояния выученной беспомощности у студентов колледжа	127
3.2. Реализация психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам.....	137

3.3. Результаты опытно-экспериментальной по проверке эффективности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам.....	149
Выводы по третьей главе.....	162
Заключение.....	164
Список литературы.....	168
Аннотация.....	177
Приложения.....	179

Введение

Современное общество подталкивает систему профессионального образования в лице государства, колледжей выдвигать новые требования к квалифицированному рабочим и специалистам среднего звена. В связи с этим сегодня конкурентоспособным специалистом на рынке труда является личность с развитыми волевыми качествами, способная выстраивать собственную линию поведения, изменять ситуацию с целью достижения наиболее высоких результатов в профессиональной деятельности, стремиться к саморазвитию и самореализации. Однако не все обучающиеся и выпускники способны соответствовать предъявляемым требованиям, они проявляют пассивность и безволие в различных ситуациях, считают, что любое поведение не принесет результата, то есть их действия никак не повлияют на ситуацию. Такие студенты не могут преодолеть трудности, которые встречаются ими на пути становления специалистом, но и в жизни, потому что имели негативный опыт в схожей ситуации. Это связано с тем, что у них уже выработалась привычка не оказывать сопротивления и не брать ответственности за поступки. В требованиях образовательных стандартов одно из главенствующих мест занимает развитие профессиональных и личностных качеств будущего работника, но выученная беспомощность, напротив, мешает выполнению этого требования, потому что становится препятствием для развития личности в целом и характеризуется появлением, отрицательно влияющих на различные сферы личности студентов, психологических свойств и особенностей, к примеру депрессии и тревожности.

В настоящее время распространяется проблема появления выученной беспомощности как у взрослых людей, так и у подростков. Данный феномен исследовался как зарубежными учеными, начиная с 1960-ых годов: М. Селигман, Д. Хирото, Л. Абрамсон, Дж. Тисдейл, Р. Соломон, Ю. Куль, Х. Хекхаузен, так и отечественными, начиная с 1990-ых: Е.В. Веденева, Н.А. Батурин, Д.А. Циринг, И. О. Девятовская, Е.В. Забелина, И. В. Пономарева, Т.О. Гордеева, В.Г. Ромек, Н.В. Солнцева, О.Э. Афраимович и Г.П.

Геранюшкина. В нынешних условиях до сих пор не разработана диагностическая методика определения наличия выученной беспомощности, хотя такие попытки предпринимались отечественными исследователями.

В связи с этим образовательным организациям, в частности педагогам, необходимо модернизировать образовательный процесс для наблюдения за поведением обучающихся, выявления проблем при помощи диагностических методик, а также создавать определенные условия профилактики или преодоления выученной беспомощности в процессе обучения.

Процесс обучения изучали такие отечественные исследователи, как Т.И. Шамова, Н.В. Кузьмина, Ю.К. Бабанский, И.Я. Лернер, В.А. Якунин, И.Е. Видт и др. Ученые изучали и рассматривали процесс обучения по-разному, но пришли к общему выводу о невозможности организации обучения, без взаимодействия педагога и обучающихся.

Рассматривая процесс обучения, стоит отметить, что профилактика выученной беспомощности, проводимая на управленческо-экономических дисциплинах, будет эффективна по ряду причин. Во-первых, этот блок дисциплин позволяет формировать навыки и умения, например, организовывать собственную деятельность и принимать решения в ситуациях и нести за них ответственность, которые осложняют появление выученной беспомощности. Во-вторых, оказывать влияние на мотивационную сферу при помощи педагогических стимулов. В-третьих, разрабатывать и использовать профессионально-ориентированные задания для удовлетворения учебно-профессиональных потребностей обучающихся для уменьшения риска появления рассматриваемого феномена.

Анализ литературы по данной проблеме показал, что профилактика выученной беспомощности у обучающихся колледжа исследована незначительно, но стоит отметить, что исследования профилактики и коррекции в детском и подростковом периодах имеются. Все это доказывает актуальность проблемы исследования.

В связи с вышесказанным, возникает ряд противоречий:

-между потребностью общества в специалистах, которые могут быстро адаптироваться к изменяющейся социально-экономической ситуации с целью преодоления возникающих профессиональных проблем и недостаточным количеством выпускников, которые способны удовлетворить эту потребность;

-между необходимостью отсутствия выученной беспомощности в процессе становления будущего работника и ее явными признаками проявления у обучающихся колледжа;

-между необходимостью профилактики выученной беспомощности у обучающихся колледжа и отсутствием обоснованной совокупности психолого-педагогических условий в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам.

Проблема исследования:

-Совокупность каких психолого-педагогических условий обеспечит профилактику выученной беспомощности у обучающихся колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам?

Объект исследования:

-Процесс обучения управленческо-экономическим дисциплинам в колледже.

Предмет исследования:

-Совокупность психолого-педагогических условий, которая обеспечит профилактику выученной беспомощности у обучающихся колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам.

Цель исследования:

-Выявить совокупность психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам и проверить эффективность выявленной совокупности условий опытно-экспериментальным путем.

Гипотеза исследования:

Если в процессе обучения использовать совокупность психолого-педагогических условий, влияющих на эмоциональную, мотивационную, когнитивную и волевую области студентов колледжа:

1. Использование педагогических стимулов в процессе обучения экономико-управленческим дисциплинам— эти стимулы позволят оказывать влияние на мотивационную область выученной беспомощности через повышение самооценки, притязаний (результаты учебной деятельности необходимо подкреплять жизненным опытом и общественной значимостью выполненной работы) и формирование ценностных ориентаций, обучающихся;
2. Использование активных методов обучения на учебных занятиях имитационные неигровые (решение кейсов) влияет на когнитивную, волевую и эмоциональную области через повышение гибкости мышления, уровня креативности; игровые (элементы деловой игры- воспроизведение определенных ролей) способствует преодолению замкнутости, снижению тревожности и депрессии при активном включении обучающихся в игру/ситуацию и неимитационные (проблемные лекции, учебные дискуссии) служит повышением настойчивости и целеустремленности при условии свободного обсуждения темы обмен позициями между самими обучающимися и между ними и педагогом;
3. Создание ситуаций успеха для обучающихся на учебных занятиях воздействует на мотивационную и эмоциональную области через повышение самооценки, появление мотивации на успех, если педагог будет способствовать появлению чувства удовлетворения, радости у обучающихся от выполненной работы;

то это обеспечит профилактику выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам и будет проявляться в положительной динамике: становление уровней самооценки и притязаний до адекватных значений; повышение креативности личности, гибкости мышления, настойчивости и надежды на успех; снижение тревожности и депрессии, развитие умения целеполагания.

Задачи исследования:

1. На основе теоретического анализа психолого-педагогической литературы выявить причины возникновения, виды, области, особенности проявления выученной беспомощности у студентов колледжа.
2. Обосновать совокупность психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам.
3. Определить критерии эффективности совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам.
4. Проверить эффективность совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности опытно-экспериментальным путем.

Методологическая основа исследования:

- Системный подход (Н.В. Кузьмина), согласно которому процесс обучения рассматривается как система, состоящая из структурных и функциональных компонентов, подчиненных друг другу.
- Личностно-деятельностный подход (И.А. Зимняя), согласно которому процесс обучения способствует профилактике выученной беспомощности обучающегося через субъект – субъектное взаимодействие участников образовательного процесса.

Теоретические основы исследования:

- концепция феномена выученной беспомощности (Х.Хекхаузен, М. Селигман, Н. А. Батулин, Ю. Куль);
- концепция личностной беспомощности (Е.В. Забелина, Д. А. Циринг, Е.В. Веденеева);
- технология создания ситуаций успеха (А.С. Белкин);
- концепция поисковой активности (В. С. Роттенберг, В. В. Аршавский);
- идеи теории активного обучения (А. А. Вербицкий, В.А.Сластенин);
- концепция педагогического стимулирования (З. И. Равкин).

- концепция организации процесса обучения (И.М. Чередов).

Методы исследования:

- теоретические (анализ психолого-педагогической литературы, синтез, обобщение, эксперимент).

- эмпирические (наблюдение, тестирование, опрос, анализ документации).

- метод математической статистики (Т-критерий Вилкоксона).

Практическая значимость исследования заключается в следующем:

- Подобраны диагностические методики, позволяющие определить первоначальный уровень развития показателей выученной беспомощности у обучающихся колледжа и оценить динамику критериев этой беспомощности, а также выявить эффективность совокупности психолого-педагогических условий, которые могут быть использованы преподавателями в колледже.

- Разработаны конспекты учебных занятий по управленческо-экономическим дисциплинам с использованием совокупности психолого-педагогических условий, обеспечивающей профилактику выученной беспомощности у обучающихся, которые могут быть полностью или частично (взяты за основу) использованы в деятельности преподавателей управленческо-экономических дисциплин в колледже.

Апробация:

1. Паринов В.Е. Проблема преодоления выученной беспомощности в процессе обучения экономике в колледже // Развитие идей академика С. Я. Батышева в системе профессионального образования : сб. материалов II региональных студенческих Батышевских чтений (Омск, 2 ноября 2017 г.). – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2018. – С. 67-71.

2. Паринов В.Е. Педагогические условия преодоления выученной беспомощности у студентов колледжа в преподавании управленческо-экономических дисциплин // Развитие идей академика С.Я. Батышева в системе профессионального образования // Материалы III региональных студенческих Батышевских чтений (02 ноября 2018 г., г. Омск,.). – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2018. – С. 57-59.

3. Паринов В.Е. Психолого-педагогические условия профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам // «Современные проблемы профессионального образования»: сб. материалов внутривузовской студенческой научно-практической конференции Батышевские чтения (Омск, 31 октября 2019 г.). – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2018. – С. 50-53.

4. Паринов В.Е. Проект «Психолого-педагогические условия, способствующие проведению профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам». VII Всероссийский студенческий научный форум «Будущее региона- в руках молодых», 2020 г.

База исследования:

Бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области "Омский региональный многопрофильный колледж"

Структура работы:

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, выводов по главам, заключения, списка литературы, аннотации и приложений.

Глава 1. Состояние разработанности проблемы профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам

1.1 Особенности процесса обучения управленческо-экономическим дисциплинам в колледже

В настоящее время система профессионального образования является ключевым звеном в развитии и поддержании экономической сферы нашей страны. В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года внимание уделяется повышению конкурентоспособности выпускников, соответствие профессионального образования изменяющимся требованиям экономики и потребностям общества в высококлассных работниках [1]. Первенство занимает уже не традиционная передача знаний от одного субъекта образовательного процесса к другому, а именно обучению навыкам поиска, отбора информации и адаптация своих знаний и умений к изменяющимся условиям, в которых будет вести свою профессиональную деятельность выпускник. Гуманизация образования приводит к изменению сложившейся системы подготовки выпускников, ФГОС часто сменяют друг друга, адаптируясь под современные реалии, добавление проектной деятельности в основу образования, оптимизация сроков усвоения образовательных программ, подбор эффективных методов освоения таких программ, поэтому актуальной остается проблема подготовки квалифицированных рабочих и служащих.

С позиции ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» «среднее профессиональное образование направлено на решение задач интеллектуального, культурного и профессионального развития человека и имеет целью подготовку квалифицированных рабочих или служащих и специалистов среднего звена по всем основным направлениям общественно полезной деятельности в соответствии с потребностями общества и государства, а также удовлетворение потребностей личности в углублении и расширении образования» [2]. Таким образом, процесс обучения должен

учитывать все вышеперечисленные, из федерального закона, составляющие, а значит его по праву можно считать многоаспектным.

Л.П. Крившенко отмечает, что процесс обучения в профессиональном образовании занимает центральное место в структуре педагогического процесса, в ходе которого усваиваются знания, умения и навыки, формируются личностные качества, позволяющие студенту адаптироваться к внешним условиям. [12, с.47]. В свою очередь З. К. Исмаилова акцентирует внимание, что в настоящее время изменяется подход к профессиональному образованию, осуществляется переход от функционально-ролевого существования к целостной жизнедеятельности личности, к субъектной позиции, поэтому идет ориентация на личностно-развивающее профессиональное образование [31, с. 204].

Рассмотрим личностный подход как основу организации образовательного процесса. Необходимо отметить, что в настоящее время такой подход несколько адаптировался и теперь включает в себя не только личностный, но и деятельностный аспект. И.А. Зимняя, автор личностно-деятельностного подхода, рассматривает его как единство его личностного и деятельностного компонентов, где эти два компонента неразрывно связаны друг с другом, потому что в работах Л.С. Выготского, А.Н Леонтьева и др. личность рассматривалась как субъект деятельности, которая сама, формируясь в деятельности и в общении с другими людьми, определяет характер этой деятельности и общения [28, с. 246].

Личностно-деятельностный подход к процессу обучения со стороны обучающихся предполагает свободу выбора обучающимся образовательного пути, (определенный учебник, определенные методы и даже возможность самостоятельно выбрать наставника). Со своей стороны педагог должен обеспечить в процессе обучения выполнение следующих условий:

-Первое, создание условий личностной самоактуализации и личностного роста студентов, что предполагает обеспечение свободного проявления мнений обучающихся на учебном занятии.

-Второе, активность обучающихся, отслеживание их готовности к выполнению учебной деятельности (в том числе решение кейсов, проблемных ситуаций за счет субъектно-субъектных отношений между педагогом и обучающимися).

-Третье, единство внешних и внутренних мотивов: внешним является мотив достижения, а внутренним — познавательный мотив.

-Четвертое, принятие обучающимся учебной задачи и переживание удовлетворения от ее решения в сотрудничестве с другими обучающимися.

И.А. Зимняя определяет процесс обучения как процесс управления и организации учебной деятельностью обучающихся со стороны педагогов, с последующей переориентацией на постановку и решение учебных задач (познавательных, исследовательских, преобразующих, проективных и т. д.) самими обучающимися.

Рассмотрим процесс обучения с различных позиций. Под обучением, основанном на компетенциях, Ю.В. Есенков, понимает такое обучение, которое строится на определении, освоении и демонстрации ЗУН для каждой осваиваемой профессии. Особенностью этого подхода является, что все внимание отдается результатам освоения [24, с.36].

Ю.К. Бабанский рассматривает процесс обучения как составную часть целостного педагогического процесса, направленного на формирование всесторонне и гармонически развитой личности. [9, с. 10-11]

В свою очередь Т.И Шамова определяет процесс обучения как целенаправленное, взаимосвязанное, последовательно изменяющаяся деятельность (смена учебных задач) учителя и учащихся, направленная на формирование системы знаний, основ научного мировоззрения, трудового и нравственного воспитания, творческой активности, обеспечивающих всестороннее развитие обучающегося [78, с.17].

А.М. Новиков дает следующее определение – это такой процесс, который направлен на развитие опыта личности: знаний, умений (компетенций), навыков, привычек [43, с. 444]. Важнейшим компонентом в

развитии человека в этом процессе является не только усвоение знаний, но и овладение процессом, способами и средствами деятельности.

В своей работе мы будем придерживаться системного подхода по Н.В. Кузьминой и рассматривать процесс обучения как педагогическую систему. Она дает определение педагогической системе «...как множество взаимосвязанных структурных и функциональных компонентов, подчинённых целям воспитания и обучения, образующие устойчивое единство и целостность, обладающее интегральными свойствами и закономерностями» [35, с. 10]. В последующих работах она дополняет это определение и определяет такую систему как взаимосвязь структурных и функциональных элементов, которые подчинены целям образования по формированию в личности студента готовности к самостоятельному, ответственному и продуктивному решению задач в последующей системе. Педагогическая система представлена на рисунке 1.

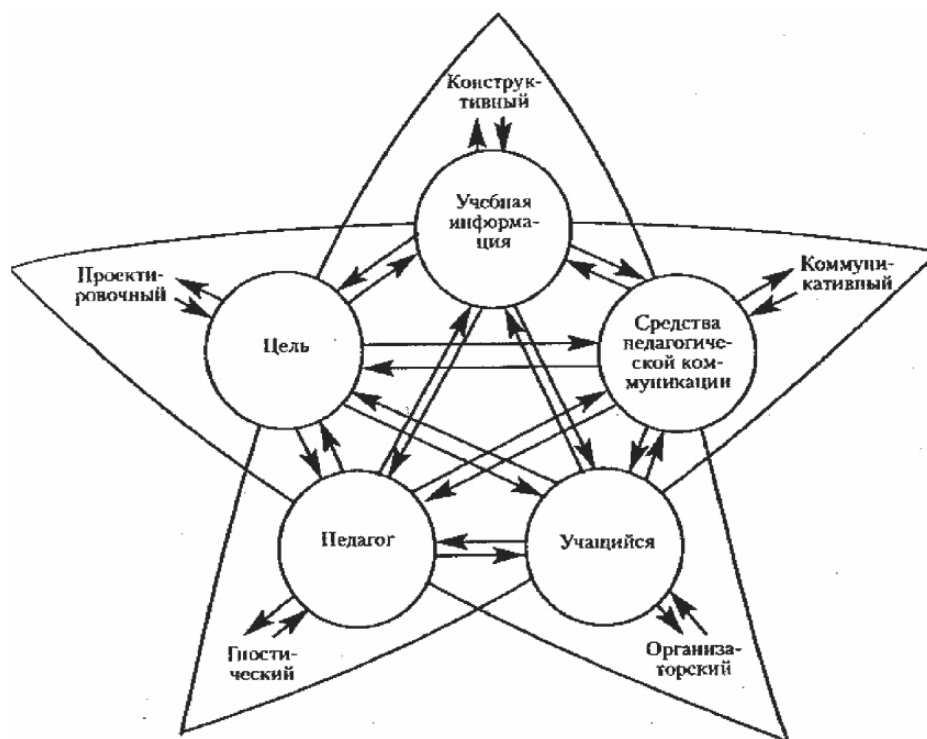


Рис. 1 Структура педагогической системы Н.В. Кузьминой

Рассмотрим эти компоненты более подробно:

Н. В. Кузьмина описывает структурные компоненты как «основные базовые характеристики педагогических систем, совокупность которых

образует эти системы, во-первых, и отличает от всех других (не педагогических) систем, во-вторых» [35, с. 11]. Она выделяет пять структурных компонентов, к ним относятся: научная и учебная информация, цели образования, обучающиеся, состав педагогов и средства образовательной коммуникации. Н.В. Кузьмина считает, что этих компонентов в своей совокупности достаточно для функционирующей педагогической системы, но если отсутствует хотя бы один компонент, то система разрушится или ее невозможно будет создать.

Функциональный компонент - это устойчивые базовые связи основных структурных компонентов, возникающие в процессе деятельности руководителей, педагогов и обучающихся, они обуславливают движение, развитие, совершенствование педагогических систем и вследствие этого устойчивость, их жизнестойкость, выживаемость.

В педагогических системах по Н.В. Кузьминой выделяются пять компонентов. Рассмотрим каждый из них:

-Коммуникативный компонент, включающий специфику установления коммуникации между субъектами педагогической системы (педагоги, обучающиеся, руководство и родителей студентов) в ходе их взаимодействия друг с другом в процессе решения различных педагогических задач.

-Конструктивный компонент включает действия, которые непосредственно связаны с разработкой учебного занятия различных типов (лекция, семинар, экскурсия и т.д.) в различных вариациях, которые зависят от цели, уровня обучающихся, используемого учебного пособия или миссия образовательной организации.

-Проектировочный компонент, который включает действия по предвидению предстоящих последствий от реализации педагогом педагогических задач, а также планирование разработки отдельных учебных заданий для обучающихся в период освоения ими той или иной дисциплины.

-Гностический компонент включает виды деятельности педагога по анализу педагогической ситуации, формулировка целей и задач в соответствии

с КТП, добыча и анализ информации для решения педагогической ситуации, а также анализ продуктов деятельности обучающихся и последующая корректировка.

-Организаторский компонент включает действия, которые связаны с деятельностью педагога по передачи учебной информации студентам, деятельности обучающихся, связанной с принятием и усвоением этой информации.

Н.П. Хвесеня отмечает, что в настоящее время в профессиональном экономическом образовании все инструменты адаптируются для студентов. Все происходит из-за того, что обучающимся необходимо проявлять большую самостоятельность в учебной деятельности. Они также должны научиться самостоятельности мышления. Экономическая теория меняется таким образом, что теперь все связано и необходимо комплексно и постоянно изучать инновации, на учебных занятиях не всегда удается сделать это, поэтому и важна самостоятельность студентов. Уроки должны быть построены преподавателями таким образом, чтобы в их рамках были использованы информационно-коммуникативные технологии, веб-площадки для интерактивных заданий и наличие кейсов из практики конкретных фирм. [68, с. 44].

Для студентов экономического и неэкономического профиля процесс обучения управленческо-экономическим дисциплинам будет проходить по-разному. В экономическом профиле дисциплины связаны между собой, и каждая дополняет знания студента с различных сторон. Если студент что-то не усвоил сразу, то постепенно, при дальнейшем обучении пробелы заполняются и формируется единая картина экономической жизни общества. Для студентов неэкономического профиля количество таких дисциплин ограничено и не превышает 5 штук за весь период обучения [60, с. 165]. Исходя из этого педагогу приходится адаптировать свои наработки для того, чтобы сформировать необходимые знания, умения и навыки, а также привести обучающихся к видению упомянутой единой картины экономической жизни

общества в условиях ограниченного количества лекционных и семинарских/практических занятий.

Далее необходимо рассмотреть особенности управленческо-экономических дисциплин при организации процесса обучения.

Результатами освоения управленческо-экономических дисциплин обучающимися является сформированность ряда важнейших качеств, которые пригодятся им в дальнейшей профессиональной деятельности независимо от профиля (экономический и неэкономический). Это экономическое мышление и поведение, которое в настоящее время является актуальным для все профессий в связи с политикой нашего государства, а также способность находить различные выгодные экономически пути решения проблемы в различных ситуациях [13, с. 2]. Современные работодатели желают иметь не просто работника, который обладает всеми необходимыми профессиональными умениями, но и специалиста, который имеет предпринимательские способности, знает как эффективнее решить ту или иную проблему и обладает высокой мобильностью.

Это означает, что особое место должно быть отведено отбору содержания на такие учебные дисциплины. Он должен осуществляться на основе следующих принципов: формирование профессиональных знаний, напрямую связанных с текущей экономической и социальной ситуациями; учет возрастных особенностей студентов, преобладание практическое направленности, актуальность информации ее постоянная новизна [49, с. 54].

В результате изучения управленческо-экономических дисциплин у обучающихся должны формироваться следующие личностные качества: логическое мышление, упорство, инициативность, коммуникабельность, ответственность за работу и принятые решения и конкурентоспособность [42, с. 12].

О.А. Пучкова считает, что выполняя учебные задания, обучающиеся овладевают комплексом следующим ЗУН: упорство, способность находить нестандартные и различные пути решения проблемы в различных жизненных

и профессиональных ситуациях, адаптация и мобильность, анализ и корректировка траекторий своей будущей профессиональной деятельности [54, с. 57]. Из этого делаем вывод, что управленческо-экономические дисциплины считаются эффективным средством профилактики выученной беспомощности в силу того, что задания носят в большей степени творческий характер и положительно скажутся на развитии личностных качеств, которые и необходимы для достижения предотвращения изучаемого феномена.

Помимо учебных дисциплин в колледжах преподаются профессиональные модули управленческо-экономического характера. Профессиональный модуль (ПМ) – часть основной профессиональной образовательной программы, имеющая определенную логическую завершенность по отношению к заданным ФГОС результатам образования [40]. Целью освоения профессионального модуля является формирование профессиональных компетенций, в тех видах деятельности, которые указаны в РПД. Для проверки освоения учебного материала и сформированности компетенций каждый такой модуль заканчивается учебной и производственной практиками.

Преподаватели, которые ведут профессиональный модуль используют межпредметные связи с другими схожими дисциплинами (по профилю освоения), например, экономика организации, управление персоналом, основы предпринимательской деятельности, финансы и кредит, налоги и налогообложение.

В силу того, что профессиональный модуль состоит из нескольких дисциплин, объединенных для профильного освоения, то это дает возможность достичь наиболее лучших результатов в профессиональной деятельности, в частности, как отмечает В.И. Бусов, благодаря тому, что обучение идет в основном на решение экономико-управленческих проблем, которые актуальны в настоящее время и меняются по изменению ситуации [65]. Такие проблемы могут быть представлены в виде кейсов, деловых игры, проблемных ситуаций и т.д.

Необходимо отметить, что помимо главенствующей роли экономических отношений в стране, также имеется преемственность восприятия между различными ступенями образования, со школы до университета. Это означает, что при выявлении и создании психолого-педагогических условий в процессе обучения необходимо опираться на возраст обучающихся, потому что в колледже могут проходить обучения как подростки, так и взрослые люди. В нашем исследовании акцентируем внимание на юношеском возрасте (ранняя юность) (15-18 лет) по возрастной периодизации Д. Б. Эльконина [80, с. 75, 263]). Юность – завершающий этап первичной социализации. В психологических периодизациях А.Н.Леонтьева, Д.Б. Эльконина акцентируется внимание на смене ведущего типа деятельности, которой в юношеском возрасте становится учебно-профессиональная деятельность и взаимодействие с одноклассниками. При организации процесса обучения необходимо учитывать групповое взаимодействие, то есть работа в группах или по-другому активное взаимодействие с другими обучающимися, но не стоит забывать, что в СПО обучение, как описывалось выше, должно иметь практикоориентированный характер. Данное условие означает, что преподавателю необходимо организовывать групповую работу обучающихся по практикоориентированным заданиям, выполнение которых позволит им формировать у себя профессиональные и личностные качества в процессе решения.

Рассматривая студенчество как «особую социальную категорию, специфическую общность людей, организованно объединенных институтом высшего образования», И.А. Зимняя выделяет основные отличительные характеристики студенческого возраста: познавательная мотивация, находящаяся на высоком уровне развития, социальная активность, которая превышает значения у других групп населения, высокий уровень образования [29].

Таким образом, под процессом обучения следует понимать педагогическую систему, состоящую из подчиненных друг другу компонентов, взаимодополняя друг друга они способствуют активному взаимодействию педагога и обучающихся, в ходе которого преподаватель направляет деятельность студентов на формирование, усвоение и применение ЗУН, а также профессиональных и личностных качеств при помощи различных условий и методов.

В результате исследования различных подходов к процессу обучения управленческо-экономическим дисциплинам, выделяется ряд его особенностей. Первой особенностью является то, что процесс обучения рассматривается как система, состоящая из элементов подчиненных друг другу, центральное место в которой занимает субъект-субъектные взаимоотношения преподавателя и обучающихся без которого система не может существовать. Второй особенностью является ориентация на развитие личности обучающегося в процессе выполнения учебных задач. Третьей особенностью является то, что блок управленческо-экономических дисциплин позволяет обеспечить подготовку будущих специалистов в специально созданных производственных ситуациях, то есть связывается теория и практика, это достигается благодаря тому, что содержание данных дисциплин охватывает большую часть жизнедеятельности человека в настоящее время.

1.2. Выученная беспомощность у студентов колледжа как психолого-педагогическая проблема

Первые упоминания выученной беспомощности были описаны И.П. Павловым после его экспериментов. Эксперименты проводились над собаками, а их целью была выработка условного рефлекса при пищеварении в различных условиях (новые раздражители). При введении новой переменной в эксперимент, например, первым был электрошок, у подопытных животных происходило нарушение связей условного рефлекса [23, с. 40]. Также стоит отметить, что И.П. Павлов сделал вывод, согласно которому при воздействии сильных внешних условий, в данном случае- раздражителей, у животных

возникает торможение, которое носит длительный характер и преобладает некоторое время над другими процессами организма.

Феномен выученной беспомощности официально был открыт и описан в 1967 году Мартином Селигманом [62, с. 47-48], он по праву считается основоположником выученной беспомощности, потому что проводил эксперименты и научно доказал закономерности присущие данному феномену. Изначально автор рассматривал ее с точки зрения бихевиористического подхода, но в дальнейшем Селигман, на основе исследований Б. Вайнера предпринял попытки рассмотреть выученную беспомощность в когнитивном варианте – человек сопротивляется неудачам в зависимости от того, как он истолковал свои неудачи для самого себя. Он считает, что выученная беспомощность – это такое состояние индивида, при котором он во всех проблемных ситуациях, которые будут у него по жизни, проявит пассивность и безволие, потому что имеет приобретенную установку на то, чтобы не противиться травматическим событиям после многократного повторения попыток, которые были неудачными, контроля этих событий с его стороны. То есть проявлением выученной беспомощности будет являться пассивное поведение индивида в любой стрессовой ситуации.

Рассмотрим подходы различных авторов к определению выученной беспомощности.

По мнению Н.А. Батурина — это модель поведения, согласно которой не нужно оказывать сопротивления и принимать ответственность на себя в различных ситуациях [10, с. 21].

М.В. Полякова отмечает, что выученная беспомощность оказывает пагубное влияние на образовательный процесс вследствие того, что появляется отсутствие стремления обогащаться знаниями (нежелание учиться), после 2-3 неудачных попыток совершения действия [50, с. 162].

М.И. Еникеев считает, что — это состояние деятельной пассивности в отдельных ситуациях, возникающее в результате систематических неудач,

неустранимых помех; имеет тенденцию к генерализации - распространению на смежные виды деятельности [23, с. 70].

Исходя из вышеперечисленных понятий, можно сделать вывод о том, что все авторы рассматривают выученную беспомощность как состояние, которое возникло с человеком из-за отрицательной реакции на проблемные жизненные ситуации.

Помимо основоположника данного феномена, другие исследователи тоже вносили свой вклад в описание и выявления закономерностей выученной беспомощности. Например, вклад в науку Х. Хекхаузена заключается в том, что он подробно описывал развитие выученной беспомощности и ее динамику, им было выделено и описано четыре стадии её развития [69,70].

Первая стадия возникает при появлении ситуации, которую человек не в состоянии контролировать (это могут быть травмирующие или носящие негативный окрас события). Совершенные поступки влекут за собой результат, который человек изначально не планировал.

Вторая стадия характеризуется большим количеством действий и усилий, которые в конечном счете не помогут выйти из сложившейся проблемной ситуации. Человек начинает относить такие ситуации к случайным.

Третья стадия начинается с возникновением ощущения, что проблемные ситуации нельзя контролировать, что действия человека не приведут к планируемому результату. Таким образом, человек начинает заикливаться и сильно переживать.

Четвертая стадия характеризуется осознанием того, что действия, направленные на решение ситуаций, бессмысленны и нецелесообразны, они не в состоянии повлиять на ситуацию. Это приводит человека к появлению у него выученной беспомощности, которая характеризуется состоянием депрессии и тревожности.

О.Э. Афрамойвич и Г.П. Геранюшкина проведя исследования, выявили четыре сценария развития выученной беспомощности [15, с. 21].

1. Сценарий- разочарования. У человека наблюдается нарушения в представлении себя в реальном мире. У него присутствует установка противопоставлять себя реальному миру в силу того, что появляется убеждение об окружающем мире как фактора, который не дает ему возможности реализовывать свои жизненные цели.

2. Сценарий- ответственности. У человека появляется высокая требовательность к себе и к своим результатам, которая сопровождается повышенным уровнем ответственности, переходящим в гиперответственность, а также стремлением к жертвенности.

3. Сценарий- беззаботности. При появлении трудностей человек непроизвольно стремиться избежать их, а также негативных эмоций, которые появляются из-за того, что проблема осталась нерешенной. Поэтому человек переходит или стремиться перейти в состояние беззаботности из детства.

4. Сценарий- зависимости. На этой стадии человек идентифицирует себя с людьми, которые оказывают ему помощь или делают что-либо вместо него. Это происходит из-за того, что появляется надежда что человеку не придется самому решать проблему, за него возьмут ответственность и примут решение самостоятельно.

М. Селигман считает основными причинами формирования беспомощности [62, с. 115]:

- Опыт переживания неблагоприятных событий;
- отсутствие самостоятельности в детстве (родители не помогают ребенку сделать какое-либо действие, а выполняют его самостоятельно).

В.Г. Ромек также выделяет причины появления выученной беспомощности [57, с. 228]:

1. Отсутствие последствий. Заключается в том, что любое действие требует обратной связи. Если преподаватель выдает задание, но не поясняет для чего оно необходимо студенту в становлении его профессиональной деятельности, то студенту не будет интересно решать задание. Не сформируется понимание того, как решать задание и зачем оно ему нужно.

2. Однообразие последствий. Если на все достижения студента независимо от результата у преподавателя будет одна и та же реакция (например, положительный результат -только похвала, отрицательный - только неодобрение), то теряется мотивация к дальнейшему обучению. Последствия должны быть разнообразны и подходить под каждую ситуацию. Строить процесс обучения необходимо так, чтобы студент видел свое продвижение к поставленной цели.

3. Отсутствие видимой связи между действиями и их последствиями. Необходимо, чтобы было понятно, что влияет на результат, а что нет. Потому что иногда преподаватели могут быть слишком придирчивы, например, к аккуратности выполнения задания или предвзятое отношение со стороны педагога, и, студент не получает хорошей оценки, сколько бы он ни старался улучшить навыки решения определенных задач и теряется мотивация на дальнейшее обучение.

В науке рассматриваются четыре области проявления дефицита, из-за которого проявляется выученная беспомощность. Три области были выделены М. Селигманом в ходе его экспериментов – когнитивная, мотивационная и эмоциональная [62, с. 20], а Д.А. Циринг, при исследовании личностной беспомощности, выявила и обосновала четвертую – волевою область. М. Селигман первоначально не смог выделить волевою область в силу того, что подопытные животные не обладают волей и на тот момент американское психологическое сообщество не выделяла термин воля, считая его ненаучным, а использовало понятие устойчивость поведения, которое рассматривается и относится только к людям. В таблице 1 более подробно рассмотрена каждая область.

Таблица 1

Области проявления выученной беспомощности (по Д.А. Циринг)

Область	Характеристика	Проявления
---------	----------------	------------

Мотивационная	Неспособность осуществлять какие-либо активные действия в возникающей ситуации.	Избегание неудач, низкая самооценка, низкий уровень притязаний, а также недостаточная сформированность ценностных ориентаций.
Когнитивная	Трудность в обучении действиям, которые могли бы оказаться эффективными для решения похожих жизненных ситуаций.	Низкий уровень креативности личности, ригидность мышления, преобладание пессимистического атрибутивного стиля.
Эмоциональная	Состояние подверженности тревожности и депрессии, которое может возникнуть из-за того, что человек не видит пользы в своих действиях.	Состояние депрессии, высокая тревожность, замкнутость, низкий уровень самоконтроля, а также склонностью к чувству вины и ранимостью.
Волевая	Неспособность освободиться от влияния внешних обстоятельств	Слабая настойчивость при достижении целей, безынициативность, нерешительность, недостаточная выдержка, неспособность долго выполнять одни и те же действия.

Стоит отметить, что Г.В. Залевский определяет ригидность мышления как стремление использовать неадекватный способ выхода из сложившейся

ситуации [26, с. 41] в настоящее время и неспособность адаптироваться к изменяющимся условиям при понимании того, что изменения объективно необходимы.

И.В. Девятковская в своей работе выделяет следующую схему развития выученной беспомощности, которая представлена на рисунке 2 [22, с. 23]. Помимо этого, она обуславливает возможные будущие профессиональные деструкции обучающихся данным феноменом, исходя из того, что в процессе профессиональной деятельности она проявляется в снижении активности, отсутствии инициативы и избегании ответственности [21, с.156]. Под профессиональными деструкциями ученый имеет в виду разрушение качеств, необходимых для успешной профессиональной деятельности, а также однотипность в выполнении любой работы.

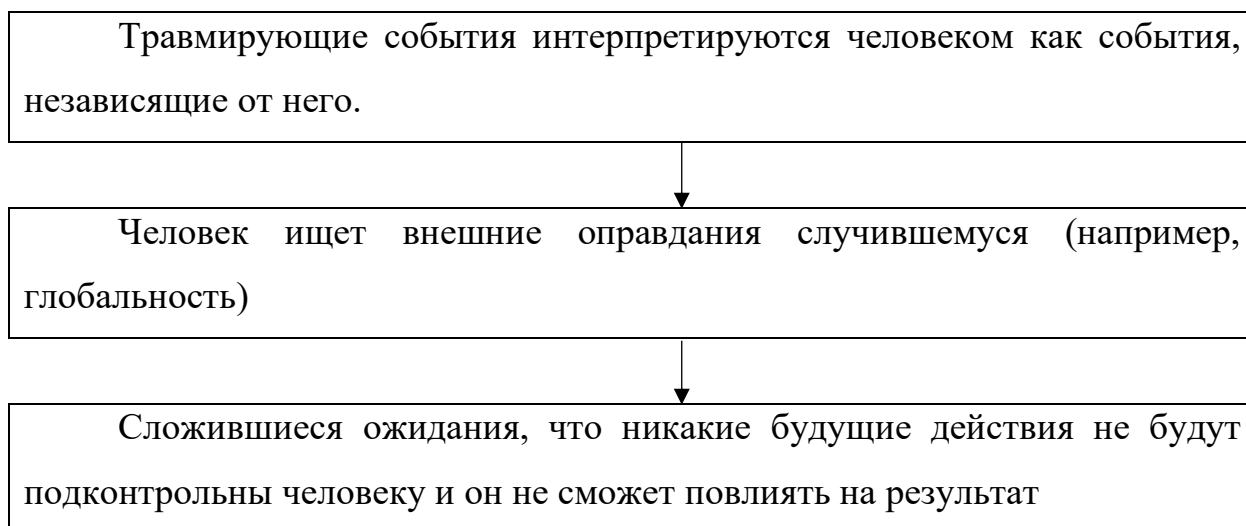


Рис. 2 Схема развития выученной беспомощности по И.В. Девятковской

М.В. Полякова выделяет внешние признаки, по которым возможно определить подвержен ли обучающийся выученной беспомощности. На учебных занятиях он проявляет недовольство как педагогом и его предметом, так и другими студентами словами, мимикой и конкретными действиями. Помимо этого, такие обучающиеся на протяжении всего учебного занятия в напряжении, могут проявлять гнев и пассивность к любой деятельности [50].

Л. Абрамсон и Дж. Тисдейл (последователь идей М. Селигмана) различают два вида выученной беспомощности [83]:

1. Универсальная - которая является сознательно невозможной для любого индивида.

2. Индивидуальную - которая уже обуславливается бессилием отдельно взятого индивида.

В отечественной психологии гипотезы о различении беспомощности как временного состояния человека и как устойчивой характеристики личности начали стремительно развиваться в начале 21 века, сначала – в работах Н.А. Батурина и Д.А. Циринг в своих диссертациях, а затем – в исследованиях Е.В. Веденеевой, И. В. Пономаревой и других.

Н. А. Батурин рассматривает беспомощность как ситуативную и личностную [10, с. 21]. В свою очередь, ситуативная представляет собой реакцию на происходящие события и является временным явлением, а личностная беспомощность – это устойчивое характеристика личности, которая малозначительно зависит от событий, происходящих в жизни человека. В основе этого вида беспомощности лежит психическое состояние, развивающееся в конкретной ситуации.

Д. А. Циринг в своих исследованиях отдельно рассматривает выученную и личную беспомощность [73, с. 38].

Выученная беспомощность — это состояние, которое с некоторой вероятностью возникает в результате реакции на травмирующие событие в жизни человека или нескольких таких ситуаций, которые можно охарактеризовать снижением доли попыток активно повлиять на проблему и преодолеть её. Она также отмечаем, что происходит снижение самооценки и появляется тенденция к постоянному подавленному настроению, когда речь заходит о таких проблемных ситуациях.

Д.А. Циринг отмечает, что личностная беспомощность не является частью выученной, а предлагает исследовать её как отдельный уровень этого явления. В силу того, что выученная беспомощность наблюдалась и у подопытных животных, а личностную имеется возможность наблюдать и анализировать только у людей. Исследователь считает, что данный вид

беспомощности является более сложным по структуре, потому что она может формироваться под воздействием двух видов факторов: внешних и внутренних. Причем внутренние факторы не могут полноценно формировать беспомощность, но являются источником риска, благодаря которым внешние факторы объективно сильнее влияют на развитие беспомощности у человека. Таким образом, внешние факторы являются главной причиной формирования личностной беспомощности у обучающихся [72].

В своих исследованиях И.В. Пономарева пришла к выводу, согласно которому причиной личностной беспомощности являются некоторые из стилей семейных взаимоотношений [51, с. 59]. Так, например, обучающиеся в подростковом возрасте могут наблюдать у родителей: старание защитить своего ребенка, которая переходит в гиперпротекцию, проявляют эмоциональное отвержение или жестокое обращение с детьми. Следующей причиной, как и у выученной беспомощности, являются события, которые невозможно было проконтролировать. К схожим выводам пришла и Л.М. Митина, которая обосновала психологические факторы модели деструктивного пути в профессии (маргинализм и прокрастинацию) появлением выученной беспомощности в периоде детства и подростковом возрасте. Она рассматривает данный феномен и особенности его влияния на еще несформированную личность в семье и образовательном учреждении, а также дает рекомендации по поводу организации процесса обучения, которые заключаются в формировании активной позиции обучающихся, в поиске и приобретении смыслов в профессии [41].

О роли образовательной среды в формировании беспомощности также пишут другие исследователи, например, Е.Б. Лактионова и С.Ю. Яневская. В их научной работе изучается образовательная среда в качестве социальной ситуации развития личности, ее влияния на подростка и появления у него личностной беспомощности [36]. Авторами определены два основных фактора пагубного влияния такой среды на обучающегося: учебная нагрузка и межличностные отношения со сверстниками и педагогами.

Наряду с личностной беспомощностью Е.В. Веденева и Д.А. Циринг рассматривают противоположный по значению качеств феномен, который они назвали самостоятельностью [14, с. 187]. Он характеризуется волевой активностью субъекта, креативностью и другими противоположными характеристиками, которые присущи выученной беспомощности, а значит ее можно рассматривать как условие профилактики. Стоит отметить, что В. С. Ротенберг, автор концепции поисковой активности (совместно с В.В. Аршавским), считает профилактикой выученной беспомощности развитие оптимистического атрибутивного стиля [34, с. 65] (когда негативные события воспринимаются как временные и не по вине человека, в то же время положительные события рассматриваются как постоянные и зависящие от действий и поступков человека), адекватной самооценки, а также появления опыта поисковой активности в любой сфере жизнедеятельности обучающегося. Такой опыт не появляется самостоятельно, поэтому необходимы наставники или по-другому помощники. Ими могут являться родители студента, куратор группы, психолог и другой педагогический персонал учебного заведения. Педагогам необходимо организовывать процесс обратной связи с обучающимися, а родителям демонстрировать то, как они контролируют внешнюю среду при поиске решения ситуаций. [81, с.154]

Атрибутивный стиль, по мнению Т.О. Гордеевой [16, с. 5], это когнитивная личностная характеристика человека, которая отражает то, каким способом он намерен объяснять причины событий, которые происходят в его жизни. Первым кто ввел данное понятие, был М. Селигман, он отметил, что атрибутивный стиль начинает формироваться в детстве, но изменяется по мере взросления человека.

Поисковая активность (способность к преодолению трудностей) – это на биологическом уровне детерминированная форма поведения индивида в условиях ситуации неопределенности. Человек в силу неоднозначности обстоятельств, чаще всего внешних, не имеет возможности гарантированно дать прогноз о результатах своей деятельности, но в то же время обладает

способностью адекватно оценить краткосрочные достигнутые результаты (исходя из поставленных им задач) на пути к конечной цели и изменить вектор поведения при необходимости [17]. Данную активность некоторые исследователи обозначают как движущую силу саморазвития. Исходя из описанных положений в таблице 1, можно сделать вывод, что поисковая активность относится к профилактике проявления выученной беспомощности в волевой области человека. В.В. Аршавский определяет её как компонент, который способствует устойчивости индивида к внешним факторам при стрессовой нагрузке на организм.

Сторонники теории поисковой активности, В.Г. Ромек и А.Л. Лихтарников, отмечают, что выученная беспомощность является поисковой активностью, но слаборазвитой [58, с 47].

Е.В. Забелина пишет о другой, коммуникативной активности [25, с. 60]. Она считает, что ее развитие позволит снизить проявление выученной беспомощности в когнитивном компоненте, а именно повысить преобладание оптимистического атрибутивного стиля за счет подробного объяснения происходящих в учебной деятельности событий. Помимо этого, также возможно частичное изменение структуры выученной беспомощности, если педагог поможет обучающимся нарушить взаимосвязь между отношением студента к его неудачам и проявлению тревожности, а также

Д.А. Циринг также пишет об эффективности профилактики выученной беспомощности при помощи изменения когнитивной области проявления беспомощности и изменении атрибутивного стиля и отмечает, что профилактика наиболее эффективна в раннем подростковом возрасте, а самым трудным возрастным периодом профилактики выученной беспомощности считает юношеский возраст [74]. Особое значение имеет правильно организованный процесс обратной связи, при нарушении которого появляются негативные представления о себе, снижение качества выполненных заданий и появление аффективных состояний, которые характеризуются повышенной эмоциональной окраской.

Необычное исследование провел С.А. Палеха, который использовал нестандартный подход в диагностике выученной беспомощности у обучающихся при помощи психофизиологического обследования «полиграфа» [45]

В ходе эксперимента полученные данные обрабатывались специальным алгоритмом математической обработки, что позволило достоверно получить и обработать данные и сделать выводы о наличии или отсутствии, или предрасположенности к данному феномену.

Н.В. Солнцева выделяет условия, благодаря которым есть возможность не допустить формирования выученной беспомощности [64, с. 179]:

- признание факта наличия проблемы и обращение за необходимой помощью в случае, если самостоятельно найти решение проблемы невозможно или кажется невозможным;

- активизация желаний и потребностей обучающегося;

- повышение закрепление адекватной самооценки;

- осознание своих прав как студента и как человека (каждый имеет право на ошибку);

- осознание собственных возможностей и от их наличия выработка стратегии решения;

- обобщение ситуаций и актуализация положительного опыта преодоления трудностей и неудач;

- формирование мысленного позитивного прогноза о будущих проблемных ситуациях;

- постановка и достижение поставленных перед собой целей;

- принятие ответственности за свои действия и поступки;

Таким образом, можно сделать вывод о том, что профилактика выученной беспомощности возможна. После анализа психолого-педагогической литературы резюмируем, что, если у студента будет развита адекватная и устойчивая самооценка, самоценность, ответственность за

достижение целей и стремление их достичь, то выученная беспомощность не сможет формироваться.

Помимо этого, В.С. Ротенберг пишет о важности преобладания случайных реакций над постоянными, потому что обучающийся самостоятельно увидит последствия и реакции не станут ожидаемыми [59].

И.И. Барковская считает, что формирование выученной беспомощности напрямую зависит от наблюдения человеком за поведением других людей, которые не в состоянии преодолеть проблему и поэтому сдаются, проявляют бессилие. (в детстве наблюдение за родителями, в подростковом и юношеском возрастах добавляется наблюдение за педагогом и случаи, показанные СМИ).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время выученная беспомощность все больше проявляется у различных категорий возрастных категорий и может становиться жизненной стратегией человека. Д.А. Циринг отмечает, что проводить коррекцию беспомощности сложнее у юношеского возраста, по сравнению с детским и подростковым [74, с. 66], поэтому целесообразным является проводить именно профилактику данного феномена у обучающихся колледжа.

1.3. Психолого-педагогические условия профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам

В толковом словаре Ожегова под профилактикой понимается совокупность мероприятий, которые будут оказывать упреждающий эффект на различные появляющиеся отклонения у человека, то есть такие мероприятия, цель которых состоит в сохранении здоровья человека и укреплении нормального состояния.

Н.В. Ипполитова и Н.С. Стерхова пришли к выводу, что условие – это совокупность или система причин и/или обстоятельств, объектов, которые влияют на развитие, формирование и функционирование какого - либо объекта (в том числе и педагогической системы, целостного педагогического процесса) [30, с. 12-13].

Стоит отметить, что в процессе обучения чаще всего создаются условия, которые базируются на двух аспектах: психологическом и педагогическом. Рассмотрим особенности каждого из них. Психологический аспект подразумевает изучение характеристик и областей проявления выученной беспомощности во внутренних структурах личности с целью направленного профилактического эффекта. В свою очередь, педагогический аспект отражает взаимосвязь первого аспекта с педагогическими факторами и механизмами, которые обеспечат планируемый результат снижения проявлений выученной беспомощности. Этот аспект также предполагает выбор условий, которые окажут наиболее значимый эффект на феномен выученной беспомощности, сохраняя при этом основную цель использования методов, приемов и технологий в учебной деятельности. Таким образом профилактику выученной беспомощности в процессе обучения рационально проводить при помощи психолого-педагогических условий.

О.Н. Чернова проведя исследования работ (А.Г. Тулегановой, Е.А. Ганина и В.Н. Мошкина) по выявлению психолого-педагогических условий, которые будут способствовать решению различных образовательных задач пришла к выводу, что такие условия можно разделить на три укрупненные группы [77, с. 312]:

- 1) информационные (содержание образования; когнитивная основа педагогического процесса);
- 2) технологические (методы, технологии, средства и приемы обучения; методическо-процессуальная основа педагогического процесса);
- 3) личностные (деятельность, поведение и общение, а также личностные качества субъектов образовательного процесса; психологическая основа образовательного процесса)

Таким образом, психолого-педагогические условия представляют собой совокупность взаимосвязанных целенаправленных мер воздействия педагога в образовательном процессе с использованием определенных приемов, методов и применением основных форм организации процесса обучения

(лекция, семинар, практическое занятие и т.д.), учетом психологического климата в группе, которые позволяют производить преобразование конкретных характеристик личности обучающегося.

В нашем исследовании будет рассмотрена совокупность психолого-педагогических условий, состоящая из трех взаимообусловленных условий, каждое из которых влияет на определенную область проявления выученной беспомощности согласно таблице 1.

Кратко перечислим описываемые условия, которые будут использованы в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам:

1. Использование педагогических стимулов.
2. Использование активных методов обучения.
3. Создание ситуаций успеха для обучающихся.

1. Для начала любого процесса необходим первоначальный побудитель, то есть такое средство, которое поспособствует активизации всей системы. Для профилактики выученной беспомощности у обучающихся необходим координатор, то есть педагог, но он должен обладать тем, что начнет процесс профилактики. В.Г. Пряникова предлагает в качестве такого средства педагогические стимулы и определяет их как воспитательные средства, обладающие особым потенциалом, выраженным в том, что они имеют способность побуждать обучающегося развиваться исходя из его внутренних движущих сил (мотивов) [18, с. 29].

В научной работе Т.В. Машаровой и Е.А. Агафоновой стимулирование и мотивация рассматриваются в роли взаимосвязанных понятий [39, с. 79-80]. В ходе анализа они выясняют, что оно произошло от латинского корня «motive», в значении «побудить кого-либо что-либо сделать», а стимул и мотив рассматриваются в роли движущей силы. Таким образом мотивация и стимулирование являются причиной, которая побуждает студента к активным действиям.

Поэтому первым психолого-педагогическим условием профилактики выученной беспомощности у студентов будет являться использование

педагогических стимулов в процессе обучения экономико-управленческим дисциплинам. Для объективного анализа определения педагогического стимулирования помимо интерпретации В.Г. Пряниковой необходимо рассмотреть определения стимула различными авторами.

Л.Ю. Гордин говоря о педагогических стимулах отмечал, что они являются побудителями первоначальных действий и в последующем активности на учебных занятиях отдельного взятого студента, а также являются промежуточным звеном в формировании высококвалифицированного специалиста.

З.И. Равкин подчеркивает такой стимул как особое средство, которое обладает серьезным педагогическим воздействием на обучающихся при решении образовательных задач [55, с. 70].

Таким образом, стимул представляет собой внешний побудитель (исходит от педагога), который активизирует действия обучающегося.

В нашем исследовании будем опираться на классификацию педагогических стимулов З.И. Равкина так как она является общепризнанной и отражает многолетний опыт работы автора. Он выделил следующие группы взаимодополняющих друг друга педагогических стимулов (основанием для выделения являются выполняемые стимулами функции) [55, с. 74]:

1. Эмоциональные стимулы. Они возникают из-за внешнего воздействия, которое чаще всего целенаправленно организовано преподавателем для побуждения у обучающихся проявления обратной связи (эмоционального ответного чувства) и как следствия, формирование мотива действия.

2. Стимулы, которые определяют готовность обучающихся к активной познавательной деятельности в процессе обучения, также эта группа стимулов выражается в хобби, мировоззрении, прогнозу к будущей профессии, требованиях к себе.

3. Стимулы, которые укрепляют статус личности и коллектива, их ролевое положение, с опорой на жизненный опыт как коллектива в целом, так и отдельного его участника и на общественное мнение.

4. Стимулы, которые помогают формировать ценностные ориентации личности и коллектива, примером может служить: идеалы которых стремиться достичь обучающийся или общественная значимость выполняемого задания.

Выделенные З.И. Равкиным группы педагогических стимулов позволяют проводить профилактику выученной беспомощности в различных областях проявления выученной беспомощности. Например, влияние на мотивационную область посредством повышения самооценки при помощи укрепления статуса личности. Результаты учебной деятельности необходимо подкреплять жизненным опытом студентов и общественной значимостью выполненной работы – обучающийся выполнил работу (к примеру, имитационное задание), которая относится к его будущей профессиональной деятельности, следовательно, такой студент следует пути, в конце которого он станет высококвалифицированным специалистом, в свою очередь, обществу всегда необходимы компетентные работники, значит обучающемуся для становления таким специалистом необходимо выполнять учебные задания, которые имеют практикоориентированную связь с будущей рабочей деятельностью.

Стимулы формирования ценностных ориентаций напрямую имеют возможность воздействовать на мотивационную область, но уже на недостаточную сформированность ценностных ориентаций. Например, при помощи идеалов, педагог направит деятельность студентов на анализ известных экономических деятелей и поспособствует принятию жизненных взглядов экономиста обучающимся, что послужит побудителем к формированию ценностных ориентаций.

Помимо этого, З.И. Равкин выделяет две стадии применения этих стимулов [55, с. 77]:

1. На этой стадии преподаватель разрабатывает стимулирующую программу, которая опирается на применение «побудителей-объектов» ими могут быть положительный пример достижения успеха в конкретной области, общественная значимость выполняемых практических заданий и общественное мнение касательно определенного вида деятельности или какой-либо профессии.
2. На данной стадии необходимо осуществить методическую реализацию стимулирующей программы, это подразумевает собой применение побудительных средств, к которым, в частности, относятся жизненный опыт студента (например, с практики), интерес, эмоциональная составляющая и, как и на первой стадии, общественное мнение.

Необходимо отметить точку зрения М.Г. Яновской, которая считает группу эмоциональных стимулов по классификации З.И. Равкина «одной из» [82, с. 111]. Она подчеркивает важность эмоциональных стимулов и считает, что их необходимо изучать в качестве самостоятельного педагогического явления. Автор пишет, что они не только позволяют создать условия для субъектной (собственной) позиции обучающегося в процессе обучения, но и устранить имеет ценность для самих педагогов, которые разрабатывают и используют методы и технологии для стимулирования обучающихся без явно выраженной назидательности (нравоучения).

2. Для профилактики выученной беспомощности целесообразно подумать и об успехе. Как мы выяснили в предыдущем параграфе, беспомощность появляется, когда человек терпит неудачи. Таким образом, если студент будет добиваться успехов, то у него не появится установка на избегание неудач, поэтому в качестве достижения успеха у обучающегося в его деятельности можно предложить создание ситуации успеха.

А.С. Белкин рассматривает ситуацию успеха как взаимодополняющие условия, которые направлены на создание потенциальной возможности достижение планируемых результатов в соответствии с уровнем притязаний группы студентов и каждого отдельного обучающегося [11, с. 65]. Такая

ситуация — это не только условия, созданные педагогом, но и появления чувства удовлетворения, радости у обучающихся от выполненной работы, которые индивидуальны для каждого обучающегося. Поэтому конечная цель использования ситуаций успеха состоит в том, чтобы каждый обучающийся пришел к осознанию своих возможностей, почувствовал наполняющую его радость и, в конечном итоге, поверил в себя.

Ю.В. Андреева считает, что использование, в нашем случае для профилактики выученной беспомощности, ситуаций успеха будет эффективно при наличии переживания чувств радости и гордости, личностной самостоятельности в процессе выполнения деятельности и как следствие, учебной компетентности [8, с. 6].

Признаки ситуации успеха:

- присутствие благоприятного психологического микроклимата на учебном занятии и эмоциональный контакт обучающихся и педагога;
- обучающимся заранее говорится об их положительных качествах;
- отсутствие прямой инструкции от преподавателя;
- сохранение и предание значимости личностной индивидуальности каждого обучающегося;
- наличие только объективных оценочных суждений;
- ранжирование учебных заданий и их выдача в соответствии с текущими способностями обучающихся;
- появление мотива у обучающихся к достижению наилучших результатов;
- положительная оценка каждого верно выполненного этапа задания обучающихся.

Технология создания ситуации успеха по А.С. Белкину [11, с. 91] имеет следующие этапы, представленные в таблице 2:

Таблица 2

Операции создания ситуации успеха

Этап/прием	Назначение этапа	Ключевые слова
<p>1. Преодоление страха</p>	<p>На данном этапе педагог оказывает поддержку обучающимся и помогает преодолеть неуверенность, нерешительность и другие факторы.</p>	<p>«Все люди совершают попытки и не всегда удачные, в этом нет ничего страшного, потому что только так получится запланированный результат».</p> <p>«Все всегда учатся на своих и чужих ошибках».</p> <p>«Эта тема была уже изучена нами, поэтому вы справитесь в ней нет ничего сложного».</p>
<p>2. Предварительная положительная оценка успешности будущей деятельности</p>	<p>Создает имидж педагога, уверенного в успехе обучающегося.</p> <p>При этом срабатывает педагогическое внушение, которое дает обучающемуся внутреннюю уверенность в своих силах.</p>	<p>«Я уверен, что у вас всё получится».</p> <p>«Вы же будущие профессионалы, наверняка справитесь с этим».</p>

<p>3. Завуалированная выдача инструкции или предупреждение заранее</p>	<p>Способствует гарантированно достичь лучшего результата и избежать поражения. Преподаватель использует намеки и пожелания, вместо наставления.</p>	<p>«Эта часть кажется полегче, может стоит начать с нее» «Интересно, как Вы начнете? С определения этого компонента или...»</p>
<p>4. Зарождение педагогом мотива</p>	<p>Преподаватель акцентирует внимание на значимости его усилий для самого обучающегося и для его окружения.</p>	<p>«Твоя помощь нужна твоим одногоруппникам, без нее им будет трудно достичь нужного результата и избежать ошибок» «В контексте Вашей деятельности это задание имеет</p>
<p>5. Сконцентрированное внимание на личностной индивидуальности обучающегося</p>	<p>Педагог обозначает уровень ответственности задания и подчеркивает важность совершаемых усилий</p>	<p>«Только тебе под силу выполнить такую работу...» «Вы такие молодцы! Только на вас вся надежда...»</p>
<p>6. Мобилизация активности обучающихся</p>	<p>Педагог стимулирует на выполнения деятельности.</p>	<p>«Столько идей, уже хочется поскорее начать» «Не терпится посмотреть на результат вашей работы»</p>

<p>7. Положительная оценка значимости выполнения деятельности</p>	<p>Обучающейся испытывает чувства радости и гордости за каждую выполненную им задачу, которые были необходимы для достижения конечного результата.</p>	<p>«Особенно мне понравилась вот эта часть твоей работы...» «Как превосходно ты сделал...» «Работа выполнена отлично, отдельно хочется отметить эту часть»</p>

Необходимо также отметить другие приемы, которые можно использовать для создания ситуаций успеха [7, с. 18-20]

-«эмоциональное или психологическое поглаживание»- разнообразная похвала и одобрение действий обучающихся, но необходимо помнить о чрезмерной похвале.

-«эмоциональный всплеск» – позволяет педагогу ободрить и побудить обучающихся на успех в задании, путем эмоциональной речи или определенной фразой, выражением.

- «опережающая установка» – позволяет предупредить появление негативных мыслей по поводу неудач, путем подготовки к возможным неудачам.

- «даю шанс» - ситуация, позволяющая студенту раскрыть в себе скрытые ранее возможности.

- «линия горизонта» - позволяет зафиксировать успех обучающегося и перенести его на решение заданий более высокого уровня.

- «обмен ролями» - позволяет раскрыть эмоционально-волевой потенциал обучающихся путем выбора желанной роли в ходе учебного занятия.

- «заражение» - позволяет создать целесообразное соперничество посредством успеха отдельного обучающегося и желания коллектива повторить его успех и тем самым прийти к осознанию общей радости.

Создание психологически комфортной атмосферы радости и одобрения на учебном занятии педагогом, создаваемой вербальными и невербальными средствами. Важно, чтобы стиль педагогического общения (по В.А. Кан-Калику) не был общением-заигрыванием (характеризуется понравится обучающимся и «влиться» в их коллектив»), иначе педагог потеряет авторитет и не сможет реализовывать ситуации успеха, потому что обучающиеся не будут верить в искренность его пожеланий. Оптимальным типом признается общение на основе увлеченности совместной деятельностью. В таком случае слова ободрения и поддержки, не приказные интонации, и корректность обращений (по имени), а также в совокупности выразительная мимика и жестикация (не должны быть властными или попустительскими), создадут благоприятную психологическую обстановку. Помимо этого, нельзя также забывать о позе преподавателя, она должна выражать открытость к обучающимся, к их точке зрения. Выполнив эти требования и создав ситуацию успеха у обучающихся сформируется стремление к успеху и качественный рост личностных достижений, это будет являться профилактикой областей проявления выученной беспомощности, а также способствовать решению поставленных познавательных учебных задач и достижению личного успеха в сфере самооценки, снижению тенденции к избеганию неудач и появлению решительности.

3. Профилактика выученной беспомощности будет происходить в процессе обучения, то есть на учебных занятиях, поэтому профилактике способствуют и методы, которые любой педагог всегда использует во время занятий. Мы рассмотрим активные методы обучения, потому что, согласно таблице 1, креативность и ригидность мышления, инициативность, замкнутость и другие проявления беспомощности наиболее эффективно поддаются профилактике именно во время активного взаимодействия в процессе обучения.

Г.П. Щедровицкий рассматривает такие методы как те, которые обладая целенаправленным формированием, способствуют получению знаний и

отработки умений в кратчайшие сроки и с наименьшими затратами для обучающихся [79, с. 61].

М.М. Новик отмечает, что при использовании активных методов обучения в процессе обучения наблюдается эффект повышения усвоения материала. Это происходит вследствие того, что учебный материал практикоориентирован и интересен обучающемуся, так как пригодится в профессиональной деятельности. Также ученый отмечает, что значительно усиливаются мотивация и активность обучения.

В нашем исследовании возьмем за основу классификацию В.А. Сластенина и Е.П. Белозерцева [48, с. 277], которая представлена в таблице 3. Их классификация наиболее полно раскрывает методы, которые имеет смысл использовать на экономико-управленческих дисциплинах.

Активные методы всегда подразумевают собой активное взаимодействия преподавателя и студентов, а также студентов между собой. Помимо этого, такие методы способствуют получению студентами начального профессионального опыта.

Таблица 3

Классификация активных методов обучения (по В.А. Сластенину и Е.П. Белозерцеву)

Имитационные методы		Неимитационные методы
игровые	неигровые	
<p>Деловые игры и их элементы, а именно: разыгрывание определенных ролей;</p> <p>Мозговые штурмы в различных модификациях;</p>	<p>Метод кейсов (в частности case-study);</p> <p>Обратная связь (по окончании учебного занятия или определенного вида деятельности);</p>	<p>Проблемная лекция с различными элементами;</p> <p>Эвристическая беседа;</p> <p>Учебные дискуссии;</p> <p>Олимпиада;</p>

<p>Проектирование игровое (например, различных аспектов проявления экономических явлений)</p>	<p>Решение производственных и ситуативных задач.</p> <p>Решение по инструкции.</p>	<p>Круглые столы (также семинары);</p> <p>Различные типы лекций (например, в форме конференции, дискуссия обзорная, и др.);</p> <p>Программированное обучение;</p> <p>Учебные занятия-экскурсии с заранее оговоренными проблемами;</p> <p>Групповые консультации.</p>
---	--	---

Активные методы улучшают качество и время усвоения новой информации обучающимися, а также способствуют развитию гибкого мышления, формированию умений и устойчивому познавательному интересу, но В.А. Сластенин отмечает, что невозможно использовать только активные методы обучения, потому что они требуют большого времени как на подготовку заданий преподавателю, так и самим проведением таких методов в условиях регламента учебного занятия.

В нашем исследовании мы будем использовать несколько активных методов обучения и, по возможности, чередовать их: деловая игра, элементы деловой игры, мозговой штурм и метод кейсов. Рассмотрим самые популярные методы:

Деловая игра представляет собой имитацию будущей профессиональной деятельности студентов. Д.В. Савельева отмечает, что чаще всего, в деловых играх присутствует соревновательный элемент, в ходе

такой игры у её участников повышается настроение, появляется ориентация на успех. Такие игры позволяют обучающимся изучать различные закономерности присущей тому или иному явлению с разных точек зрения. Помимо вышеизложенного, в таких играх существует возможность рефлексии, оценки своей деятельности по итогам игры [61]. Использование деловых игр на управленческо-экономических дисциплинах является рациональным, в следствии того, что присутствует огромное количество ситуаций или процессов, которые можно рассмотреть, имитируя профессиональную деятельность, также стоит отметить, что существующая возможность выбора, дает педагогу возможность выбрать такие ситуации, которые являются полезными или значимые для обучающихся.

Как отмечает Т.И. Авдеева, метод case-study дает возможность обучающимся самостоятельно анализировать, делать выводы и тем самым находить решение на поставленные вопросы, а не воспринимать готовое знание. Таким образом процесс получения знаний, которые получены в ходе решения кейса, является творческим заданием, выполняя которое, студент раскрывает свой интеллектуальный потенциал [3, с. 2]. Данный метод предоставляет возможность эффективно актуализировать и применять полученные ранее знания, при этом анализ реальных производственных ситуаций различных компаний позволяет обучающимся продумать способы решения выхода из таких ситуаций, это дает возможность проявить творческую инициативу, а значит повышает уровень креативности личности. Помимо этого, case-study позволяет отработать профессиональные действия, которые пригодятся ему в его рабочей деятельности по окончанию колледжа.

Проблемные лекции помимо приобретения новых знаний, способствуют к появлению у обучающихся поисково-исследовательской деятельности. Е.Н. Картушина акцентирует внимание на том, что задачей педагога на такой лекции является мобилизовать активность студентов на решение существующих объективных противоречий. Проблемная лекция возможно только в процессе сотрудничества преподавателя и обучающихся, в

таком случае обучающиеся находя решения к противоречиям, открывают для себя новую информацию [33, с. 108]. Стоит отметить, что такая лекция может служить инструментом для повышения или формирования самоконтроля у обучающихся, они должны внимательно слушать педагога, чтобы понять, где неточность, а значит контролировать свои эмоции и свое поведение.

Включение студентов в активную мыслительную деятельность обычно происходит путем создания проблемной ситуации, которая включает в себя некоторые противоречия и вопрос, ответив на который обучающиеся найдут решение проблемы. В.А. Слостенко отмечает, что такие ситуации не должны носить слишком сложный характер, а в идеальном варианте быть доступным каждому студенту, учитывая его познавательные возможности [48], если педагог успешно организовал проблемную лекцию и ее дидактическую единицу- проблемную ситуацию, которая связывает теоретических материал с практикой (будущей профессиональной деятельностью), то результатом такой педагогической деятельности будет являться не только, нахождение решения противоречий, но и значимость изучаемой темы для обучающихся.

Стоит отметить, Т.А. Панченко и Н.П. Долгих отмечают важность использования комплекса заданий на учебном занятии – от репродуктивного воспроизведения до творческого применения знаний в нестандартных ситуациях, для профилактики выученной беспомощности потому, что самостоятельная работа и умения, которые обучающийся применяет во время нее позволяют уменьшать зависимость студентов от преподавателей от учебной цели до выбора средств ее достижения [47].

Таким образом активные методы обучения, которые мы выбрали для использования на учебных занятиях в ходе исследования влияют на процесс профилактики выученной беспомощности следующим образом: имитационные неигровые (решение кейсов) влияет на когнитивный компонент через повышение гибкости мышления, уровня креативности; игровые (элементы деловой игры- воспроизведение определенных ролей)

способствует преодолению замкнутости, снижение уровня тревожности при активном включении обучающихся в игру/ситуацию и неимитационные (проблемные лекции, учебные дискуссии) служат повышением настойчивости и целеустремленности при условии свободного обсуждения темы обмен позициями между самими обучающимися и между ними и педагогом.

Необходимо также рассмотреть применение совокупности психолого-педагогических условий в зависимости от стадии развития выученной беспомощности. За основу возьмем стадии развития, предложенные Х. Хекхаузенем.

Первая стадия возникает при появлении неподконтрольной человеку ситуации, влечет за собой негативные результаты, которые человек не планировал. Если у обучающегося диагностировали эту стадию, то на ней целесообразно использовать активные методы обучения, в частности игровые методы. Потому что они позволяют имитировать профессиональную деятельность в целом или отдельные ситуации, а значит у обучающегося будет не только отрицательный опыт, но и, благодаря педагогу, положительный, что не допустит дальнейшего развития выученной беспомощности.

Вторая стадия характеризуется большим количеством действий и усилий, которые в конечном счете не помогут выйти из сложившейся проблемной ситуации. На этой стадии рекомендуется использовать педагогические стимулы, например, идеал или общественную значимость, если педагог правильно применит данные стимулы, то студент будет пытаться достичь успеха в ситуации, потому что его кумир так смог или из-за того, что эти усилия принесут ему общественное признание.

Третья стадия начинается с возникновением ощущения, что проблемные ситуации нельзя контролировать, человек начинает заикливаться и сильно переживать. На данной стадии в целях профилактики можно использовать ситуации успеха и эмоциональные стимулы, которые как раз и повлияют на эмоции и настрой обучающегося.

Необязательно использовать лишь одно условие на каждой стадии, но мы описали как наиболее рационально использовать психолого-педагогические условия, чтобы эффект от профилактики был максимален.

Подводя итог, можно отметить, что для профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения необходимо использовать совокупность психолого-педагогических условий. На учебных занятиях необходимо обеспечивать выполнения всех трех условий, так как в своей совокупности они оказывает влияние на все сферы проявления выученной беспомощности.

Далее нам необходимо определить критерии эффективности вышеописанных условий. Для начала определим, что такое эффективность. Рассмотрим определение Д.Н. Ушакова: «Эффективный- приводящий к нужным результатам, действенный, производительный, созидательный» [66, с. 791]. В нашей работе нужными результатами будут являться показатели развития определенных личностных качеств, мотивации и психологических состояний в различных областях (критерии эффективности представлены в таблице 4), поэтому под эффективностью будем подразумевать положительную динамику развития показателей, происходящих у студентов на учебных занятиях в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам.

Таблица 4

Критерии эффективности совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам

Критерии	Показатели
Готовность к выполнению разноуровневых учебных заданий	Выраженная надежда на успех.
	Адекватный уровень самооценки.
	Адекватный уровень притязаний.

Преобладание творческого мышления	Высокий уровень креативности личности.
	Гибкость мышления (низкий уровень ригидности).
Адекватное эмоциональное состояние	Низкий уровень тревожности и депрессии.
	Высокий уровень самоконтроля.
Устойчивая волевая активность	Устойчивое стремление к достижению отдаленных во времени целей – высокий уровень настойчивости
	Отсутствие затруднений в целеполагании.

Выбор критериев и показателей их эффективности психолого-педагогических условий обусловлен областями проявления выученной беспомощности, по исследованиям М. Селигмана и Д.А. Циринг.

Выводы по первой главе

Таким образом, в первой главе мы пришли к следующим выводам:

Процесс обучения управленческо-экономическим дисциплинам должен учитывать юношеский возраст обучающихся, способствовать формированию личностных и профессиональных качеств студента, проявляться в активном взаимодействии субъектов образовательного процесса и состоять из подчиненных друг другу компонентов, которые взаимообуславливают друг друга. На этот процесс влияет образовательная программа, специфика отдельных дисциплин, а также сложившиеся в настоящее время экономические установки.

Выученная беспомощность – это состояние, которое возникает в результате многократно повторяющегося негативного воздействия на обучающегося в различных ситуациях, которого не удалось избежать. В результате чего снижается самооценка, появляется депрессия и тревожность, страдают волевые качества личности такие как инициативность и решительность. В настоящее время в научном сообществе признано наличие четырех областей проявления выученной беспомощности у личности:

1. Мотивационная- неспособность осуществлять какие-либо активные действия в возникающей ситуации или уменьшении попыток предпринять действия.

2. Эмоциональная- выраженная подавленность и/или депрессивное состояние из-за безрезультатности своих действий.

3. Когнитивная- состояние неспособности или трудности обучения эффективным решениям аналогичных ситуаций.

4. Волевая- неспособность освободиться от влияния внешних обстоятельств, покорное подчинение происходящим событиям.

Отечественные ученые разделили беспомощность на ситуативную и личностную. Вторую принято считать отдельным феноменом на порядок выше, чем выученная вследствие того, что личность формируется только у

человека. Выученная беспомощность рассматривается как временное состояние, и как устойчивая характеристика личности.

Из-за того, что профилактику проводить гораздо эффективней чем коррекцию, нами была предложена совокупность психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа:

1. Использование педагогических стимулов в процессе обучения экономико-управленческим дисциплинам по классификации З.И. Равкина— эти стимулы позволят оказывать влияние на волевую и мотивационную области проявления выученной беспомощности через повышение самооценки (результаты учебной деятельности необходимо подкреплять жизненным опытом и общественной значимостью выполненной работы) и формирование ценностных ориентаций, обучающихся (идеалы, к примеру известные экономисты и управленцы).

2. Использование активных методов обучения на учебных занятиях (имитационные неигровые (решение кейсов) влияет на все области проявления выученной беспомощности через повышение гибкости мышления, уровня креативности; игровые (элементы деловой игры- воспроизведение определенных ролей) способствует преодолению замкнутости, снижение уровня тревожности при активном включении обучающихся в игру/ситуацию и неимитационные (проблемные лекции, учебные дискуссии) служит повышением настойчивости и целеустремленности при условии свободного обсуждения темы обмен позициями между самими обучающимися и между ними и педагогом.

3. Создание ситуаций успеха для обучающихся на учебных занятиях воздействует на волевую, эмоциональную и мотивационную области проявления выученной беспомощности через повышение самооценки, появление мотивации на успех, если педагог будет способствовать появлению чувства удовлетворения, радости у обучающихся от выполненной работы.

Эта совокупность должна влиять на каждую область проявления беспомощности и тем самым демонстрировать свою эффективность. Помимо

этого, стоит отметить о необходимости использования диагностических методик для выявления положительной динамики отдельных показателей данного феномена, тем самым, доказывая эффективность подобранных условий.

Глава 2. Методическое обеспечение реализации профилактики выученной беспомощности в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам в колледже

2.1. Программа опытно-экспериментальной работы по созданию условий профилактики выученной беспомощности обучающихся колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам.

В соответствии с задачами нашего исследования необходимо определить цель, задачи, этапы и описать методы, которые позволят провести опытно-экспериментальную работу.

Цель опытно-экспериментальной работы мы определим, как проверка эффективности совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у обучающихся колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам, а именно междисциплинарному курсу 04.02. «Продвижение товаров и услуг».

Исходя из цели опытно-экспериментальной работы, мы определим ее задачи в следующем порядке:

1. Определение этапов опытно-экспериментальной работы и сроков их выполнения.
2. Анализ программно-методического обеспечения МДК 04.02. для исследования возможностей и трудностей при реализации совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности.
3. Отбор методов диагностики для выявления показателей выученной беспомощности.
4. Диагностика уровня проявления выученной беспомощности обучающихся колледжа на констатирующем этапе.
5. Реализация совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у обучающихся в процессе обучения МЛК 04.0.2. «Продвижение товаров и услуг».

6. Диагностика уровня проявления выученной беспомощности обучающихся колледжа на контрольном этапе.

7. Оценка эффективности совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у обучающихся колледжа на основе анализа полученных данных и их обработке в соответствии с выделенными критериями.

В соответствии с задачами опытно-экспериментальной работы нами были определены ее этапы, а также приблизительные сроки их выполнения в таблице 5.

Таблица 5

Этапы опытно-экспериментальной работы и их сроки выполнения

Цель этапа	Содержание этапа	Сроки выполнения этапа
Констатирующий этап		
Формирование исходных данных, которые необходимы для определения первичной диагностики проявления выученной беспомощности у обучающихся и дальнейшей ее профилактики в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам.	<p>1. Анализ программно-методического обеспечения МДК 04.02. для разработки конспектов учебных занятий с применением совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности.</p> <p>2. Проектирование конспектов учебных занятий, с учетом требований ФГОС, программы профессионального модуля 04., календарно-тематического плана и внедрения в них совокупности</p>	Январь-Май 2020 г.

	<p>психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности.</p> <p>3. Отбор методов диагностики для выявления выученной беспомощности у обучающихся в соответствии с критериями и их показателями.</p> <p>4. Проведение первичной диагностики выявления выученной беспомощности у обучающихся.</p> <p>5. Анализ результатов первичной диагностики.</p>	
Формирующий этап		
<p>Реализация совокупности психолого-педагогических условий, обеспечивающих профилактику выученной беспомощности на учебных занятиях МДК 04.02 с целью снижения уровня риска появления данного феномена</p>	<p>1. Проведение специально разработанных учебных занятий с использованием совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности.</p>	<p>Апрель-май 2020 г.</p>

Контрольный этап		
<p>Выявление конечной эффективности использования совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности</p>	<p>1. Проведение повторной диагностики выявления выученной беспомощности у обучающихся с целью выявления уровня динамики.</p> <p>2. Анализ полученных данных.</p> <p>3. Оценка уровня эффективности использования совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у обучающихся.</p>	<p>Май-Июнь 2020 г.</p>

Основой опытно-экспериментальной работы являются используемые в ее рамках методы исследования. В нашем исследовании в ходе опытно-экспериментальной работы мы планируем использовать следующие методы:

-Анализ учебно-методической документации.

-Опрос и наблюдение в ходе учебного занятия, позволяющие выявить и исправить внешние признаки проявления выученной беспомощности у обучающихся (недовольство действиями педагога, напряжение на протяжении всего учебного занятия, пассивность в любой деятельности) (формирующий этап);

-Тестирование при помощи специально подобранных диагностических методик, позволяющий выявить первоначальное состояние выученной беспомощности у обучающихся и проследить динамику после внедрения в учебный процесс совокупности психолого-педагогических профилактики (констатирующий и контрольные этапы).

Сочетание предложенных методов позволит выявить изменения по предложенным критериям и их показателям. Необходимо рассмотреть

методики диагностики на каждую область, в которой может проявляться выученная беспомощность у обучающихся, эти данные отражены в таблице 6.

Таблица 6

Методики диагностики согласно областям проявления выученной беспомощности и их описание

Критерий	Методики диагностики	Определение значения методики
Готовность к выполнению разноуровневых учебных заданий (мотивационная область)	Опросник А. А. Реана «Мотивация успеха и боязнь неудачи» [56, с.12].	Данная методика определяет тенденцию на позитивную (надежда на успех) или негативную (боязнь неудачи) мотивации в процессе обучения, а также их промежуточные состояния. Содержит 20 вопросов.
	Методика Дембо-Рубинштейн модификации А.М. Прихожан [52].	Позволяет определить уровень самооценки и притязаний обучающихся по шести параметрам в двух состояниях: текущее и желаемое состояния по каждой школе со средним баллом исходя из всех них.
Преобладание творческого мышления	Диагностика личностной	На основе данной методики определяются 4 особенности креативной личности (склонность к

(когнитивная область)	креативности Е. Е. Туник [67, с. 42-44]	риску воображение, любознательность и познание сложные явлений), интерпретируя результаты тестирования выявляется общий балл креативности и балл по каждой особенности отдельно. Содержит 50 вопросов.
	Томский опросник ригидности (ТОР) Г.В. Залевского [20, с. 180-190].	Определяет уровень психической ригидности мышления на основании интерпретации 5 подвидов ригидностей. Содержит 141 вопрос.
Адекватное эмоциональное состояние (эмоциональная область)	«Диагностика тревожности и депрессии» (ТИД) А.А. Карелина [32, с. 37]	Позволяет оценить уровни тревожности, депрессии и на этой основе сделать вывод о психическом состоянии обучающегося. Содержит 20 вопросов.
Устойчивая волевая активность (волевая области)	Тест – опросник А.В.Зверькова, Е.В. Эйдмана «Исследование волевой саморегуляции» [27].	Предназначен для определения уровня развития волевой саморегуляции. В понимании авторов это -мера овладения собственным поведением в различных ситуациях, способность сознательно управлять своими действиями, состояниями и побуждениями, вывод об общем уровне саморегуляции делается

		исходя из анализа двух субшкал «самообладания» и «настойчивости». Содержит 30 вопросов.
	Опросник «Цель-Средство-Результат» (ЦСР) А. А. Карманов [38, с. 248-250].	Позволяет выявить наличие или отсутствие проблем с целеполаганием обучающихся и также определить достоверность ответов. Содержит 32 вопроса.

Таким образом, представленная программа опытно-экспериментальной работы, позволит проверить эффективность внедряемой совокупности психолого-педагогических условий, обеспечивающих профилактику выученной беспомощности и оценить ее согласно критериями и их показателям.

2.2. Анализ программно-методического обеспечения междисциплинарного курса «Продвижение товаров и услуг»

Для проведения профилактики выученной беспомощности в рамках нашей исследовательской работы необходим анализ программно-методического обеспечения междисциплинарного курса 04.02. «Продвижение товаров и услуг», который относится к профессиональному модулю 04 «Оценка конкурентоспособности товаров и услуг» и является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров (углубленная подготовка)

Необходимо определить, что подразумевается под междисциплинарным курсом. Согласно определению М.М. Амреновой – это система знаний, умений и практического опыта, отражающая специфику вида профессиональной деятельности и обеспечивающая освоение компетенций при прохождении обучающимися практики в рамках профессионального

модуля. [6] Определение профессионального модуля и его отличительные особенности были рассмотрены нами в первой главе настоящей работы.

Исходя из анализа второго раздела профессионального модуля, данный МДК позволяет формировать у обучающихся управленческое мышление, направленное на рациональную организацию и управление рекламной деятельностью компании, а также предпринимательские навыки, связанные с проведением маркетинговых исследований, созданием клиентоориентированной рекламы с учетом влияния психологии на потребителя и изучение правовых основ предпринимательской деятельности, в частности закон "О защите прав потребителей". Стоит отметить и наличие межпредметных связей с другими дисциплинами, которые способствуют комплексному развитию профессиональных компетенций будущего специалиста. К примеру, связь междисциплинарного курса 04.02 «Продвижение товаров и услуг» с дисциплиной «Психология общения», что позволяет обучающимся эффективней разрабатывать методы по формированию долгосрочного предпочтения к товару с учетом физиологических и духовных потребностей покупателей и использовать психологические методы воздействия рекламы.

В программе ПМ 04 и КТП МДК 04.02. присутствуют учебные пособия, как для составления документации, так и в качестве методического обеспечения учебного занятия, которые должны использоваться только в высших учебных заведениях, это означает, что они могут быть не адаптированы под СПО и возрастные особенности обучающихся и существует вероятность нарушение восприятия подаваемого материала педагогом, если он предварительно не переработал информацию и не изучал главы, которые собирается рекомендовать студентам к чтению. Акцентируется внимание на этой проблеме, потому что существует вероятность, что у обучающегося появятся симптомы выученной беспомощности в силу того, что он подумает о своих ограниченных способностях при изучении неадаптированной информации.

В соответствии с учебным и календарно-тематическим планами, количество часов, отведенное на освоение междисциплинарного курса – 42 часа, из них: 28 часов обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося, 14 часов самостоятельная работа обучающегося. В связи с тем, что данный курс является частью профессионального модуля, то мы обозначим цель его изучения: формирование у обучающихся системы компетенций, необходимых для выполнения вида профессиональной деятельности по оценке конкурентоспособности товаров и услуг. В вышеописанной цели речь идет о системе компетенций, которые формируются у обучающихся в ходе овладения видом профессиональной деятельности «Оценка конкурентоспособности товаров и услуг». Вышеупомянутая система состоит из следующих общих и профессиональных компетенций:

Общие компетенции:

- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
- ОК 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.
- ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Профессиональные компетенции:

ПК 4.1. Выполнять задания специалиста более высокой квалификации при проведении маркетинговых исследований.

ПК 4.2. Сравнивать конкурентоспособность аналогичных товаров и (или) услуг.

ПК 4.3. Планировать комплекс маркетинговых мероприятий.

ПК 4.4. Выполнять работы по формированию спроса на товары и услуги.

ПК 4.5. Выполнять работы по продвижению товаров и услуг.

Освоение междисциплинарного курса обучающимися завершается проведением дифференцированного зачета.

В процессе обучения данному курсу обучающиеся изучают 7 основных тем, время на изучение каждой из них составляет 2 часа, помимо этого в КТП представлены 7 практических занятий для каждой из тем, на которые тоже отводится по 2 часа. В качестве методического обеспечения в ходе выполнения практических задания представлена одна, и та же программа продвижения предприятия, что может являться причиной необъективности выполнения заданий, потому что в качестве примера используется один материал, а не несколько - для получения большей объективности и формирования гибкости мышления студентов на фоне различных вариантах ее составления. Преподаватель чаще всего использует лично-ориентированную и групповую технологии обучения, а также метод проектов. Формы и методы контроля и оценки состоят в основном из проверки конспектов и устного опроса на занятиях теоретического обучения, на

практических – ограничивается проверкой задания по критериям и собеседованием после решения ситуационных задач. В КТП обозначено и применение приемов, но они не уточнены ни в одном из учебных занятий, но на каждом из них указано формирование всех вышеперечисленных нами ОК, что подразумевает собой постоянную групповую работу, а также поиск и анализ какой-либо информации. При этом не на каждом учебном занятии обозначена групповая работа. Таким образом, для профилактики выученной беспомощности используются следующие технологии и методы (приемы не указаны, но заявлены): проблемное обучение, разработка проектов и решение ситуационных задач, на наш взгляд, этот список имеет смысл расширить для получения большей эффективности профилактики и оказания влияния на все области проявления выученной беспомощности.

Анализ программы ПМ 04 - МДК 04.02 и КТП позволяет выделить следующие существующие возможности реализации профилактики выученной беспомощности у обучающихся в процессе обучения МДК «Продвижение товаров и услуг»:

- Равное количество аудиторных часов для теоретических и практических занятий, что позволяет чаще использовать и чередовать активные методы обучения, а также применять ситуации успеха для осознания своих возможностей каждым обучающимся.

- Возможность для проявления креативности обучающихся в содержании тем изучения МДК, что позволяет разрабатывать творческие/исследовательские задания для обучающихся.

- Практикоориентированность содержания МДК, что облегчает использование педагогических стимулов, потому что появляется больше возможностей их использования (например, профессиональный опыт использования на практике различных рекламных методов или положительный пример использования брендинга и, как следствие, самобрендинга.

В силу того, что при помощи проанализированного нами календарно-тематического плана невозможно в полной мере реализовать профилактику выученной беспомощности с использованием совокупности психолого-педагогических условий, нами был разработан фрагмент КТП, который представлен в таблице 7 и который в полной мере поможет реализовать профилактику беспомощности. Необходимо отметить, что при его разработке мы опирались на ФГОС, учебный план и программу профессионального модуля 04.

Фрагмент календарно-тематического плана

На учебный год 2019-2020

Группа: 228 ТЭ

ПМ 04 Оценка конкурентоспособности товаров и услуг

Раздел 2. Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг.

МДК 04.02: Продвижение товаров и услуг

Специальность: 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

№ п/п	Тема	Часы	Тип у/з	УМО	АСР	ВСР	МПС
Раздел 2. Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг							
1	Прямой маркетинг	2	Формирование знаний	Учебное пособие, мультимедийная презентация, интернет-журналы, научные статьи	Оформление конспекта и составление кластера, решение производственных ситуаций	Составление текста рекламного обращения в зависимости от выбранного вида директ-маркетинга	ОГСЭ.03 Психология общения -ОП.03. Статистика -ОП.04. Информационные технологии в профессиональной деятельности

							-МДК 04.01. Маркетинговые исследования
2	Изучение инструментов директ-маркетинга	2	Формирование умений и навыков	Методические указания, раздаточный материал.	Выбор оптимального инструмента прямого маркетинга исходя из деятельности фирмы и участие в мозговом штурме для оценки влияния инструментов.	Составление памятки по выбору инструментов директ- маркетинга.	-ОГСЭ.03. Психология общения -ОП.04. Информационные технологии в профессиональной деятельности -МДК 04.01. Маркетинговые исследования
3	SMM (социальный медиамаркетинг)	2	Формирование знаний	Мультимедийная презентация, интернет- журналы,	Аргументирован ные ответы на вопросы с позиции	Анализ эффективности SMM компании по выбору	-ОГСЭ.03. Психология общения -ОП.03. Статистика

				научные статьи, учебники	выбранной роли, разработка интеллект-карты.	(количество переходов, область проживания, возраст аудитории и т.д.)	-ОП.04. Информационные технологии в профессиональной деятельности -МДК 04.01. Маркетинговые исследования
4	Проведения ранжирования инструментов социального медиамаркетинга	2	Формирование умений и навыков	Методические указания по решению индивидуальных заданий, раздаточный материал к заданию	Решение индивидуальных заданий и выполнение практической работы по анализу и ранжированию SMM (с выбором омской фирмы из	Написание эссе на тему «Какие инструменты SMM я буду использовать в своей деятельности»	-ОГСЭ.03. Психология общения -ОП.01. Основы коммерческой деятельности -ОП.02. Теоретические основы товароведения -ОП.03. Статистика -ОП.04. Информационные

					предложенного перечня)		технологии в профессиональной деятельности -МДК 04.01. Маркетинговые исследования
5	Брендинг	2	Формирование знаний	Учебные пособия, научные статьи, электронная маркетинговая платформа	Изучение методов формирования долгосрочного предпочтения к товару чтения и анализа научных публикаций.	Анализ методов, используемых рентабельными компаниями в различных отраслях (по выбору)	-ОГСЭ.03. Психология общения -ОП.01. Основы коммерческой деятельности -ОП.04. Информационные технологии в профессиональной деятельности -МДК 04.01. Маркетинговые исследования

6	Разработка методов по формированию долгосрочного предпочтения к товару	2	Формирование умений и навыков (деловая игра)	Раздаточный материал (задания кейсов и инструкция к ним)	С опорой на предыдущее учебное занятие и домашнее задание – разработка методов формирования долгосрочного предпочтения к товару	Создание рекламного буклета своей фирмы в Microsoft Publisher	-ОГСЭ.03. Психология общения -ОП.02. Теоретические основы товароведения -ОП.04. Информационные технологии в профессиональной деятельности -МДК 04.01. Маркетинговые исследования
7	Анализ эффективности продвижения товаров (услуг) предприятия	2	Контроль усвоения знаний	Методические указания, официальные интернет-сайты компаний, памятка по предыдущим	Выбор фирмы и анализ ее деятельности по продвижению товаров на рынки сбыта,	Подготовка ответов на контрольные вопросы по изученной теме (2.1.)	-ОП.01. Основы коммерческой деятельности -ОП.03. Статистика -ОП.04. Информационные технологии в

				учебным занятиям.	составление кластера.		профессиональной деятельности -МДК 04.01. Маркетинговые исследования
--	--	--	--	----------------------	--------------------------	--	--

Исходя из содержания фрагмента календарно-тематического плана, можно увидеть, что он предусматривает 3 теоретических и четыре практических занятия. Стоит отметить, что после каждого теоретического занятия, следует практическое по этой же теме, что позволяет формировать умения и навыки, с опорой на полученные знания.

Таким образом, представленный фрагмент КТП и конспекты учебных занятий, которые будут спроектированы в следующем параграфе не только согласованны, адаптированы под возрастные особенности обучающихся СПО и не нарушают специфику МДК в рамках выбранной специальности и других нормативных документов. Важно отметить и тот факт, что они формируют необходимые профессиональные компетенции, знания и умения, а также позволяют оценить эффективность профилактики выученной беспомощности по критериям, которые были обозначены в таблице 4. Количество учебных занятий было выбрано с учетом оставшихся тем и часов перед завершением данного курса и началом прохождения практики у обучающихся. Формы их проведения должны привести к нужным результатам применения совокупности психолого-педагогических условий.

2.3. Конспекты учебных занятий по управленческо-экономическим дисциплинам на основе использования совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у обучающихся колледжа

В данном параграфе представлены разработанные нами конспекты учебных занятий по адаптированному фрагменту КТП МДК 04.02 из таблицы 5, которые предполагают использование совокупности психолого-педагогических условий для профилактики выученной беспомощности у обучающихся. За основу выбора типа учебного занятия и его конкретных этапов была взята типология, разработанная И.М. Чередовым [76]

Конспект занятия №1

Тема: «Прямой маркетинг»

Тип учебного занятия: формирование знаний

Цель: способствовать формированию знаний о прямом маркетинге, его особенностях и формах, обеспечить процесс реализации профилактики выученной беспомощности путем направленного влияния, в основном, на мотивационную, эмоциональную области ее проявления

Задачи:

1. Изучить определения и преимущества использования директ-маркетинга.
2. Рассмотреть формы прямого маркетинга и изучить их характеристику.
3. Способствовать повышению интереса к будущей профессии через примеры деятельности и самостоятельное решение ситуаций.
4. Реализовать обоснованную совокупность психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности через использование трех видов педагогических стимулов, имитационного неигрового метода анализа производственных ситуаций и создания ситуации успеха.

Формируемые компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ПК 4.4. Выполнять работы по формированию спроса на товары и услуги.

Ожидаемые результаты:

Обучающиеся должны знать:

-особенности применения прямого маркетинга, его виды и их отдельные преимущества.

Обучающиеся должны уметь:

-Аргументированно отстаивать свою точку зрения и нести ответственность за результаты выполнения задания.

-Работать в команде.

В процессе профилактики выученной беспомощности обучающиеся должны:

- Адекватно оценивать свою деятельность на учебном занятии.
- Интерпретировать результаты своей работы в случае ненамеренно допущенных ошибок (неудачи), как возможность для последующего самосовершенствования.
- Активно участвовать в обсуждениях, выполнении учебных заданий.
- Активизировать аналитическое мышление для успешного целеполагания.

Методы и приемы:

Объяснительно-иллюстративный (лекция, беседа, инструктаж), репродуктивный, имитационный неигровой метод анализа производственных ситуаций., приемы «эмоциональное вхождение в урок», «кластер», «мультимедийная презентация», «группировка», «обсуждение домашнего задания».

Технологическая карта учебного занятия по теме «Прямой маркетинг»

Этап	Содержание деятельности педагога	Содержание деятельности обучающихся	Контрольно-оценочная деятельность	Результат	Реализация условий
Организационный	Приветствие студентов, отметка отсутствующих, проверка готовности обучающихся к занятию. Рассказывает интересные и юмористические факты о рекламе (например, если Вы сумели дожить до 65 лет, то, в среднем, Вам удалось посмотреть около двух миллионов рекламных роликов, а значит приблизительно это заняло 231 день).	Приветствие педагога. Слушают факты. Начинают мыслительную деятельность.		Взаимное приветствие Заполненный журнал посещения. Положительный эмоциональный настрой к учебному занятию у обучающихся.	Прием «Эмоциональное вхождение в урок» можно отнести к эмоциональным стимулам.
Постановка цели	Акцентирует внимание на фотографиях, которые появляются на слайде (общение людей, электронное письмо, стоп-кадр телевизионной рекламы, человек, отвечающий на телефонный звонок) мотивирует студентов	С интересом анализируют материал, на основе жизненного опыта пытаются связать разрозненные элементы. Высказывают свои убеждения по самому	Наблюдение за студентами, проявляющими неактивное участие, для последующего	Совместно определена и принята обучающимися тема у/з и его цель. Появление	Использование педагогических стимулов (укрепляющие статус личности и определяющие готовность к

	определить сначала тему у/з, исходя из анализа материала на слайде и собственного жизненного опыта при помощи наводящих вопросов, затем подталкивает к формулировке цели. Интересуется какой из способов на их взгляд наиболее эффективный.	эффективному способу. Начинают проявлять волевою активность.	исправления ситуации.	познавательной активности.	активной деятельности)
Актуализация знаний	Помогает проводить параллели с ранее изученным материалом (наружная и внутренняя) при помощи домашнего задания по определению типов рекламы. Спрашивает студентов о сложности выполнения д/з. Хвалит студентов за успешное выполнение. Подводит к изучению новой темы	Обсуждают домашнее задание. Определяют прямую связь между наружной, внутренней рекламой и прямым маркетингом (без посредников). Делятся впечатлениями о сложности задания. Проявляют выраженное адекватное психическое состояние.	Проверка домашнего задания (подобранной рекламы и ее соответствие видам)	Актуализированы знания обучающихся, они поделились своим мнением о возникших сложностях. Появления настроения на изучение темы.	Приемы создания ситуации успеха «Я и не сомневался, что вы легко справитесь с заданием!» (эмоциональное поглаживание)
Введение новых знаний	Используя презентацию power point в качестве наглядного средства, рассказывает материал	Анализируют примеры интерактивные примеры форм прямого	Наблюдение за поведением студентов и	Обучающиеся изучили новый материал,	Использование педагогических стимулов

	<p>по теме лекции студентам. Подчеркивает важность прямой рекламы в деятельности маркетолога, который отвечает за продвижения товара. В ходе лекции отвечает на вопросы студентов (в случае их возникновения), а также задает вопросы студентам для оценки уровня понимания ими лекционного материала.</p>	<p>маркетинга, слушают преподавателя, оформляют конспект, а также задают и отвечают на вопросы.</p>	<p>оформлением конспекта.</p>	<p>оформили конспект лекции.</p>	<p>(способствующие формированию ценностных ориентаций личности)</p>
<p>Первичное закрепление знаний</p>	<p>Организует процесс анализа и решения производственных ситуаций, настраивает студентов на успешное выполнение задания, связанного с определением выбора маркетологами вида директ-маркетинга (например, использование только e-mail рассылок, вместо совмещения их с почтовыми рассылками)</p>	<p>Разделяются на группы, анализируют ситуации, выражают надежду на успех, выделяют особенности. Настроены на успех. Проявляют гибкость мышления. Выступают с подготовленным ответом, слушают других обучающихся.</p>	<p>Проверка решения производственных ситуаций</p>	<p>Развитие критического мышления, навыка командной работы, закрепление знаний.</p>	<p>Создание ситуации успеха перед решением задания и после выполнения (преодоление страха, предварительная положительная оценка и т.д.) Использование имитационного неигрового метода анализа</p>

					производственных ситуаций.
Обобщение и систематизация знаний	Предлагает составить кластер по видам прямого маркетинга и их отличительным особенностям. Раздает памятки по его созданию. Пример: 	Анализируют полученную сегодня информацию, кратко ее фиксируют, составляют единый кластер.	Оценка логичности и лаконичности составленного кластера.	Обобщены и систематизированы знания.	
Подведение итогов обучения	Интересуется мнением обучающихся об учебном занятии в целом, подводит к выводу о важности директ-маркетинга в деятельности любой фирмы при помощи статистики удовлетворённости клиентов нескорыми каналами прямой связи с компаниями. Благодарит за работу на занятии.	Делятся своими впечатлениями от учебного занятия, высказывают свое мнение по поводу изученного материала, осознают значимость прямого маркетинга.	Наблюдение за обучающимися, с целью привлечения всей группы для обсуждения итогов.	Подведены итоги учебного занятия при помощи рефлексии.	Использование педагогических стимулов (формирующие ценностные организации личности и эмоциональные)

<p>Определени е домашнего задания</p>	<p>Определяет домашнее задание: написание текста для сообщения. Дает инструкции по подготовке. Записывает распределяемые виды прямого маркетинга. Отвечает на вопросы студентов.</p>	<p>Записывают домашнее задание, выбирают виды, разделяются на группы. Задают вопросы на уточнение.</p>		<p>Осознание домашнего задания студентами.</p>	
---	--	--	--	--	--

Лекционный материал:

Что вы знаете о прямом маркетинге? Какое он еще имеет название (директ-маркетинг)?

Потребители товаров и услуг во многих сегментах рынка предвзято относятся к рекламным компаниям, которые организуют маркетологи, это связано с тем, что им показывают большое количество однотипной рекламы. Производители уверены, что товар отличного качества найдут самостоятельно или при размещении по всем правилам товароведения его выберут. Какие Вы помните правила выкладки товаров? Даже такие признанные лидеры как P&G, Nissan или Advanced Micro Devices (AMD) не могут быть абсолютно уверены в надежности своих рыночных позиций. Фирма не просто должна продавать товары и регулировать его рыночную цену, но и давать задачу маркетологам разрабатывать и использовать креативные, заманивающие, рекламные обращения в различных формах, которые призваны убедить купить товар. Поэтому современным ключевым фактором маркетинга товаров являются коммуникации.

Прямой маркетинг — это интерактивная система, которая использует различные средства распространения информации для получения прямого потребительского отклика (запрос на дальнейшую информацию со стороны потребителей и заказ товара).

Прямой маркетинг - система специализированного взаимодействия с каждым отдельным индивидуумом, являющимся потенциальным покупателем. Рекламная кампания одновременно затрагивает несколько методов донесения информации, что гарантирует отклики от покупателей. При этом товар или услуга в равной степени могут предлагаться как населению, так и иметь B2B-формат (бизнес для бизнеса).

Прямой маркетинг – это комплекс мероприятий, при помощи которых фирмы успешно выстраивают прямые маркетинговые коммуникации персонально с каждым потребителем (часто в виде индивидуализированного диалога) своих товаров и услуг и устанавливают с ними длительные взаимовыгодные отношения.

При этом коммуникации носят двухсторонний характер, устанавливается эффективная обратная связь.

Прямой маркетинг обладает рядом характерных черт и свойств, совокупность которых определяет его существенные особенности. Чаще всего к ним принято относить: адресность и целевую направленность коммуникационного процесса; сфокусированность; прямоту общения с потребителем; контролируемость; способность адаптации к потребительским запросам; высокая значимость личности продавца (торгового агента); дороговизна стоимости контакта в расчете на одного покупателя; наличие, устойчивость и эффективность обратной связи.

Исходя из имеющихся и полученных знаний попробуйте сформулировать формы прямого маркетинга.

Основные формы(инструменты) прямого маркетинга:

- персональные (личные) продажи - непосредственное взаимодействие с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью организации презентаций, ответа на вопросы и получение заказов;
- прямой маркетинг по почте - включает почтовую рассылку писем, рекламных материалов, буклетов и др. потенциальным покупателям по адресам из списков рассылки;
- продажи по каталогам - использование каталогов товаров, рассылаемых покупателям по почте либо продающихся в магазинах;
- маркетинг по телефону (телемаркетинг) - использование телефона в качестве инструмента прямой продажи товара покупателям (call-центры и так далее.);
- телевизионный маркетинг прямого отклика - маркетинг товаров и услуг посредством рекламных телевизионных (или радио) программ с использованием элементов обратной связи (как правило, номера телефона);
- интерактивный (онлайнный) маркетинг - прямой маркетинг, осуществляемый посредством интерактивных услуг компьютерной связи в реальном масштабе времени.

Какие, на ваш взгляд, недостатки у этих форм? Устарела ли sms-рассылка?

Широко известная фирма «Хаггис» организует акцию. Всем женщинам, которых выписывают из роддома после родов, предлагают получить бесплатные памперсы. Мамы заполняют специальную анкету и переходят к общению с фирмой-реализатором товара, получая при этом скидки, уникальные предложения и подарки. Эта кампания предполагает большие траты в 10–20 млн долларов, но идеально попадает в целевую аудиторию. Естественно, что расходы на подарки окупились средствами, полученными от дальнейших продаж, ведь на приобретение подгузников уходит несколько сотен долларов США ежегодно. Проводить такие рекламные акции можно только при предварительном анализе, сверив расходы и прибыль.

Знаете ли Вы другие примеры?

По мнению большинства специалистов, переход от массового маркетинга к индивидуальному связан с изменениями, происходящими в домашнем хозяйстве, с появлением технологически сложных продуктов, новых способов совершения покупок и их оплаты, с интенсивной конкурентной борьбой, с развитием дополнительных каналов распределения и новых информационных технологий.

Конспект занятия №2

Тема: Изучение инструментов директ-маркетинга

Тип учебного занятия: формирование умений и навыков

Цель: способствовать формированию умений применения прямого-маркетинга для продвижения товаров и услуг, обеспечить процесс реализации профилактики выученной беспомощности путем влияния, в основном, на когнитивную, волевую области ее проявления

Задачи:

1. Формирование умения выбора инструментов директ-маркетинга при помощи анализа деятельности компании и ее сферы деятельности.
2. Формирование умения создания решения для продвижения товаров и услуг на рынке при помощи инструментов прямого маркетинга.
3. Способствовать повышению интереса к будущей профессии через активную деятельность обучающихся.

4. Реализовать обоснованную совокупность психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности через использование активных методов обучения, приемов создания ситуаций успеха, в частности, «линия горизонта» и трех видов педагогических стимулов.

Формируемые компетенции:

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами.

ПК 4.5. Выполнять работы по продвижению товаров и услуг.

Ожидаемые результаты:

Обучающиеся должны знать:

-Виды прямого маркетинга, особенности использование различных инструментов.

Обучающиеся должны уметь:

-Выбирать инструменты директ-маркетинга и эффективно их использовать для продвижения товаров и услуг, а также эффективно работать в команде.

В процессе профилактики выученной беспомощности обучающиеся должны:

- Адекватно оценивать свою деятельность на учебном занятии.

- Интерпретировать результаты своей работы в случае ненамеренно допущенных ошибок (неудачи), как возможность для последующего самосовершенствования.

- Успешно выполнять разноуровневые задания для уменьшения зависимости от стандартизированных действий.

- Развивать творческое мышление.

- Участвовать в целеполагании.

Методы и приемы:

Объяснительно-иллюстративный, репродуктивный, частично-поисковый, мозговой штурм, приемы «домысливание», «обсуждение выполнения д/з».

Технологическая карта учебного занятия по теме «Изучение инструментов директ-маркетинга»

Этап	Содержание деятельности педагога	Содержание деятельности обучающихся	Контрольно-оценочная деятельность	Результат	Реализация условий
Организационный	Приветствует обучающихся Выясняет состояние готовности студентов. Отмечает отсутствующих.	Приветствуют педагога. Отвечают на вопросы.		Взаимное приветствие, заполнен журнал посещения, определена готовность к работе.	
Постановка цели	Спрашивает о цели предыдущего учебного занятия, подводит к практической составляющей учебного занятия, подчеркивает важность связи между знаниями и умениями на перспективу.	Вспоминают о прошедшем учебном занятии и его цели, устно анализируют план учебных занятий (после теоретического, всегда идет практическое учебное занятие). Стремятся избежать ошибок в целеполагании. Делают вывод о формировании навыков,	Наблюдение за студентами, проявляющими неактивное участие, для последующего исправления ситуации.	При помощи педагога обучающиеся самостоятельно определяют цель учебного занятия.	Использование педагогических стимулов (готовность к активной деятельности)

		касательно прямого маркетинга.			
Проверка домашнего задания	Сообщает о проверке домашнего задания. Слушает рекламные сообщения, дает возможность высказаться другим студентам, отмечает недочеты и объясняет их для недопущения подобных ошибок в дальнейшем, подчеркивает важность умения их составлять для будущей профессиональной деятельности.	Зачитывают рекламные сообщения, проводят самоанализ, слушают других обучающихся, реалистично оценивают свои возможности.	Проверка домашнего задания по критериям грамотности и соблюдением норм рекламных текстов, изученных ранее.	Проверено домашнее задание, обучающиеся узнали и осознали допущенные ими ошибки.	Использование педагогических стимулов (формирующие ценностные организации личности и эмоциональные)
Актуализация знаний	Начинает проводить опрос, исходя из полученных знаний на прошлом учебном занятии.	Активизируют мыслительную деятельность, отвечают на вопросы педагога.	Качество ответов на вопросы	Актуализированы знания студентов при помощи проведенного опроса	
Выполнение упражнений реконструк	Настраивает обучающихся на выполнение задания по выбору оптимального инструмента прямого маркетинга для продвижения товаров исходя из	Выполняют задание, анализируют деятельность фирмы, высказывают аргументированное мнение. Проявляют готовность к	Проверка решения задания	Обучающиеся воспроизвели полученные знания для их применения	Создание ситуации успеха с использованием приема линия горизонта. Использование имитационного

тивно-вариативно го типа	деятельности компании и описания ее клиентов. По мере необходимости помогает обучающимся. Проверяет выполнение задания.	выполнению разноуровневых заданий.		в учебной ситуации.	неигрового метода: решение практического задания по завуалированной инструкции.
Выполнение упражнения творческого типа	Раздает роли обучающимся, учитывая их индивидуальные особенности, акцентирует внимание на предстоящем задании. Организует обучающихся на активную деятельность путем мозгового штурма для подбора идей с целью продвижения товаров и услуг исходя из выбранных инструментов прямого маркетинга.	Разделяются на группы, активизируют творческое мышление, предлагают идеи, выступают и защищают их, высказывают конструктивную критику идей для других команд, сохраняют самообладание при критике их работы.	Слаженная командная работа при мозговом штурме и качество конечных идей.	Определено влияние инструментов директ-маркетинга на продвижение товаров и услуг.	Создание ситуации успеха при помощи приема «эмоциональный всплеск» Использование имитационного игрового метода: мозговой штурм.
Контроль сформированности умений и навыков	Раздает студентам методические указания по выполнению задания, направленного на поиск ошибок при выборе инструментов, предварительно положительно	Изучают и выполняют задание, начинают адекватно оценивать свои возможности, беседуют с педагогом, проявляют сдержанность.	Выполнение заданий с заранее запланированными ошибками	Выявление качества сформированности умений.	Использование педагогических стимулов (укрепляющие статус личности и эмоциональные)

	оценивает работу студентов. Указывает на недостатки, которые важно исправить в силу того, что эти базовые знания пригодятся очень скоро- на практике. Организует обратную связь.				
Определен ие домашнего задания	Предлагает обучающимся составить памятку по выбору инструментов директ-маркетинга, анализируя ошибки в деятельности по решению задач на учебном занятии.	Записывают домашнее задание, задают уточняющие вопросы		Обеспечено понимание домашнего задания.	

Реконструктивно-вариативное задание:

Исходя из знаний о компании и ее потребителях определите оптимальные инструменты прямого маркетинга для этой фирмы.

Примеры компаний:

ООО «Лента»

Сегмент № 1

Потребители данного сегмента любят ходить по магазинам и делать покупки, чаще являются новаторами или ранними последователями, легко принимают решение о покупке чего-то нового, ещё неизвестного. Этот сегмент – активный пользователь парфюмерно-косметических товаров различных категорий, товаров для детей.

Сегмент № 2

Женщины в этом возрасте постоянно ограничиваются финансовыми обременениями - тратами на детей, все теми же кредитами и ипотеками, заботами о родителях и так далее. В итоге они начинают покупать более дорогие вещи, но совершают покупки реже.

Сегмент № 3

В этом возрасте мужчины обзаводятся семьёй и начинают активно интересоваться электроникой, подарками и цветами. Отдают предпочтение товарам для дома, автотоварам, электроникой.

Сегмент № 4

Потребители данного сегмента – студенты. Как правило, студенты относятся к тому типу потребителей, которые ради экономии оптом скупают продукты быстрого приготовления. Чаще всего студенты приобретают различные аксессуары, товары для хобби, товары для спорта, электронику.

ПАО «Магнит»

Целевая аудитория: большинство посетителей магазина «Магнит» — это люди в возрасте от 23 до 48 лет.

Больше 50% покупателей охарактеризовала доход своей семьи, как средний. В половине семей регулярных посетителей есть автомобиль. Треть регулярных посетителей – управляют автомобилем самостоятельно.

«Сытная площадь»

Сегмент 1.

Женщины и мужчины от 40 лет. Профессиональная принадлежность - рабочие государственной или частной компании, пенсионеры. Этот сегмент более склонен следить за ценой, нежели за привлекательной упаковкой. Основными каналами воздействия на данный сегмент являются акции и скидки.

Сегмент 2.

Женщины и мужчины от 30 до 40 лет. Профессиональная принадлежность – работники административных структур и работники государственной или частной фирмы. Этот сегмент уделяет большее внимание упаковке и качеству, нежели цене. Временные затраты на поиск и выбор молочных изделий в данном сегменте минимальные, в связи с большой занятостью потребителей. Выбор магазина для совершения покупки производится вне зависимости от места расположения потребителей, придается большое значение манере общения персонала, интерьеру и внешнему оформлению.

Сегмент 3.

Мужчины и женщины от 20 до 30 лет. Учащиеся высших или средних учебных заведениях, либо работники государственной или частной фирмы. Данный сегмент наиболее малочисленный, так как люди в данном возрасте неохотно следят за здоровьем и мало потребляют здоровую пищу, характерно потребление молочной продукции раз в две недели. Молочные товары потребляются для личного потребления. Вкусовые характеристики для данного сегмента имеют большее значение.

Творческое задание:

Методом мозгового штурма произвести подбор идей с целью продвижения товаров и услуг исходя из выбранных инструментов прямого маркетинга. Например:

привлекающий внимание текст, использование психографических групп и так далее. Развернуто опишите идеи.

Инструменты:

- почтовая реклама,
- каталоги,
- телефонный маркетинг,
- электронный маркетинг,
- телевизионный маркетинг.

Конспект занятия №3

Тема: SMM (социальный медиамаркетинг)

Тип учебного занятия: формирование знаний

Цель: способствовать формированию знаний о социальном медиамаркетинге, его особенностях и статистике по использованию инструментов, обеспечить профилактику выученной беспомощности путем оказания влияния в большей степени на мотивационную и волевую области ее проявления

Задачи:

1. Формирование представлений об инструментах SMM, площадках проведения и распространенных ошибок в использовании социального медиамаркетинга.
2. Закрепление полученных знаний путем выполнения задания в группах.
3. Использовать педагогические стимулы, ситуации успеха в различных вариациях и элемент деловой игры для профилактики выученной беспомощности.
4. Формирование культуры общения при разыгрывании ролей.

Формируемые компетенции:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ПК 4.4. Выполнять работы по формированию спроса на товары и услуги.

ПК 4.5. Выполнять работы по продвижению товаров и услуг.

Ожидаемые результаты:

Обучающиеся должны знать:

-определение SMM, виды площадок, распространенные ошибки при ведении блога.

Обучающиеся должны уметь:

-работать в команде и нести ответственность за решение учебных заданий.

В процессе профилактики выученной беспомощности обучающиеся должны:

- Адекватно оценивать свою деятельность на учебном занятии.

- Интерпретировать результаты своей работы в случае ненамеренно допущенных ошибок (неудачи), как возможность для последующего самосовершенствования.

- Стремиться к полному выполнению заданий.

- Участвовать в процессе целеполагания.

- Проявлять самоконтроль эмоций и действий в процессе выполнения учебного задания.

Методы и приемы: объяснительно-иллюстративный (лекция, беседа, инструктаж), репродуктивный, разыгрывание ролей, прием «интеллект-карта», «мультимедийная презентация», «три М».

Технологическая карта учебного занятия по теме «SMM (социальный медиамаркетинг)»

Этап	Содержание деятельности педагога	Содержание деятельности обучающихся	Контрольно-оценочная деятельность	Результат	Реализация условий
Организационный	Приветствует обучающихся Выясняет состояние готовности студентов. Отмечает отсутствующих.	Приветствуют педагога. Отвечают на вопросы.		Взаимное приветствие, заполнен журнал посещения, определена готовность к работе.	
Постановка цели	Помогает определить цель учебного занятия при помощи примера из новостей (о деятельности фирм в интернет-пространстве). Задает наводящие вопросы. Эмоционально знакомит обучающихся с планом учебного занятия	Определяют цель учебного занятия, высказывают свое мнение касательно деятельности компаний в интернете, проявляют стремление к достижению поставленной ими адекватной цели.	Наблюдение за активностью всей группы и отдельных студентов, для привлечения к участию в обсуждении	Определена цель учебного занятия, обучающиеся ознакомлены с планом занятия.	Использование педагогических стимулов (укрепляющие статус личности)
Актуализация знаний	Спрашивает о социальных сетях и других платформах для регистрации компании. Создает и управляет	Участвуют в обсуждении, делятся своим мнением.	всех членов коллектива.	Актуализированы необходимые	Использование педагогических стимулов

	обсуждением таких платформ, интересуется на каких больше всего проводят время обучающиеся и следят ли они за рекламой компаний.			опорные знания обучающихся.	(определяющие готовность к активной деятельности)
Введение новых знаний	<p>Рассказывает и объясняет материал, а также ведёт диалог с обучающимися.</p> <p>Облегчает восприятие информации при помощи презентации.</p> <p>Делает акцент на предоставленной на слайде информации.</p> <p>Проводит параллель с ранее изученным материалом и практикой, показывает фотоматериал с ошибками, по которым студенты сами определяют их. Хвалит студентов за верное понимание, за правильный ответ, акцентирует внимание на не до конца верно сформулированных ответах и уточняет, что процесс обучения нужен в том числе и для совершенствования и оттачивания ЗУН.</p>	Составляют конспект, изучают информацию на слайдах, анализируют фотоматериал, отвечают на вопросы, адекватно оценивают свои возможности по определению ошибок.	Активность студентов во время изучения нового материала, ответы на вопросы, проверка конспектов.	Освоение новых знаний студентами, развитие навыков аргументирования.	Использование педагогических стимулов (укрепляющие статус личности и эмоциональные)

Первичное закрепление знаний	Преподаватель раздает список вопросов студентам, подчеркивает важность ответа с позиции изученной теории, а также с учетом отыгрываемой роли (список ролей формируется при помощи практического опыта студентов, например, маркетолог, руководитель организации и т.д.)	Делятся на группы. Проявляют стремление к достижению цели по обыгрыванию роли. Опираются на свой жизненный и профессиональный опыт, а также имеющиеся знания для выполнения задания.	Ответы на вопросы с учетом роли и полученных знаний.	Закрепление новых знаний.	Имитационный игровой метод: разыгрывание ролей, а также использование приема «обмен ролями» для создания ситуации успеха.
Обобщение и систематизация знаний	Предлагает составить интеллект-карту касательно изученного материала по парам и выдает ее примерные шаблоны. Организует взаимопроверку проделанной работы без неаргументированной критики. Положительно оценивает каждый составленный элемент.	По парам формируют, заполняют интеллект-карту Аргументированно объясняют свою задумку. Делятся мнением об организации учебного занятия и пройденном материале. Проявляют сдержанность в своих суждениях.	Оценка интеллект-карты и её взаимосвязанности.	Обобщены и систематизированы знания при помощи процесса ассоциативного мышления	Создание ситуации успеха через наличие только объективных оценочных суждений.
Подведение итогов обучения	Подводит к осуществлению обратной связи. Побуждает к высказыванию своего мнения. Направлять	Оценивают свою деятельности на учебном занятии,	Участие в процессе обратной связи.	Подведены итоги учебного занятия	

	<p>обучающихся к выводу о важности использования SMM для деятельности фирмы в современном мире. Использует прием «Три М».</p>	<p>Формулируют собственные выводы по итогу учебного занятия. Делятся о том, что они узнали. Указывают «три момента», которые им удались больше всего.</p>		<p>и осуществлена обратная связь.</p>	
<p>Определение домашнего задания</p>	<p>Обозначает домашнее задание. Дает комментарий к выполнению домашнего задания Уточняет понимание выданного задания.</p>	<p>Записывают домашнее задание. Задают уточняющие вопросы.</p>		<p>Обеспечено понимание и способы выполнения домашнего задания.</p>	

Лекционный материал:

С чем связан переход компаний в область социальных сетей?

Социальные сети представляют собой эффективный маркетинговый инструмент, позволяющий охватить огромную аудиторию. Кроме того, они могут оказывать значительное влияние на формирование мнения пользователей о компании, продукции, бренде. Сегодня большинство компаний создают собственные сайты, сообщества во многих популярных социальных сетях, с помощью которых они взаимодействуют с целевой аудиторией. В тоже время, несмотря на то что интернет является неотъемлемой частью бизнеса, не все компании эффективно используют инструменты-интернет маркетинга и социальные сети в силу того, что могут не знать некоторые особенности социального медиамаркетинга.

По мнению А.П. Панкрухина, интернет-маркетинг – это комплекс философии, стратегии и инструментария информационной маркетинговой деятельности и взаимодействия в компьютерных сетях, позволяющий исследовать рынок, адекватно структурировать информационную среду, продвигать, продавать и покупать товары, идеи и услуги. Вместе с тем, интернет-маркетинг – это не самостоятельная область маркетинга, это всего лишь один из инструментов маркетингового анализа и воздействия, одна из составляющих общей маркетинговой стратегии фирмы.

Огромный потенциал для работы с клиентами имеет грамотное применение инструментов интернет-маркетинга, но следует учитывать, что они из-за большой скорости развития интернет-технологий быстро теряют свою актуальность и новизну, что в итоге приводит к утрате эффективности их использования на практике. Это относится к интернет-баннерам, которые из-за большого их количества перестали привлекать внимание и теряют свою актуальность. По данным исследовательского центра портала SuperJob, реклама на многих респондентов действует раздражающе, вызывая позитивные эмоции лишь у 2% опрошенных.

Итак, в настоящее время все большее распространение получает такой инструмент как SMM (Social media marketing) – распространение и продвижение компании, ее товаров/услуг в социальных сетях, на различных форумах, блогах, сайтах. SMM используется как в целях коммерции (привлечение аудитории на сайт, создание спроса, повышение продаж), так и в целях брендинга (повышение узнаваемости бренда, лояльности аудитории, работа с репутацией).

Вместе с тем, социальные медиа представляют собой уникальные и высокоскоростные онлайн-способы передачи информации. SMM (Social media marketing) – это перспективный способ продвижения товаров и услуг при помощи сервисов мгновенных сообщений, блогосферы, социальных сетей и форумов, то есть всех социальных медиаканалов доступных на сегодняшний день.

Отличительные особенности социальных медиа:

- доступность информации;
- возможность ее редактирования в опубликованном виде;
- интерактивность;
- возможность отслеживания популярности публикаций;
- быстрый доступ к старым материалам;
- мультимедийность;
- минимизация личного пространства;
- необязательность процедуры согласования материалов;
- отсутствие пространственных ограничений;
- неограниченность по объему;
- оперативность (мгновенное реагирование); ссылки на другие материалы;
- неполный контроль над содержанием страницы.

В SMM акцент делается на создании контента, который пользователи будут распространять через социальные медиа самостоятельно, без участия автора. Считается, что такой контент вызывает больше доверия у потенциальных потребителей товара или услуги ввиду того, что человек склонен доверять своему

окружению, которое, в свою очередь, публикует на своих страницах информацию определенной компании.

SMM предполагает большое количество различных методов деятельности, среди которых наиболее популярными являются:

- построение сообществ бренда в различных социальных медиа;
- работа с блогами;
- персональный брендинг;
- репутационный менеджмент.

Какие по Вашему мнению можно использовать интернет-платформы для рекламы?

Существует большое разнообразие служб сетевого общения, включая блоги, бизнес-сети, сайты знакомств, геосоциальные сервисы, форумы, микроблоги, фотохостинги, сайты отзывов, социальные закладки, игры, социальные сети, видеохостинги и виртуальные миры. Социальные медиа основываются на различных платформах, среди которых можно выделить:

- блоги (LiveJournal, Twitter, WordPress, Tumblr);
- интернет-форумы;
- электронную почту;
- подкасты (PodFM, LibSyn);
- социальные сети (Facebook, Одноклассники, ВКонтакте и т.д.);
- вики (Wikipedia, PBWiki, Google Docs);
- социальные агрегаторы (Plaxo, Friendfeed);
- онлайн-игры (World of Warcraft, League of Legends, DOTA 2).

Выделяют традиционные **инструменты маркетинга в социальных медиа**:

- групповой диалог – создание, оформление, наполнение материалами (ведение) блога;
- социальный диалог – информационные сообщения в тематических сообществах, поддержка дискуссий, ответы на вопросы и комментарии;

- торговый маркетинг – проведение стимулирующих мероприятий среди социального сообщества;
- скрытый маркетинг – работа на популярных тематических площадках: запуск и поддержка обсуждений в формате агента влияния;
- прямой маркетинг – ведение диалога от имени компании;
- прямая реклама в тематических сообществах и на страницах популярных блогеров;
- вирусный маркетинг;
- мониторинг позитивной и негативной информации. Создание положительного информационного фона;
- оптимизация интернет ресурсов компании под социальные медиа (SMO).

Какие ошибки Вам запомнились из практики?

Несмотря на большое количество преимуществ использования социального медиамаркетинга, такому способу продвижения также свойственны ошибки и недостатки. Наиболее часто встречаются:

- публикация чрезмерно большого количества постов (записей);
- отсутствие обратной связи в комментариях;
- удаление отрицательных отзывов пользователей;
- неэтичная реакция со стороны SMM-маркетолога на отрицательные комментарии и отзывы;
- покупка лайков и подписчиков;
- нарушение принципов и законов;
- соблюдение неправильного соотношения «информативный контент: развлекательный контент»;
- использование контента одного типа.

Как увеличивать число подписчиков на площадках?

Нужно ли организации завести аккаунты во всех социальных сетях?

Что такое социальный медиамаркетинг?

Стоит ли спрашивать идеи или мнение у подписчиков, касательно наполнения контента?

Зачем SMM нужен бизнесу, и какие задачи он решает?

Почему SMM продвижение не всегда работает?

Какие социальные сети являются самыми популярными?

Как поддерживать активность аудитории?

Как правильно отвечать на претензии или негативные сообщения подписчиков?

Конспект занятия №4

Тема: «Проведения ранжирования инструментов социального медиамаркетинга»

Тип учебного занятия: формирование умений и навыков

Цель: способствовать формированию умения проведения ранжирования SMM инструментов на определенной фирме, оказывать положительное воздействие на мотивацию успеха, уровень притязаний, креативность мышления, эмоциональное состояние и настойчивость для профилактики выученной беспомощности

Задачи:

1. Формирование умения ранжирования инструментов социального маркетинга на основе анализа деятельности в интернете известной компании на выбор.
2. Способствовать повышению интереса к будущей профессии через выполняемые задания обучающимися.
3. Развитие навыка аргументации во время публичного выступления.
4. Реализовать обоснованную совокупность психолого-педагогических условий для эффективной профилактики выученной беспомощности.

Формируемые компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ПК 4.5. Выполнять работы по продвижению товаров и услуг.

Ожидаемые результаты:

Обучающиеся должны знать:

-Инструменты SMM и особенности их применения в зависимости от типа рынка.

Обучающиеся должны уметь:

-Анализировать интернет-деятельность компании и на этой основе выбирать эффективные инструменты SMM.

-Защищать свою точку зрения при помощи заранее выстроенной аргументации.

В процессе профилактики выученной беспомощности обучающиеся должны:

- Адекватно оценивать свою деятельность на учебном занятии.

- Интерпретировать результаты своей работы в случае ненамеренно допущенных ошибок (неудачи), как возможность для последующего самосовершенствования.

- Находить связь в учебных заданиях с будущей профессиональной деятельностью.

- Осуществлять самостоятельное целеполагание.

- Успешно выполнять разноуровневые задания для уменьшения зависимости от стандартизированных действий.

- Находиться в эмоциональном состоянии без тревожности и депрессии.

- Развивать творческое мышление.

- Ориентироваться на успех в учебной деятельности.

Методы и приемы:

Объяснительно-иллюстративный (лекция, беседа, инструктаж), продуктивный, творческий, решение производственных задач.

Технологическая карта учебного занятия по теме «Проведения ранжирования инструментов социального медиамаркетинга»

Этап	Содержание деятельности педагога	Содержание деятельности обучающихся	Контрольно-оценочная деятельность	Результат	Реализация условий
Организационный	Приветствует обучающихся Выясняет состояние готовности студентов. Отмечает отсутствующих.	Приветствуют педагога. Отвечают на вопросы.		Взаимное приветствие, заполнен журнал посещения, определена готовность к работе.	
Постановка цели	Настраивает студентов на самостоятельное формулирование цели учебного занятия, исходя из прошлого положительного опыта данной деятельности.	Формулируют цель учебного занятия самостоятельно, демонстрируют тенденцию на успех.	Наблюдение за отстранёнными от диалога студентами для привлечения их к активной деятельности	Самостоятельно определенная цель обучающимся	Использование педагогических стимулов (укрепляющие статус личности).
Проверка домашнего задания и	Предлагает проверить самостоятельный продукт внеаудиторной деятельности (анализ эффективности SMM), подчеркивает прямую связь с будущей профессиональной деятельностью	Озвучивают результаты анализа, выполненного с учетом своих возможностей, делают выводы, обсуждают.	Проверка домашнего задания по критериям, активность обучающихся	Проверено домашнее задание и актуализированы необходимые опорные знания	Создание благоприятного психологического климата на протяжении всего учебного занятия

актуализация знаний	(как одну из выполняемых должностных обязанностей), положительно оценивает работу обучающихся, но и отмечает в ней объективные недостатки. Индивидуально хвалит обучающихся (например, «Я и не сомневался, что у тебя получится именно так, ты всегда проявляешь склонность к аккуратности в выполнении заданий)				через установление субъект-субъектных отношений и организацию педагогического общения (ситуация успеха).
Выполнение упражнений реконструктивно-вариативного типа	Раздает индивидуальные задания для обучающихся. Подчеркивает то, на что стоит обратить внимание (например, выполнить задания не только исходя из теории, но и собственного полученного опыта).	Выполняют задание с полученным настроем на усложнение следующего упражнения, ставят перед собой цель выполнения заданий на хорошие баллы.	Проверка заданий для самостоятельной работы по критериями.	Обучающиеся воспроизвели полученные знания в измененной ситуации.	Использование педагогических стимулов (укрепляющие статус личности). Создание ситуации успеха на основании приема «линия горизонта».
Выполнение упражнений	Настраивает на выполнение творческого задания. Предлагает выбрать из списка известных фирм	Начинают выполнять задания по парам, задают уточняющие вопросы,	Наблюдение за обучающимися и их действиями	Применение полученных знаний и	Использование педагогических стимулов

<p>ния творческого типа</p>	<p>компания для анализа и ранжирования их SMM инструментов. Рассказывает историю-пример становления «Domino's Pizza LLC» (о том, как их компания была одной из самых худших и как, благодаря маркетологам, которые изучили отзывы и директору, Патрику Дойлу, им удалось занять свою нишу). Наблюдает за обучающимся для оказания помощи (если есть необходимость).</p>	<p>стремятся к успешному выполнению задания, генерируют нестандартные подходы в ранжировании инструментов, не отвлекаются на протяжении всего этапа. Обсуждают впечатления от задания.</p>	<p>(например, отвлечение или повышенное волнение)</p>	<p>способов действий в новой ситуации.</p>	<p>(способствующие формированию ценностных организаций). Использование имитационного неигрового метода: решение производственной задачи (имитация должностной обязанности по проведению исследования эффективности SMM инструментов)</p>
<p>Контроль сформированности умений</p>	<p>Анализирует выполненное задание, задает уточняющие вопросы, оценивает работы.</p>	<p>Защищают работу, отвечают на вопросы, преодолевают страхи выступления.</p>	<p>Проверка полноты и содержательности и выполненного анализа ранжирования инструментов.</p>	<p>Выявление качества сформированности умений.</p>	<p>Создание ситуации успеха (эмоциональный контакт между обучающимися и педагогом во время выступления)</p>

и навыков			Оценка качества устной защиты		
Определ ение домашн его задания	<p>Определяет домашнее задание</p> <p>Дает комментарий к выполнению домашнего задания</p> <p>Уточняет понимание выданного задания.</p>	<p>Записывают домашнее задание</p> <p>Задают уточняющие вопросы</p>		<p>Обеспечено понимание и способы выполнения домашнего задания.</p>	

Реконструктивно-вариативные задания:

Вспомните, какие преимущества и недостатки социального медиа маркетинга вы знаете. Дополните таблицу.

Преимущества продвижения	SMM-	Недостатки SMM-продвижения
1. Невысокая стоимость. Цена за привлечение одного посетителя относительно низкая, чем при использовании других сервисов.		1. Недостаточность информации в аналитике. На данный момент очень непросто узнать и проанализировать действия посетителей на страничке. Сложно сказать, откуда и с каких сервисов они узнали и перешли на конкретную страницу.

Какие инструменты социального медиамаркетинга вы наблюдаете в своей повседневной жизни, как они влияют на ваше покупательское поведение?

Инструмент SMM	Влияние на моё покупательское поведение	На каких платформах я с этим сталкиваюсь

Творческое задание:

Совместно выберите компанию из предложенного списка и проведите ранжирование ее SMM инструментов пользуясь официальным сайтом и другими источниками информации:

«Пятерочка», «Лента», «Магнит», «Реактор», «М Видео», «Ростелеком».

Конспект занятия №5

Тема: «Брендинг»

Тип учебного занятия: формирование знаний

Цель: способствовать формированию знаний о методах создания долгосрочного предпочтения к товару, а также реализовать совокупность психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности для предупреждения ее появления в большей степени в эмоциональной и волевой областях

Задачи:

1. Актуализировать знания о брендинге по отношению к фирме и к товару.
2. Самостоятельный анализ научных работ с целью выявления в них методов формирования предпочтения к товару.
3. Применить педагогические стимулы, приему ситуаций успеха и элементы мозгового штурма для благоприятствования уменьшения появления риска появления выученной беспомощности.
4. Развитие навыка анализа и использования информации.

Формируемые компетенции:

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ПК 4.4. Выполнять работы по формированию спроса на товары и услуги.

ПК 4.5. Выполнять работы по продвижению товаров и услуг.

Ожидаемые результаты:

обучающиеся должны знать:

- определения брендинга, особенности поведения потребителей, методы формирования долгосрочного предпочтения к товару.

Обучающиеся должны уметь:

-Анализировать и использовать полученную информацию, аргументированно высказывать свое мнение.

В процессе профилактики выученной беспомощности обучающиеся должны:

-Ориентироваться на успех в учебной деятельности.

-Адекватно оценивать свою деятельность на учебном занятии.

-Интерпретировать результаты своей работы в случае ненамеренно допущенных ошибок (неудачи), как возможность для последующего самосовершенствования.

-Находить связь в учебных заданиях с будущей профессиональной деятельностью.

-Стремиться сохранять самоконтроль.

Методы и приемы:

Объяснительно-иллюстративный (лекция, беседа, инструктаж), продуктивный, метод разыгрывание ролей, прием «работа с интернет-ресурсами», «подводящий диалог», «фразеологизм».

Технологическая карта учебного занятия по теме «Брендинг»

Этап	Содержание деятельности педагога	Содержание деятельности обучающихся	Контрольно-оценочная деятельность	Результат	Реализация условий
Организац ионный	Приветствует обучающихся Выясняет состояние готовности студентов. Отмечает отсутствующих.	Приветствуют педагога. Отвечают на вопросы.		Взаимное приветствие, заполнен журнал посещения, определена готовность к работе.	
Постановка цели	Начинает этап с вопроса о брендинге. Спрашивает о том, что заставляет обучающихся запоминать и положительно относиться к товару. Приводит обучающихся к выводу о методах создания предпочтения.	Слушают, отвечают на вопросы, высказывают свое мнение, какие товары им интересны и почему, формулируют цель урока, предлагают оптимальный путь достижения цели.		Цель сформулирована обучающимися при помощи наводящих вопросов педагога.	Использование педагогических стимулов (определяющие готовность в активной познавательной деятельности)
Актуализац ия знаний	Педагог проводит опрос среди студентов, выясняет, что они знают о формировании бренда из своего	Обсуждают бренд, брендинг и демонстрируют другие знания, которые	Наблюдение за участием студентов в	Актуализированы опорные знания	

	опыта и пройденных ими дисциплинах.	пригодятся на следующих этапах	опросе и его корректировкой для участия всех обучающихся.		
Введение новых знаний	Раздает студентам научные статьи, адаптированные для их возрастных особенностей, настраивает на успешную работу по выявлению методов формирования долгосрочного предпочтения к товару в статьях, объявляет о последующем выступлении с этими методами (по группам) и занесение результатов в таблицу.	Проявляют готовность к групповой работе, разделяются на группы и распределяют материал, знакомятся с ним, выявляют методы и их особенности, выступают и рассказывают всем обучающимся, заполняют таблицу.	Оценка устного ответа по окончании изучения материала и выступления с ним, заполненность таблицы.	Самостоятельное изучение методов формирования предпочтения (новых знаний).	
Первичное закрепление знаний	Рассказывает о предстоящем задании, используя поэтапный алгоритм ситуации успеха, акцентирует внимание на ограничение по времени.	Определяют используемый компанией метод, исходя из предложенного описания, аргументируют свои выводы, проявляют решительность во время аргументации,	Правильность определения метода	Закрепление новых знаний.	Создание ситуации успеха (также поддержка во время выступления)

Обобщение и систематизация знаний	Предлагает разделить методы на группы и придумать им названия. Объявляет о начале фронтальной работы.	Обдумывают признаки, по которым можно объединить методы в группы, генерируют идеи, начинают процесс объединения, фиксируют записи в тетрадь.	Участие во фронтальной работе	Групповое обобщение и систематизация знаний.	Элементы мозгового штурма
Подведение итогов обучения	Предлагает каждому из обучающихся рассказать, что он сегодня узнал и почему это важно для него в перспективе, в случае затруднений, педагог помогает. Эмоционально подводит итог. Использует прием «Фразеологизм».	Анализируют учебное занятие, уверенно выражают свое мнение, определяют профессиональную значимость полученных знаний. Подбирают выражение, которое соответствует их восприятию урока.	Участие в процессе обратной связи.	Подведены итоги учебного занятия и осуществлена обратная связь.	
Определение домашнего задания	Объясняет домашнее задание. Дает комментарий к выполнению домашнего задания. Уточняет понимание выданного задания.	Записывают домашнее задание. Задают уточняющие вопросы		Обеспечено понимание и способы выполнения домашнего задания.	

Лекционный материал:

Брендинг включает в себя деятельность по созданию долгосрочного предпочтения товара, основанную на совместном воздействии на потребителя товарного знака, упаковки, рекламных обращений, материалов стимулирования сбыта и других элементов маркетинга, объединенных определенной идеей и фирменным стилем, выделяющих товар среди конкурентов и создающих его образ (бренд-имидж). Процесс брендинга должен носить стратегический и целостный характер, сосредотачиваться на создании образа бренда, для чего все маркетинговые усилия необходимо объединить. В долгосрочном проекте правильно построенный образ бренда способен усилить бренд, который в свою очередь обеспечит в будущем надежную и стабильную добавленную стоимость товара. Потребитель выбирает продукт, к которому он расположен, к которому у него «лежит душа». Бренды в современной экономике – мощный инструмент повышения эффективности компаний. В мире потребителя, где конкурирующие товары не слишком сильно отличаются друг от друга, бренд зачастую является единственным средством, позволяющим компании выделиться, продемонстрировать свою индивидуальность.

В рамках данного учебного занятия Вам предстоит прочитать и проанализировать фрагменты научных работ, посвященные методам долгосрочного предпочтения к товару. Необходимо кратко описать метод и объяснить его одноклассникам, после этого занести результаты в таблицу.

Метод	Характеристика	Примеры компаний

Примеры методов:

1. Колесо бренда

Суть метода, названного «Колесо бренда» в том, что бренд рассматривается как набор из пяти «оболочек», вложенных одна в другую. «Колесо бренда» позволяет детально описать и систематизировать все аспекты взаимодействия бренда и потребителя. Она состоит из следующих элементов:

- атрибуты: что представляет собой бренд?

- преимущества. Что бренд делает для потребителя? Какой физический результат от использования бренда он получит?
- ценности. Какие эмоции потребитель испытывает при использовании бренда?
- индивидуальность. Если бы бренд был человеком, кем бы он был?
- суть. Ядро бренда. Центральная идея, предлагаемая потребителю.

Эта методика является достаточно распространенной, но абсолютно неполной. Она скорее охватывает часть этапа по разработке бренда.

2. Метод УТП (уникальное торговое предложение)

Уникальное торговое предложение (УТП) — это выдающаяся характеристика продукта или бренда, на которой маркетологи выстраивают рекламную кампанию; обычно оно используется для дифференциации. С точки зрения потребителя, это причина, по которой люди должны сделать покупку у вас, а не у другого продавца с похожим товаром. По своей сути УТП — это идея, находящаяся в психике клиента, своеобразная «легенда», и в этом состоит основное отличие УТП от УКП — устойчивого конкурентного преимущества, как объективно существующей, изначальной характеристики объекта.

Конспект занятия №6

Тема: «Разработка методов по формированию долгосрочного предпочтения к товару»

Форма организации учебного занятия: деловая игра

Цель: способствовать формированию умения конструирования метода формирования долгосрочного предпочтения к товару, обеспечить профилактику выученной беспомощности на всех этапах деловой игры путем смешанного влияния на все области ее проявления

Задачи:

1. Формирование умения конструирования метода развития предпочтения с учетом различных аспектов, которые необходимо проанализировать.
2. Совершенствование умения анализа потребительского поведения в различных отраслях.

3. Способствовать повышению интереса к будущей профессии в процессе развития профессиональных умений у обучающегося.

4. Оказать влияние на области проявления выученной беспомощности самим процессом деловой игры, улучшением эмоционального состояния обучающихся путем подбадривания и создания благоприятного психологического климата на учебном занятии, преодолением страха перед возможной неудачей, а также применением педагогических стимулов.

Формируемые компетенции:

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ПК 4.4. Выполнять работы по формированию спроса на товары и услуги.

ПК 4.5. Выполнять работы по продвижению товаров и услуг.

Ожидаемые результаты:

Обучающиеся должны знать:

- определения брендинга, особенности поведения потребителей, методы формирования долгосрочного предпочтения к товару, психологические приемы воздействия через рекламу.

Обучающиеся должны уметь:

-Конструировать методы формирования долгосрочного предпочтения к товару и проводить анализ поведения потребителей.

-Анализировать и использовать полученную информацию, аргументированно высказывать свое мнение.

В процессе профилактики выученной беспомощности обучающиеся должны:

-Адекватно оценивать свою деятельность на учебном занятии.

- Интерпретировать результаты своей работы в случае ненамеренно допущенных ошибок (неудачи), как возможность для последующего самосовершенствования.
- Развивать творческое мышление.
- Стремиться к наилучшим результатам выполнения работы.
- Осознавать связь с будущей профессиональной деятельностью.
- Сохранять адекватное эмоциональное состояние.

Методы и приемы:

Объяснительно-иллюстративный (инструктаж), творческий, прием «синквейн», «обмен ролями».

Технологическая карта учебного занятия по теме «Разработка методов по формированию долгосрочного предпочтения к товару»

Этап	Содержание деятельности педагога	Содержание деятельности обучающихся	Контрольно-оценочная деятельность	Результат	Реализация условий
Подготовка к игре (организационный этап)	Сообщает о теме и цели деловой игры, проводит предварительный инструктаж, отвечает на вопросы, объясняет важность игры тем, что маркетологи совместно проводят такие мероприятия, для создания принципиально новых или частично измененных методов.	Разделяются на группы, осознают предстоящее задание, активно контактируют с другими обучающимися, понимают важность формы организации, проявляют готовность к участию.		Определено понимание обучающимися задания, проведен предварительный инструктаж	Использование педагогических стимулов (способствующие формированию ценностных организаций личности) Использование активного имитационного игрового метода: деловая игра в течение всего занятия.
Этап постановки и проблемы	Объясняет задание и необходимые шаги для его выполнения, подчёркивает, что создание не абсолютно нового	Слушают преподавателя, начинают активную деятельность по анализу методов и возможностей	Отслеживание неактивных студентов и нахождения способов для их включения в	Активизация процесса мыслительной активности и поиска идей через творческое	Создание ситуации успеха через прием

	метода, а лишь усовершенствование различных частей, тоже является успехом.	их доработки или создание инновационного продукта,	деятельность (мотивация).	мышление и анализ имеющихся знаний с прошедшего учебного занятия.	«опережающая установка».
Групповая работа над заданием	Выступает в роли ведущего и координатора действий обучающихся, поддерживает их, оказывает помощь по мере необходимости.	Проявляют инициативность в распределении ролей внутри группы, избегают отвлечений от задания, проводят, проявляют самообладание в процессе групповой работы, ищут способы преодоления трудностей, анализируют элементы, необходимые для конструирования метода (например, изучение поведения потребителей, этапы принятия решения о покупке и т.д.)	Наблюдение за поведением (нарушение правил) и эффективностью групповой работы.	Разработан продукт – частично или полностью новый метод формирования долгосрочного предпочтения к товару.	Использование активного имитационного игрового метода: разыгрывание ролей

Межгрупповая работа	Создает условия для презентации своих проектов группами, побуждает начать обсуждение каждого разработанного метода, поддерживает выступающих.	Активно защищают свои работы, отвечают на вопросы аудитории и экспертов, контролируют свои слова и жесты, внимательно слушают другие разработанные проекты.	Оценка устного выступления и качество разработанного проекта.	Защита работы и их обсуждение.	
Рефлексия участника в игры	Предлагает обучающимся высказаться о пользе задания, трудностях (объясняет ошибки, помогает преодолеть трудности) свои мысли по поводу учебного занятия. Настраивает на составлении синквейна, раздает инструкцию. Предлагает обучающимся, по желанию, выступить в роли педагога и сделать выводы по прошедшей игре. Подводит итоги занятия.	Выражают свое мнение, объективно высказываются о пользе данной темы и своем эмоциональном состоянии, составляют синквейн, принимают на себя роль педагога.	Наблюдение за включенностью студентов в процесс рефлексии и поддержка студентов, которые не проявляют желания поучаствовать в этом процессе.	Проведен анализ содержания деловой игры, осуществлен процесс рефлексии.	Создание ситуации успеха через прием «обмен ролями».

Инструкция

Необходимо использовать знания, полученные на предыдущем учебном занятии и имеющимся по другим дисциплинам, чтобы попробовать создать полностью или частично новый метод по формированию долгосрочного предпочтения к товару посредством командной работы и разработкой, для начала, списка возможных изменений.

Конспект занятия №7

Тема: «Анализ эффективности продвижения товаров (услуг) предприятия»

Тип учебного занятия: контроль усвоения знаний

Цель: оценить качество сформированности ЗУН посредством выполнения специально подобранных контрольных заданий, обеспечить профилактику выученной беспомощности для снижения уровня риска ее появления посредством развития творческого мышления, осознание успеха выполненной работы, снижения уровня депрессии и тревожности, повышением настойчивости и веры в собственные возможности

Задачи:

1. Выявить качество сформированных ЗУН путем анализа эффективности продвижения товара.
2. Совершенствование умения анализа и использования информации.
3. Реализовать обоснованную совокупность психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности через использование педагогических стимулов, формирующих готовность к активной деятельности, созданию ситуации успеха при помощи различных приемов и применении метода case-study.

Формируемые компетенции:

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ПК 4.2. Сравнить конкурентоспособность аналогичных товаров и (или) услуг.

ПК 4.3. Планировать комплекс маркетинговых мероприятий.

ПК 4.4. Выполнять работы по формированию спроса на товары и услуги.

ПК 4.5. Выполнять работы по продвижению товаров и услуг.

Ожидаемые результаты:

Обучающиеся должны знать:

- виды маркетинговой информации, способы ее сбора, критерии отбора;
- методы обработки и анализ маркетинговой информации, возможности использования результатов
- пути повышения конкурентоспособности;
- методы формирования предпочтения к товару;
- виды и разновидности потребностей, удовлетворяемых товарами и услугами;
- средства удовлетворения потребностей;
- факторы, влияющие на поведение потребителей;
- факторы создания потребительских предпочтений, методы их обеспечения;
- специфику рекламы товаров и услуг;
- особенности поведения организованных и индивидуальных потребителей;
- процесс принятия решений потребителями;
- назначение, задачи и роль рекламы в условиях рыночной экономики;
- способы психологического воздействия рекламы на потребителя;
- средства маркетинговых коммуникаций; средства рекламы, критерии их выбора.

Обучающиеся должны уметь:

- анализировать окружающую среду организации на основе результатов маркетинговых исследований;
- анализировать и прогнозировать конъюнктуру рынков товаров и услуг;

- комплексно анализировать и оценивать ассортиментную, ценовую и сбытовую политику организации;
- выявлять проблемы торговой организации:
- определять показатели качества услуг и применять их при оценке услуг торговли;
- изучать перспективы сбыта новых товаров с учетом социально-демографических особенностей различных групп населения, состояния и динамики их доходов, традиций и вкусов;
- применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта;

В процессе профилактики выученной беспомощности обучающиеся должны:

- Выполнять процедуру целеполагания.
- Осознавать положительный результат своей работы и ее отрицательные стороны.
- Развивать творческое мышление в поиске альтернативы для программы продвижения.
- Избегать состояния тревожности.
- Ориентироваться на успех в учебной деятельности.

Методы и приемы:

Объяснительно-иллюстративные (инструктаж), творческий, case-study, приемы «тема-вопрос» и «кластер».

Технологическая карта учебного занятия по теме «Анализ эффективности продвижения товаров (услуг) предприятия»

Этап	Содержание деятельности педагога	Содержание деятельности обучающихся	Контрольно-оценочная деятельность	Результат	Реализация условий
Организационный	Приветствует обучающихся, проверяет присутствующих на последнем учебном занятии МДК, оценивает готовность к процессу проверки ЗУН	Приветствуют педагога. Проявляют готовность к учебному занятию.		Взаимное приветствие, заполнен журнал посещения, определена готовность к работе.	
Постановка цели	Направляет обучающихся на определение цели при помощи приема «тема-вопрос» (формулирует тему в виде вопроса и дает возможность обучающимся выдвинуть множество мнений на поставленный вопрос)	Выстраивают план действий для определения цели, активно участвуют в процессе обсуждения, приходят к выводу о завершении МДК и необходимости проверки их знаний и умений, которые они сформировали за период прохождения данного	Наблюдение за ходом обсуждения определения цели занятия, выявление уровня незаинтересованности и адаптация таких студентов к активной деятельности.	Самостоятельная постановка цели при помощи действий педагога. Появление готовности к активной деятельности.	Использование педагогических стимулов (определяющие готовность к активной деятельности).

		курса, проявляют настойчивость в получении отличного результата.			
Проверка усвоения ЗУН	Акцентирует внимание на внимательном выполнении задания, внушает уверенность в predetermined успехе в силу того, что обучающиеся выполнили все предыдущие задания, объясняет предстоящее задание: разделить на группы 3-4 человека и проанализировать деятельность компании по продвижению товаров на рынок сбыта, используя сформированные ЗУН сделать выводы об успешности ее деятельности, оценить программу продвижения, предложить альтернативные способы улучшения эффективности продвижения. Производит наблюдение за	Самостоятельно делятся на группы, проявляют адекватное психическое состояние слушают педагога, активно принимают участие в выполнении задания: анализируют программу продвижения, работают со статистическими данными по количеству переходов на сайт, количеству просмотров, на каком этапе прекращается или продолжается покупка, работают с предположениями и выводами, оценивают альтернативы, принимают	Наблюдение за обучающимися и их способами выполнения деятельности.	Разработан продукт оценивания качества усвоения ЗУН.	Использование имитационного неигрового метода: case-study. Создание ситуации успеха на основе приема «эмоциональный всплеск».

	обучающимися во время решения кейса.	решение об эффективности программы продвижения, проявляют уверенность в правильном выполнении задания.			
Обобщение и систематизация	На время оценивания результатов работы дает новое задание: составить кластер, обобщив в нем весь материал пройденного курса любыми способами при этом, преподаватель не выдает прямой инструкции.	Сдают выполненные анализ. Самостоятельно определяют пути решения задания. Думают над структурированием материала, обозначают способ выполнения задания, активизируют творческое мышление. Начинают обозначать ключевые элементы тем курса. Выполняют задание.	Оценка качества выполнения продукта.	Выявлен уровень сформированности ЗУН.	Создание ситуации успеха при помощи приема «инструктивное (скрытая помощь)». «Чтобы выполнить задание, достаточно вспомнить ключевые элементы курса, на Ваш взгляд».
Оценка деятельности учащихся при выполнении	Начинает обсуждение созданных кластеров, задает вопросы, касательно их содержания, озвучивает оценки за анализ	Участвуют в обсуждении кластеров, отвечают на вопросы, высказывают согласие или не согласие с	Оценка качества аргументации при защите кластера, наблюдение за	Обсуждение выполненного задания. Получены	

<p>контрольного задания</p>	<p>программы и собственные выводы. Уточняет о сложностях, возникших в ходе занятия, фиксирует их, направляет обсуждение обучающихся на помощь в решении возникшей проблемы. Настраивает каждого обучающегося рассказать свои впечатления</p>	<p>полученной оценкой, описывает впечатления, выделяет трудности, с которыми столкнулся, осознают успешность выполненной работы.</p>	<p>эмоциями студентов от полученной оценки и проведение личной беседы для выяснения причин ухудшения настроения и поиска выхода из сложившейся ситуации.</p>	<p>оценки за него, выявлен уровень принятия результатов оценивания.</p>	
-----------------------------	--	--	--	---	--

Инструкция к анализу программы:

Вы успешно справились со всеми предыдущими учебными заданиями, которых было большое количество. Они были разнообразны, заставляли использовать нестандартные подходы в их решении, изучать и анализировать литературу. Исходя из этого предположу, что выполнить это последнее задание для Вас не составит никакого труда, ведь оно по своей сути содержит все элементы предыдущих выполненных работ. Необходимо выбрать программу продвижения товаров определенного предприятия и совершить несколько действий: -изучить ее, проанализировать на возможные ошибки, сделать выводы об успехе в достижении намеченной программы, подумать над альтернативными возможностями улучшения программы, а также дать рекомендации по исправлению недостатков.

Примеры программ продвижения товаров:

- Программа продвижения компании ООО «ЭлМетро-Инжиниринг».
- Программа продвижения ООО «Агрофирма Росток».
- Программа продвижения ООО «СДК».
- Программа продвижения компании ООО «Игромаркет»
- Программа продвижения компании ООО «Атрикс»
- Программа продвижения компании КФ «НФ»

Выводы по второй главе

Разработана программа опытно-экспериментальной работы, включающая в себя три этапа: констатирующий, формирующий и контрольный, исходя из которой мы произвели отбор методов исследования и методик диагностики, которые позволят выявить наличие выученной беспомощности во всех или в отдельных областях в двух последующих диагностиках. Помимо этого, мы определили, что представляет собой междисциплинарный курс, проанализировали программно-методическое обеспечение МДК 04.02. «Продвижение товаров и услуг», который входит в профессиональный модуль 04 «Оценка конкурентоспособности товаров и услуг». В данном курсе мы выявили возможности и трудности, которые будут положительно и отрицательно влиять на использование совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности, поэтому мы произвели адаптацию календарно-тематический план таким образом, чтобы помимо соответствия ФГОС по специальности, программе ПМ и учебному плану, он позволял в полной мере внедрить на проектируемые учебные занятия вышеописанную совокупность.

Нам удалось разработать конспекты учебных занятий по МДК и, по мере возможностей, использовать каждое условие из совокупности на различных этапах урока. Всего было спроектировано 3 теоретических и 4 практических учебных занятия, в которых были использованы педагогические стимулы всех видов, приемы создания ситуаций успеха и активные методы обучения. Представлен лекционный материал и разноуровневые задания. В технологической карте мы подробно расписали содержание деятельности всех субъектов процесса обучения (педагога и обучающихся), выделили контрольно-оценочную деятельность и результат каждого этапа.

Глава 3. Опытнo-экспериментальная работа по проверке эффективности психологo-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческo-экономическим дисциплинам

3.1. Диагностика исследования состояния выученной беспомощности у студентов колледжа

Опытнo-экспериментальная по проверке эффективности психологo-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов в процессе обучения МДК 04.02 проводилась на базе БПОУ ОО «Омский региональный многопрофильный колледж». В исследовании приняли участие студенты группы 228ТЭ в количестве 20 человек.

Критериями эффективности совокупности психологo-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческo-экономическим дисциплинам и их показателями будут являться положительные изменения в четырех сферах проявления выученной беспомощности у личности (мотивационной, когнитивной, волевой и эмоциональной):

- Выраженная надежда на успех
- Адекватный уровень самооценки.
- Адекватный уровень притязаний.
- Высокий уровень креативности личности.
- Гибкость мышления (низкий уровень ригидности).
- Низкий уровень тревожности и депрессии.
- Высокий уровень самоконтроля.
- Устойчивое стремление к достижению отдаленных во времени целей – положительный уровень настойчивости
- Отсутствие затруднений в целеполагании.

После проведения первичной диагностики выявления состояния выученной беспомощности у обучающихся на констатирующем этапе нами

были получены следующие качественные и количественные результаты по каждой из диагностических методик:

1. Результаты по опроснику А. А. Реана «Мотивация успеха и боязнь неудачи» (рис. 2)



Рис. 2 Результаты диагностики мотива на успех и боязни неудачи
Выраженная надежда на успех присутствует у 6 студентов, для них характерна активность в учебной деятельности, проявление инициативности, поиск способов преодоления препятствий, готовы к выполнению сложных заданий. Таким образом, эта группа обучающихся имеет минимальный шанс развития выученной беспомощности.

Определенную тенденцию на успех имеют 3 обучающихся, они обладают преимущественно теми же характеристиками, которые присуще предыдущей группе, но все еще находятся в состоянии их развития, таким студентам необходимо помочь, направить их деятельность на дальнейшее развитие и тогда они не будут подвержены выученной беспомощности.

Не удалось определить тенденцию на успех или боязнь неудачи у 3 студентов. Это означает, что в зависимости от различных обстоятельств они

проявляют как боязнь возможной неудачи, так и ожидание положительного исхода. Такие обучающиеся уже находятся в группе риска, их необходимо поддерживать для того, чтобы появилась положительная динамика на успех.

Определенную тенденцию на боязнь неудачи имеют 5 обучающихся. Для них характерно избегание ответственных поручений или, например, сложных заданий, нахождение поводов для подтверждения своей боязни, могут поддаваться паническим атакам в случае принуждения выполнения задания. На данную группу студентов необходимо оказывать целенаправленное влияние для успешного выполнения ими заданий с целью постепенного снижения страха перед неудачами.

Выраженную боязнь неудачи удалось определить у 3 студентов. Такие обучающиеся демонстративно отказываются выполнять задания, постоянно пытаются находить различные причины для невыполнения трудной деятельности, обладают малой инициативностью. В рамках нашего исследования с данной группой работать сложнее всего, потому что у них существует большой риск появления выученной беспомощности и тогда уже необходимо коррективка, а не профилактика.

2. Результаты по методике Дембо-Рубинштейн в модификации А.М. Прихожан

(рис. 3)

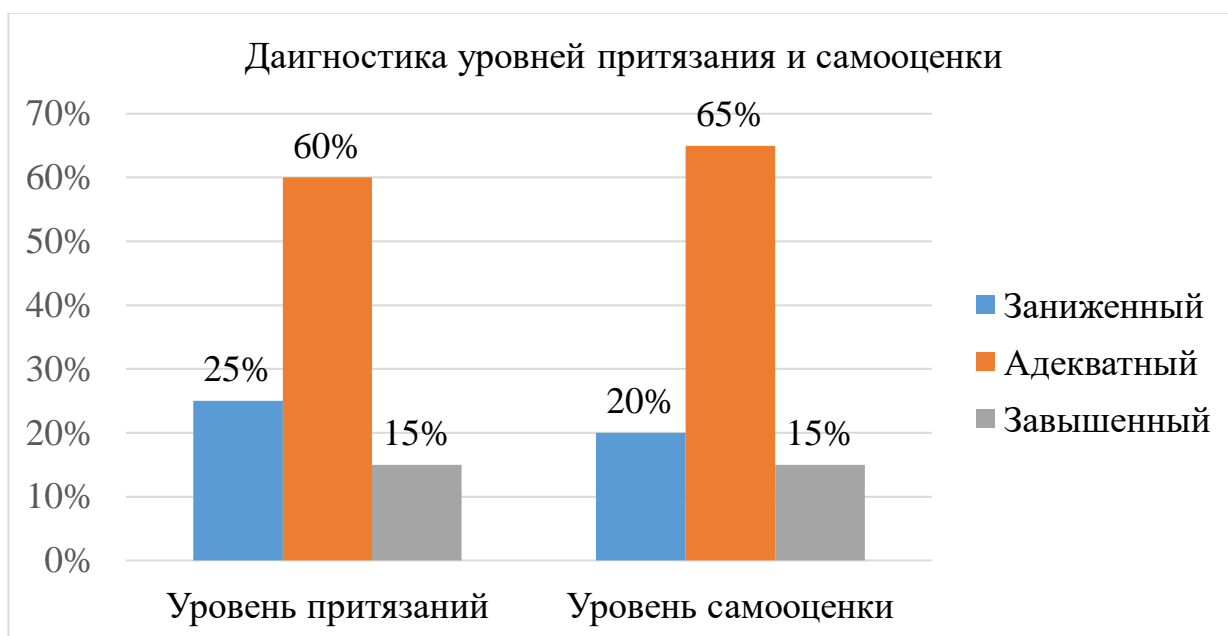


Рис. 3 Результаты диагностики уровней притязания и самооценки

Заниженный уровень притязаний имеют 5 человек, для этой группы студентов характерен выбор легких целей, потому что они не верят в свои возможности или не хотят рисковать и добиваться выполнения трудных целей в учебной или любой другой деятельности. Исходя из постановки лишь простых целей, для данной группы важна профилактика выученной беспомощности, потому что ее появление характеризуется отсутствием преодолением трудности, что и присутствует при выборе такого рода целей.

Адекватным уровнем притязаний обладают 12 обучающихся, для них характерен процесс самосовершенствования и выполнения заданий от простых к сложным. У данной группы минимальная вероятность появления выученной беспомощности

Завышенный уровень притязаний имеют 3 студента. Эти обучающиеся не умеют реалистично оценивать свои возможности, что означает большую вероятность неудачи и, как следствие, появление признаков выученной беспомощности.

Заниженным уровнем самооценки обладают 4 студента. При таком уровне самооценки характерна замкнутость, несамостоятельность, неуверенность в себе, которая влечет за собой минимальное количество усилий для достижения результатов, а значит присутствует риск появления выученной беспомощности.

Адекватный уровень самооценки был выявлен у 13 обучающихся, для них характерен осознанный выбор трудностей, которые позволяют в полной мере добиваться успехов в деятельности.

Завышенный уровень самооценки имеют 3 студента, поэтому такие люди, как правило, отрицательно относятся к критике, могут часто конфликтовать с другими обучающимися, не умеют адекватно оценивать свою деятельность и ее результаты, ставить перед собой реалистичные цели, которые они смогут достичь.

3. Результаты по диагностике личностной креативности Е. Е. Туник (рис.

4)



Рис. 4 Результаты диагностики уровня креативности личности

Высокий уровень креативности личности выявлен у 6 обучающихся, это означает, что они обладают умениями генерировать нестандартные идеи, находить самостоятельно пути решения проблем на учебных занятиях и имеют интересы в различных областях (проявляют любознательность), допускают возможность неудач в деятельности.

Средний уровень креативности личности имеют 10 обучающихся, для них все еще характерно находить нестандартные пути решения проблем, но уже в меньшей степени и не всегда самостоятельно, круг интересов меньше, чем в предыдущей группе.

Низкий уровень креативности личности был выявлен у 4 студентов. Они не проявляют интереса к творческой деятельности на учебном занятии, отсутствует стремление к генерации нестандартных идей, используют шаблонные решения при любой возможности, сталкиваются со сложностью при решении заданий творческого типа. Такие обучающиеся могут находиться в группе риска, потому что используют стандартные подходы в решении задач, не проявляют креативности при столкновении с проблемой, что может привести к негативным результатам и эмоциям.

4. Результаты по Томскому опроснику ригидности (ТОР) Г.В. Залевского (рис. 5)



Рис. 5 Результаты диагностики уровня ригидности мышления

Высокой ригидностью мышления обладают 3 студента, они испытывают трудности при необходимости перехода на другой вид деятельности на учебном занятии, подвержены влиянию стереотипов, склонны агрессивному отстаиванию своей позиции и неспособности ее изменить, даже при наличии объективных доказательств против нее. Такие обучающимся стараются навязать свое мнение другим, достаточно упрямы, у них появляются трудности, вызванные страхом, в изменении одного способа действий на новый, поэтому такие студенты могут быть подвержены выученной беспомощности.

Умеренную ригидность имеют 7 человек, такие студенты могут принять чужую точку зрения благодаря качественной аргументации, может испытывать трудности при выполнении разноуровневых заданий, которые связаны с изменением вида деятельности. Профилактика выученной беспомощности будет эффективна в данной группе, потому что у них еще не укрепились ригидность мышления.

Низкий уровень ригидности имеют 10 студентов, это означает, что они не испытывают сложностей в изменении вида деятельности, не обладают упрямством, могут изменить свое мнение, часто находят новые пути решения проблем.

5. Результаты по диагностике тревожности и депрессии (ТИД) А.А. Карелина (рис. 6)

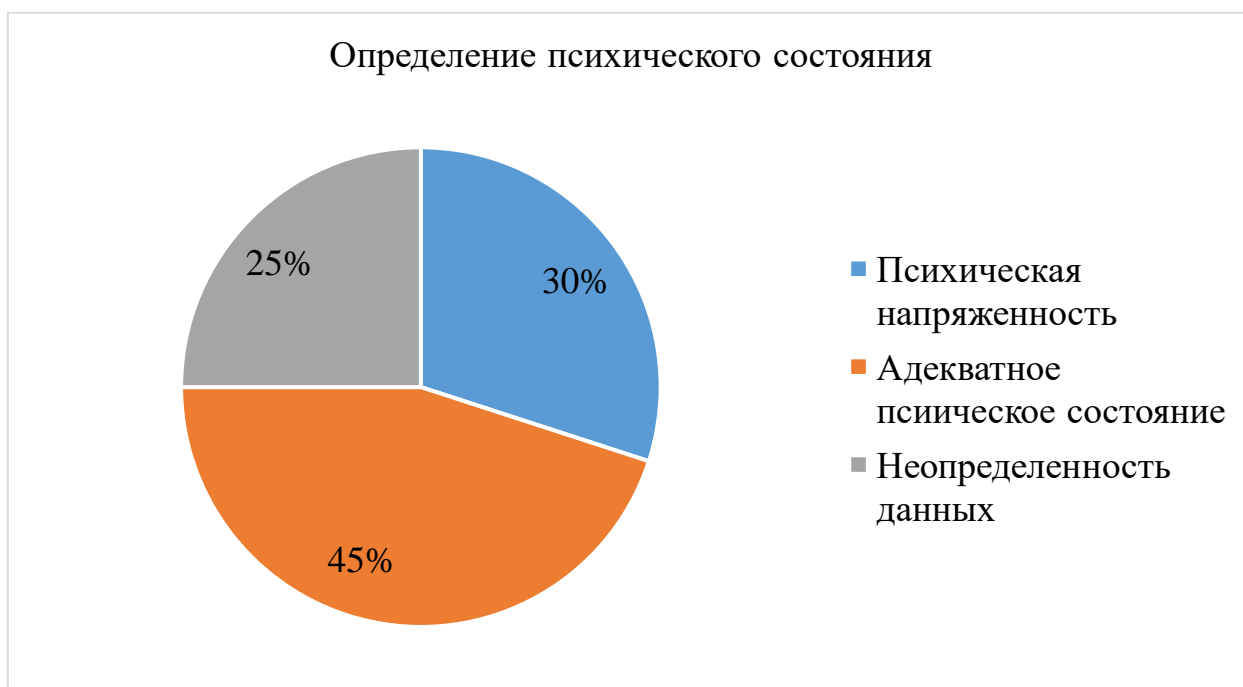


Рис. 6 Результаты диагностики психического состояния

В состоянии психической напряженности находится 6 обучающихся, они стараются не контактировать с другими субъектами образовательного процесса и не принимать участия в групповой работе, нерешительные, неуверенные в себе. В совокупности с другими признаками появления выученной беспомощности тревожность и депрессия позволяют увеличить шансы ее появления, потому что в таком состоянии человек не способен эффективно противостоять ее появлению.

Адекватное психическое состояние выявлено у 9 обучающихся. В данном состоянии они активно принимают участие в учебной деятельности, эмоционально открыты, готовы к выполнению заданий.

Не удалось выявить психическое состояние из-за неопределенности данных у 5 студентов. Это означает, что они могут проявлять признаки двух

предыдущих групп и наша задача состоит в том, чтобы при повторной диагностике эти обучающиеся находились в адекватном психическом состоянии.

6. Результаты по тесту - опроснику А.В.Зверькова, Е.В. Эйдмана «Исследование волевой саморегуляции» (рис. 7)

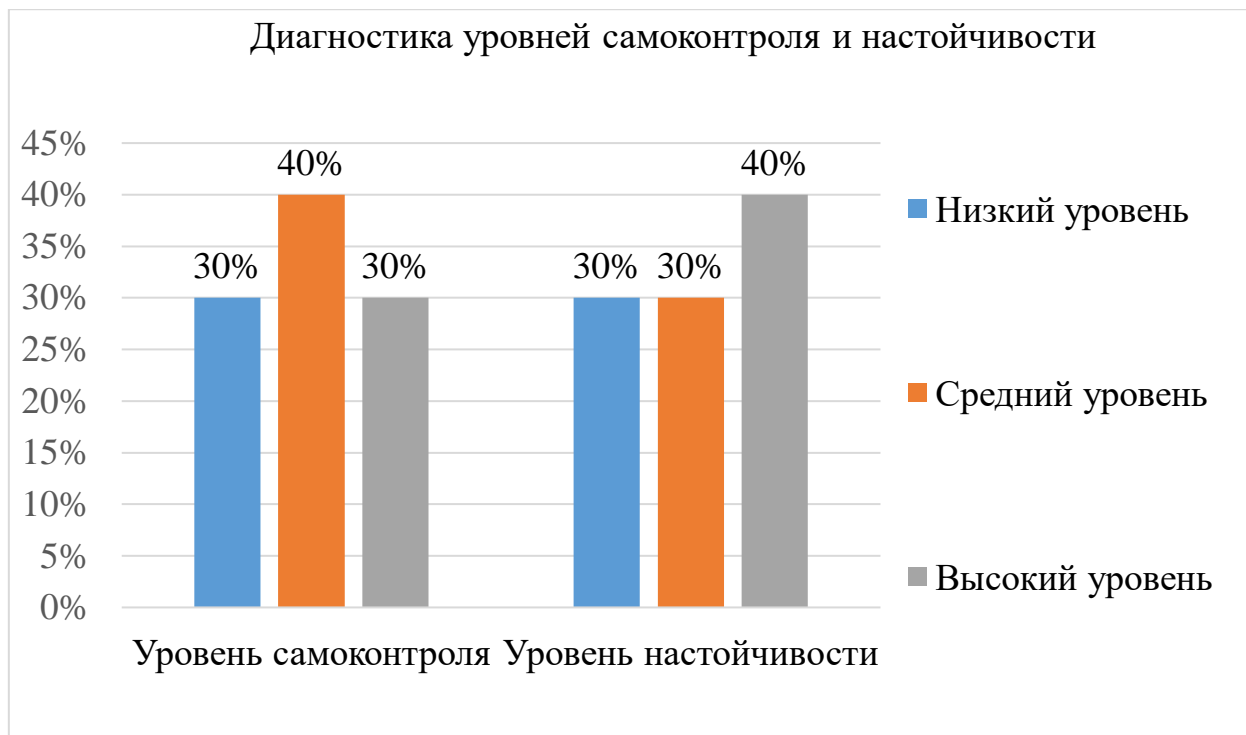


Рис. 7 Результаты диагностики уровней самоконтроля и настойчивости

Низкий уровень самоконтроля выявлен у 6 студентов. Такие обучающиеся спонтанны, чувствительны, импульсивны, не выдерживают критики и замечаний, направленных на них из-за этого, могут быть неуверенными в себе, бояться неизвестного, нового. После одной или нескольких неудач, ввиду такого состояния, у них появляется риск подверженности выученной беспомощности.

Средний уровень самоконтроля, который выявлен у 8 человек, отражает преобладание уверенности и возможности контролировать себя, в требующих этого ситуациях. Ограничение спонтанности способствует появлению утомляемости, которая негативно сказывается на самоконтроле и активности в деятельности.

Высокий уровень самоконтроля имеют 6 студентов. Такие люди эмоционально устойчивы, умеют сдерживать свои эмоциональные порывы в различных ситуациях. Им свойственно внутреннее спокойствие, уверенность в себе, они свободны от боязни неудачи перед чем-то новым, например, учебным материалом.

Низкий уровень настойчивости выявлен у 6 обучающихся. Это означает, что они непоследовательны в действиях, часто отвлекаются (на других студентов, на мобильные устройства и т.д.), их деятельность имеет сниженный фон активности, могут прекратить выполнения задания. Данная группа находится в зоне риска, потому что отвлекаемость и незавершенные дела служат признаком выученной беспомощности – неудачам, которые обучающийся создает себе самостоятельно.

Средний уровень настойчивости имеют 5 обучающихся, для них характерно стремление к завершению некоторых начатых дел, которые не представляют большой трудности, под влиянием педагога могут начать активно работать.

Высокий уровень активности выявлен у 8 человек. Эти обучающиеся активно стремятся к выполнению заданий, не отвлекаются на сторонние дела, во всех случаях доводят дело до конца, но если не удалось, то не винят себя, а в случае успешного завершения испытывают чувство радости.

7. Результаты по опроснику «Цель-Средство-Результат» (ЦСР) А. А. Карманова (рис. 8)



Рис. 8 Результаты диагностики умения целеполагания

У 5 обучающихся проблемы с постановкой конструктивных для себя целей. Такие студенты не знают своих потребностей, поэтому вместо того, чтобы ставить реалистичные цели, для достижения значимых результатов, они ставят перед собой цели, которые ограничены текущей ситуацией, например, дождаться окончания учебного занятия, или начинают определять слишком глобальные цели, например, стать лучшим маркетологом в мире. Невозможность адекватного целеполагания порождает собой появление выученной беспомощности: если перед студентом стоит «микроцель», то он в случае проблемы не сможет реалистично оценить ее и запланировать результат, а если цель глобальная, то из-за невозможности ее достичь, появляется негативный опыт и эмоциональное переживание.

Затруднения в целеполагании выявлены у 7 обучающихся. Ставящиеся цели не всегда обоснованы. При постановке реалистичной цели и выработки способа действия по ее достижению, может отвлекаться или выполнять шаги, которые объективно не были нужны. При трудности в целеполагании показывает готовность о принятии помощи в формулировке цели или принятии чужой цели полностью. Необходимо внешнее влияние для подготовки к ее выполнению. Таких студентов необходимо подталкивать к самостоятельной формулировке целей на учебном занятии в рамках профилактики.

Не имеют трудностей в целеполагании 8 студентов. Они ставят перед собой реалистичные, достижимые цели и показывают настрой на их достижение. Все действия на пути к выполнению целесообразны. Решительны, не отвлекаются.

Согласно обобщенным результатам из таблицы 16 (приложение 1) у 6 обучающихся выявлено более 4 признаков выученной беспомощности на констатирующем этапе опытно-экспериментальной работы, эти данные позволяют нам сделать вывод, что применение совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у обучающихся в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам необходимо.

3.2. Реализация психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам

Целью формирующего этапа являлась реализация совокупности психолого-педагогических условий, обеспечивающих профилактику выученной беспомощности на учебных занятиях МДК 04.02 для снижения уровня риска появления данного феномена.

На формирующем этапе опытно-экспериментальной работы в период производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности было проведено 7 специально разработанных учебных занятий по МДК 04.02 «Продвижение товаров и услуг» с применением совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов в процессе обучения.

Первое учебное занятие было посвящено теме «Прямой маркетинг».

На организационном этапе были использованы эмоциональные стимулы – интересные и юмористические факты и примеры, это подняло настроение обучающихся и способствовало созданию благоприятной атмосфере в начале учебного занятия для дальнейшей работы, а также оказало положительное влияние на эмоциональную область проявления выученной беспомощности.

На этапе постановки цели учебного занятия были использованы педагогические стимулы, укрепляющие статус личности и определяющие готовность к активной деятельности, обучающимся самостоятельно определяли тему и цель учебного занятия, опираясь на собственные знания и фотографии в мультимедийной презентации, суждения не подвергались критике других обучающихся, что позволило в разной мере оказать на положительное влияние мотивационную и волевую области проявления выученной беспомощности у всей группы.

На этапе актуализации знаний студенты самостоятельно определяли связь между новой темой и выполненным домашним заданием, они делятся своими индивидуальными сложностями в процессе его выполнения. Педагогом было применены приемы создания ситуации успеха, в частности эмоциональное поглаживание, что оказало определенное положительное влияние на мотивационную область проявления выученной беспомощности.

Этап введения новых знаний сопровождался использованием педагогических стимулов, способствующих формированию ценностных ориентаций личности, благодаря значимости прямого маркетинга в их будущей профессиональной деятельности, со ссылками на известные компании. Обучающиеся довольно активно задавали интересующие их вопросы касательно темы учебного занятия, а также успешно отвечают на проверочные вопросы, что доказывает их заинтересованность.

На этапе первичного закрепления знаний педагог положительно настроил обучающихся на успешное выполнение заданий при помощи различных приемов создания ситуации успеха, например, снятие страха. На данном этапе был использован активный имитационный неигровой метод анализа производственных ситуаций по решению маркетологов. Студенты предварительно настроены на успех и самостоятельно анализируют действия специалистов, предлагают альтернативные решения, после этого защищают свою работу публично. В результате такой работы было оказано

положительное влияние на мотивационную и когнитивную области проявления выученной беспомощности, а также частично на волевую.

На этапе обобщения и систематизации знаний обучающиеся перешли на другой вид деятельности – составление кластера. Все пары успешно продемонстрировали необходимые умения и справились с заданием, положительное влияние было частично оказано на когнитивную область проявления выученной беспомощности.

Этап подведения итогов обучения происходил в форме активного высказывания своего мнения и своих позиций обучающимися. Были использованы педагогические стимулы, формирующие ценностные организации личности совместно с эмоциональными стимулами. Педагог называл положительные и отрицательные стороны выполненных работ студентами, приводил статистические данные, что еще раз позволило закрепить важность темы. Вся группа принимала участия в обсуждении. Все вышеперечисленное позволило оказать положительное влияние на мотивационную и эмоциональную область проявления выученной беспомощности.

Второе учебное занятие было посвящено теме «Изучения инструментов директ-маркетинга».

На этапе постановки цели были применены педагогические стимулы, определяющие готовность к активной учебной деятельности. Обучающиеся самостоятельно сформулировали цель этого учебного занятия исходя из предыдущей, выдвинули гипотезу о формировании умений и навыков, оценили связь теории и практики. Положительное влияние было оказано на волевую и эмоциональную области проявления выученной беспомощности.

На этапе проверки домашнего задания обучающиеся демонстрировали составленные самостоятельно рекламные сообщения, по итогам выступлений они определяли сильные и слабые стороны разработки. Педагогом были использованы педагогические стимулы, формирующие ценностные организации личности и эмоциональные. Студенты получили, в целом,

положительный отклик, обосновали значимость составления рекламных текстов в контексте будущей профессиональной деятельности. Было оказано положительное влияние на мотивационную и эмоциональную области проявления выученной беспомощности.

На этапе выполнения упражнений реконструктивно-вариативного типа использовались следующие психолого-педагогические условия профилактики выученной беспомощности: создание ситуаций успеха при помощи различных приемов, к примеру, «линия горизонта», преодоление страха, мобилизация активности; решение практического задания по завуалированной инструкции. Обучающиеся решали задания в измененной ситуации по выбору оптимального инструмента директ-маркетинга на примере определенной компании (учесть деятельность фирмы и ее популярность). Успешное самостоятельное, без помощи педагога, выполнение задания позволяет сделать вывод о положительном влиянии на эмоциональную, волевою и когнитивную области проявления выученной беспомощности.

Этап выполнения упражнения творческого типа проходил при помощи создания ситуации успеха («линия горизонта» и объективная похвала) и использования метода мозгового штурма для активизации творческого мышления с целью подборки идей для продвижения товаров и услуг. Педагог настроил обучающихся на работу в группах. Обучающиеся самостоятельно работали в командах, соблюдено правило отсутствия критики идей. Защита наработок команд происходила в активной дискуссии, где была важна выдача объективной критики и ее принятие. Положительное влияние было оказано на волевою, когнитивную и эмоциональную области проявления выученной беспомощности.

На этапе контроля сформированности умений и навыков обучающиеся анализировали документы и искали ошибки при выборе инструментов маркетологами с позиции полученного опыта, а также предлагали альтернативы. Были использованы педагогические стимулы, укрепляющие статус личности (одной из должностных обязанностей является анализ опыта

конкурирующих компаний). В процессе организации обратной связи по учебному занятию было привлечено несколько неактивных студентов к обсуждению. На данном этапе положительное влияние было оказано на эмоциональную, когнитивную и мотивационную области проявления выученной беспомощности.

Третье учебное занятие было посвящено теме «Социальный медиамаркетинг».

На этапе постановки цели были использованы педагогические стимулы, укрепляющие статус личности. Обучающиеся слушали новости об интернет-деятельности компаний, сами приводили примеры. Они успешно самостоятельно определили тему и цель учебного занятия. На этом этапе положительное влияние было оказано на мотивационную, волевую и частично эмоциональную области проявления выученной беспомощности.

Этап актуализации проходил в рамках специально созданной дискуссии о социальных сетях, их выборе для деятельности фирмы, обсуждение наиболее часто посещаемой обучающимися. Удалось привлечь всех обучающихся к активному обсуждению. Были использованы педагогические стимулы, определяющие готовность к активной деятельности, положительное влияние было оказано на мотивационную и эмоциональную области проявления выученной беспомощности.

На этапе введения новых знаний были использованы педагогические стимулы, укрепляющие статус личности и эмоциональные. На протяжении всего этапа имел место диалог – обучающиеся задавали вопросы, делились своим жизненным и профессиональным опытом по SMM. Педагог демонстрировал фотографии с элементарными ошибками для поддержания интереса студентов и формирования у них критического мышления, к примеру, «YouTube»— это социальная сеть. Успешно был создан благоприятный психологический климат. Это доказывает, что положительное влияние было оказано на эмоциональную, когнитивную и мотивационную области проявления выученной беспомощности.

Этап закрепления знаний был проведен с использованием имитационного игрового метода разыгрывание ролей и создание ситуации успеха при помощи приема «обмен ролями». На данном этапе обучающиеся отвечали на вопросы с позиций, придуманных группой маркетинговой ролей. Студенты справились с выбранными ролями, проявили сдержанность и самоконтроль. Таким образом, положительное влияние в разной мере было оказано на области проявления выученной беспомощности

На этапе обобщения и систематизации знаний обучающиеся составляли интеллект-карту по пройденному материалу, необходимо было использовать творческое мышление. После того, как все группы выполнили данную работу, начался этап обсуждения с созданием ситуации успеха: высказывание через объективные суждения и положительная оценка каждого этапа выполнения работы тем самым это способствовало оказанию положительного влияния на эмоциональную, когнитивную и мотивационную области проявления выученной беспомощности.

Этап подведения итогов был проведен с использованием приема рефлексии «Три М», непонимания со стороны студентов при его использовании у студентов не возникло, и педагогических стимулов, способствующих ценностным организациям личности через примеры успешного использования маркетологами инструментов SMM. Некоторые обучающиеся были активнее других и способствовали активному обсуждению, в котором участие приняли все студенты. Положительное влияние было оказано на мотивационную область проявления выученной беспомощности.

Четвертое учебное занятие было посвящено теме «Проведение ранжирования инструментов SMM».

На этапе постановки цели были использованы педагогические стимулы, укрепляющие статус личности. Обучающим было предложено сформулировать цель учебного занятия самостоятельно, исходя из прошлого положительного опыта. В ходе активного обсуждения, которым частично

управлял педагог, им удалось определить цель. В ходе данного этапа положительное влияние было оказано на мотивационную область проявления выученной беспомощности.

На этапе проверки домашнего задания и актуализации знаний создавались индивидуальные ситуации успеха для обучающихся, в которых педагог хвалил определенную черту или качество личности, а также отмечал объективные недостатки в работе, исправив которые студент улучшит свои навыки. Все представили свои работы по анализу эффективности деятельности компании по социальному медиамаркетингу, больше половины обучающихся сделали развернутый анализ, на основании этого можно сделать вывод, что педагог смог объяснить значимость данной темы и оказать влияние на мотивационную, в том числе и на данном этапе, когнитивную и волевую области проявления выученной беспомощности.

На этапе выполнения упражнений реконструктивно-вариативного типа сразу удалось настроить студентов на выполнение разноуровневых заданий через создание ситуации успеха при помощи прием линия горизонта и педагогических стимулов, укрепляющих статус личности (в индивидуальных заданиях присутствовала возможность сослаться на подходящий жизненный опыт). Обучающиеся успешно справились с заданием, некоторые обращались к педагогу за помощью, но, в основном, выполнили его самостоятельно. В ходе данного этапа положительное влияние было оказано на мотивационную, волевую и частично эмоциональную области проявления выученной беспомощности.

В ходе этапа выполнения творческого упражнения был использован активный неигровой метод решения производственных задач для имитации обязанности по проведению исследования эффективности SMM на рынке Омской области. Помимо этого, на данном этапе были использованы педагогические стимулы, способствующие формированию ценностных организаций личности, в частности пример анализа маркетинговой деятельности, которая смогла привести компанию к мировому успеху.

Обучающиеся по парам успешно выполнили задание, в том числе и благодаря надежде на успех, которую создал преподаватель на прошлом этапе. Положительное влияние было оказано на все области проявления выученной беспомощности.

На этапе контроля сформированности умений и навыков ситуация успеха выражалась в поддержке при помощи жестов и эмоциональном контакте. Обучающиеся защищали свои работы, обращали внимания на педагога и видели поддержку в его действиях, что снизило напряженность и эмоциональные отрицательные показатели. Вся группа получила положительные оценки «хорошо» и «отлично». В ходе обсуждения учебного занятия было выяснено, что некоторым обучающимся задания конструктивно-вариативного типа оказались слишком легкими, что означает проявление адекватного уровня притязаний и самооценки. Таким образом, оказание положительного влияние было на эмоциональную область проявления выученной беспомощности.

Пятое учебное занятие было посвящено теме «Брендинг».

На этапе постановки цели преподавателем было организовано обсуждение, в рамках которого студенты смогли самостоятельно определить тему и цель учебного занятия, а также стать готовыми к дальнейшей активной деятельности за счет использования педагогических стимулов. Все обучающиеся приняли участие в обсуждении, высказали свои предпочтения и интересы в брендинге товара. К некоторым обучающимся пришлось обращаться индивидуально для того, чтобы они поучаствовали в обсуждении. В ходе данного этапа положительное влияние было оказано на эмоциональную и волевою области проявления выученной беспомощности.

На этапе введения новых знаний был использован имитационный игровой метод: разыгрывание ролей. Обучающиеся в роли начинающих маркетологов изучали специально подобранные статьи, анализировал их и выделяли методы по формированию долгосрочного предпочтению к товару. После этого креативными способами рассказывали другим студентам о

выделенных методах, поэтому положительное влияние было оказано на когнитивную и эмоциональную области проявления выученной беспомощности.

Этап первичного закрепления знаний строился на основе приема «опережающая установка». Обучающиеся определяли методы, которые использует компания в брендинге с настроем на то, что они могут не угадать метод, потому что в работе маркетолога они могут быть связаны и переплетены. В целом, справились с работой на оценку «отлично», кроме нескольких студентов со сложностями, которые были заранее предусмотрены. Благодаря этому удалось избежать негативной динамики в мотивационной области проявления выученной беспомощности.

Этап обобщение и систематизация знания совместно с подведением итогов обучения происходил в форме фронтальной работы и использовании мозгового штурма для формирования классификации методов, создающих долгосрочное предпочтение к товару. Обучающиеся должны были контролировать себя: не реагировать в ответ на критику и сами выдвигать только обоснованные утверждения. В итоге удалось создать классификацию, состоящую из трех групп. Студенты остались довольны проделанной совместной работой по итогам рефлексии. В ходе данного этапа положительное влияние было оказано на мотивационную, когнитивную и эмоциональную области проявления выученной беспомощности.

Шестое учебное занятие было посвящено теме «Разработка методов по формированию долгосрочного предпочтения к товару»

На этапе подготовке к деловой игре были использованы педагогические стимулы, способствующие формированию ценностных организаций личности. Было объявлено, что данная игра схожа с профессиональным мероприятием, которое проводят маркетологи внутри или между компаниями. Обучающимся понравилось направленность учебного занятия, они были позитивно настроены на выполнение заданий. Положительное влияние было оказано на мотивационную область проявления выученной беспомощности.

На этапе постановке проблемы было озвучено задание по разработке новых методов, формирующих долгосрочного предпочтение к товару. После этого несколько студентов стали заметно пассивней, благодаря использованию приему «опережающая установка» для создания ситуации успеха было объявлено, что очень сложно разработать новый метод целиком. Исходя из этого возможно частичное усовершенствование или изменение существующего уже существующего метода. Такой условие было понято и принято обучающимися. Они настроились на выполнение задания и начали делиться на группы. На данном этапе положительное влияние было оказано на мотивационную и волевую области проявления выученной беспомощности.

Этап групповой работы над заданием сопровождался рядом правил, которые стандарты для деловых игр: участники делаться по ролям внутри групп, нельзя громко высказывать свое мнение, нарушать порядок игры и так далее. Обучающиеся выбрали роли, и стали разрабатывать элементы новшества, которое можно включить в метод формирования долгосрочного предпочтения к товару. В ходе данного этапа эмоциональная, когнитивная и волевая области были в зоне положительно влияния для уменьшения возможности проявления выученной беспомощности.

На этапе межгрупповой работы обучающиеся презентовали проделанную работу, педагог поддерживал выступающих. Студенты задавали вопросы об отдельных интересующих элементов проекта, который презентовали. После этого приглашенные эксперты (другие преподаватели) выставили оценки за демонстрацию работы и ее качество. В ходе этапа положительное влияние было оказано на эмоциональную область проявления выученной беспомощности.

На этапе рефлексии участников игры в рамках ситуации успеха, некоторые обучающиеся приняли на себя роль педагога и сделали выводы об учебном занятии. Помимо этого, был составлен синквейн про брендинг и его методы, а также объяснены ошибки студентам, которые они допустили для дальнейшего совершенствования знаний и умений. Положительное влияние

было оказано на мотивационную и эмоциональные области проявления выученной беспомощности.

Седьмое занятие было посвящено теме «Анализ эффективности продвижения товаров и услуг предприятия»

На этапе постановки цели был использован прием «тема-вопрос», который связан с педагогическими стимулами, определяющие готовность к активной деятельности. Обучающиеся отвечали на поставленный перед ними вопрос, смогли определить цель учебного занятия при помощи наводящих вопросов педагога о завершении междисциплинарного курса. Положительное влияние оказано на мотивационную и волевую области проявления выученной беспомощности.

Этап проверки усвоение ЗУН был основан на использовании имитационного неигрового метода case-study. Обучающимся напомнили обо всех успешных выполненных заданиях, происходило внушение в предопределённом успехе при помощи создания ситуации успеха и различных приемов. Студенты разделились на 4 группы и выбрали из списка компанию, деятельность, которую они комплексно проанализировали. Также по инструкции они представили альтернативы и способы улучшения, используемым методам в деятельности фирмы. Аргументировали доводы и сделали выводы об успешности на рынке. На данном этапе положительное влияние было оказано на все области проявления выученной беспомощности.

На этапе обобщения и систематизации знаний обучающиеся составляли кластер по пройденному материалу за эти 7 занятий. В это время преподаватель производил проверку выполненных работ по анализу эффективности продвижения товара на рынке в соответствии с критериями. Обучающимся была дана «скрытая инструкция» в рамках ситуации успеха, чтобы они самостоятельно продумали план своего кластера и творчески подошли к его оформлению. У всех групп получились достаточно разные результаты, что означает применение личностной креативности. В рамках

данного этапа положительное влияние было оказано на когнитивную и мотивационную области проявления выученной беспомощности.

На этапе оценки деятельности обучающихся были подведены итоги учебной работы, озвучены оценки и дана возможность их оспорить. Педагог организует обсуждение о впечатлениях об учебном занятии и в целом про последние изученные темы. Студенты самостоятельно отметили, что приобретённые знания и умения пригодятся им в период практики и в будущей профессиональной деятельности.

Таким образом, совокупность психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам была успешно реализована на 7 учебных занятиях, которые были специально адаптированы с этой целью.

3.3. Результаты опытно-экспериментальной работы по проверке эффективности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам

С целью оценки эффективности совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности нами было проведено сравнение результатов диагностик на констатирующем и итоговом этапах по каждой из методик в рамках той же выборки:

1. Соотношение результатов по опроснику А. А. Реана «Мотивация успеха и боязнь неудачи» (рис. 9)

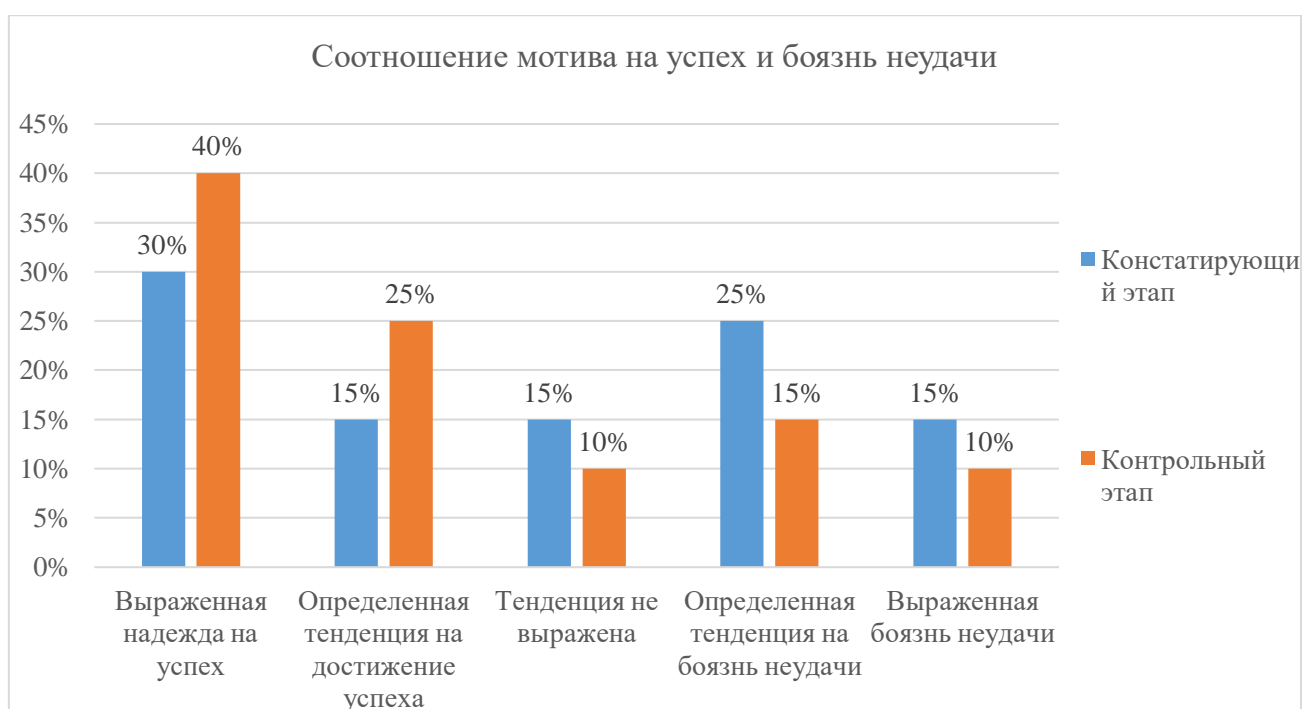


Рис. 9 Соотношение результатов диагностики мотива на успех и боязни неудачи на констатирующем и контрольном этапах

Сравнение показало, что возросло количество человек с выраженной надеждой на успех -2 обучающихся, с определенной тенденцией на успех -2 обучающихся, а также снизилось количество студентов с отрицательными и неопределенным показателями. Это означает, что используемые педагогические стимулы: укрепляющие статус личности, определяющие готовность к активной деятельности и создаваемые ситуации успеха способствовали положительной динамике развития данного показателя.

2. Соотношение результатов по методике Дембо-Рубинштейн в модификации А.М. Прихожан (рис. 10-11)

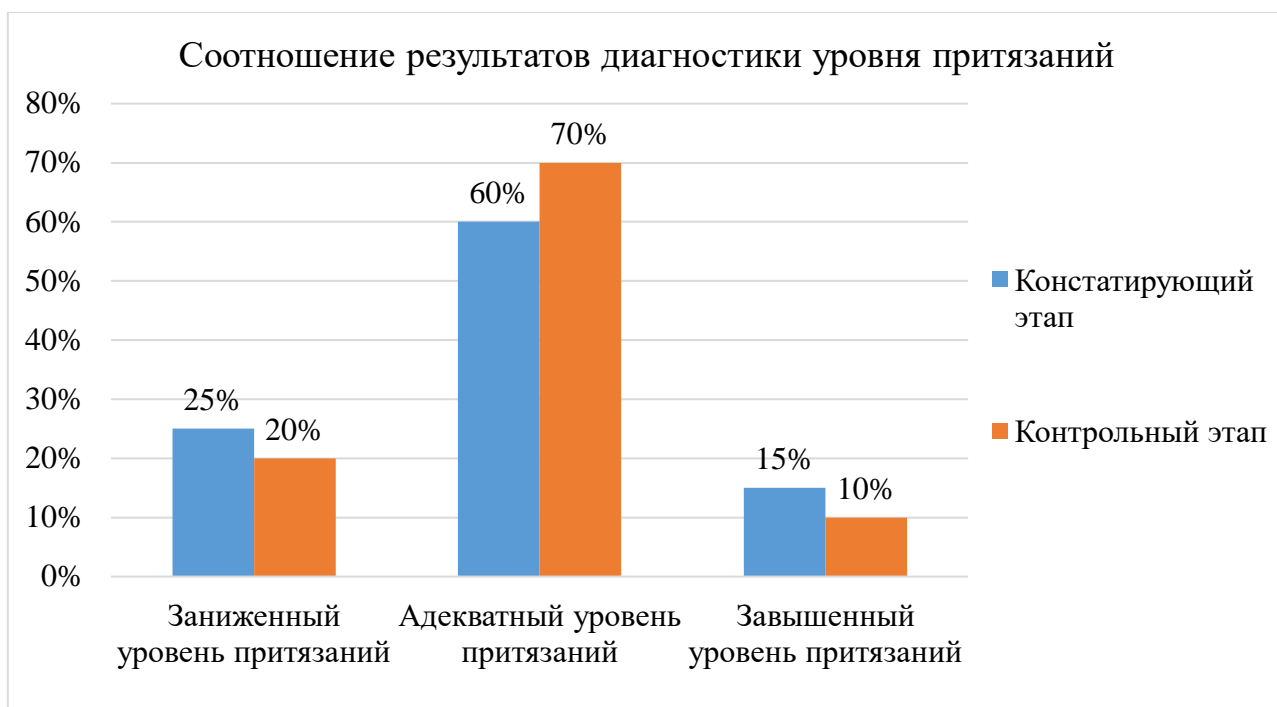


Рис. 10 Соотношение результатов диагностики уровня притязаний на констатирующем и контрольном этапах

Количество обучающихся с адекватным уровнем притязаний увеличилось на 2 студента. Также есть динамика снижения заниженного и завышенного уровней притязания у 4 обучающихся. Обучающиеся стали рисковать, верить в свои возможности, стремиться к более высоким оценкам, благодаря комплексу разноуровневых заданий и использованию приемов создания ситуации успеха.

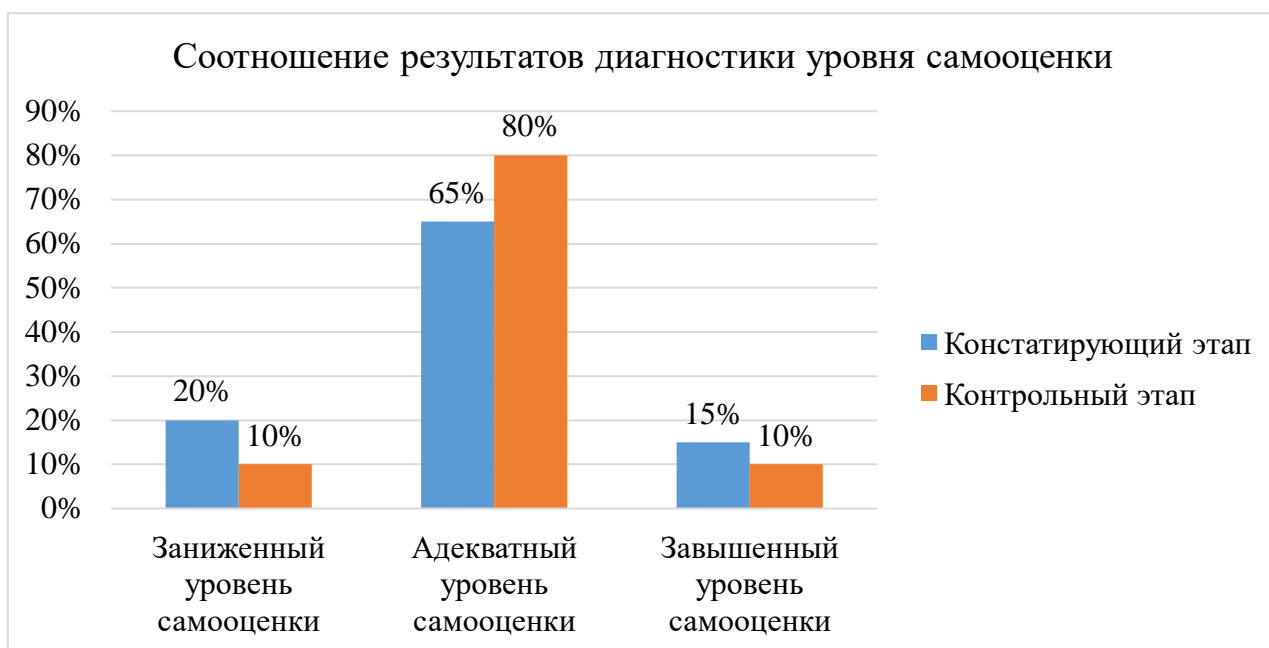


Рис. 11 Соотношение результатов диагностики уровня самооценки на констатирующем и контрольном этапах

Исследование показало, что применение совокупности психолого-педагогических условий положительно отразилось на динамике самооценки: заниженные и завышенные уровни снизились, а адекватная самооценка появилась у 3 обучающихся, они начали работать более самостоятельно, научились реалистично оценивать продукты своей учебной деятельности и начали верить в свои возможности.

3. Соотношение результатов по диагностике личностной креативности Е. Е. Туник (рис. 12)

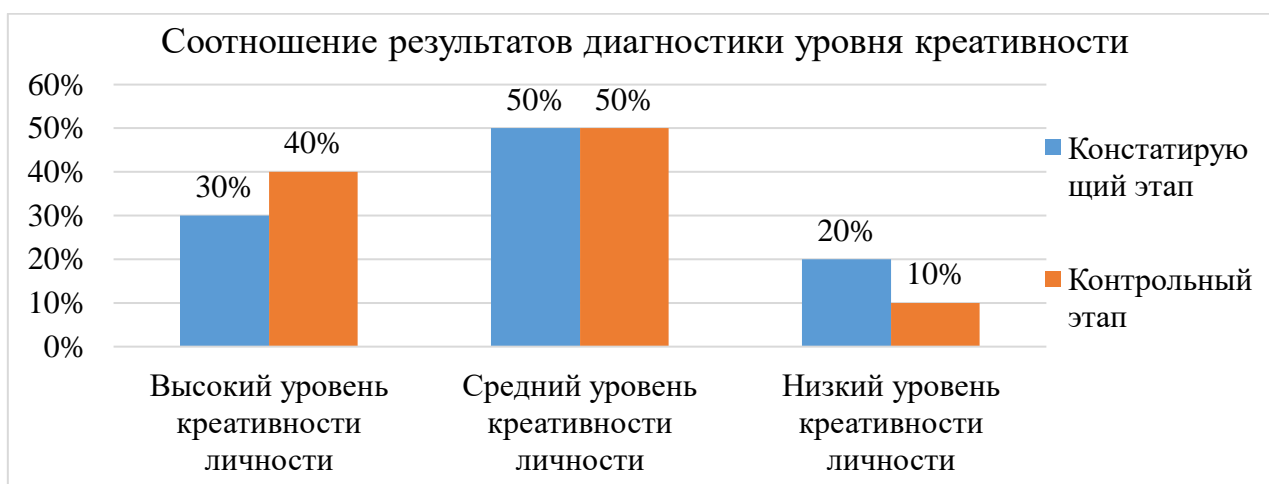


Рис. 12 Соотношение результатов диагностики уровня креативности личности на констатирующем и контрольном этапах

Исследование данных показывает, что произошли изменения на всех уровнях: высокий сформировали 2 обучающихся, произошло изменение с низкого уровня до среднего у еще 2 обучающихся. Благодаря активным методам обучения и разнообразию заданий, студенты смогли искать нестандартные пути решения и генерировать креативные идеи.

4. Соотношение результатов по Томскому опроснику ригидности мышления (ТОР) Г.В. Залевского (рис. 13)

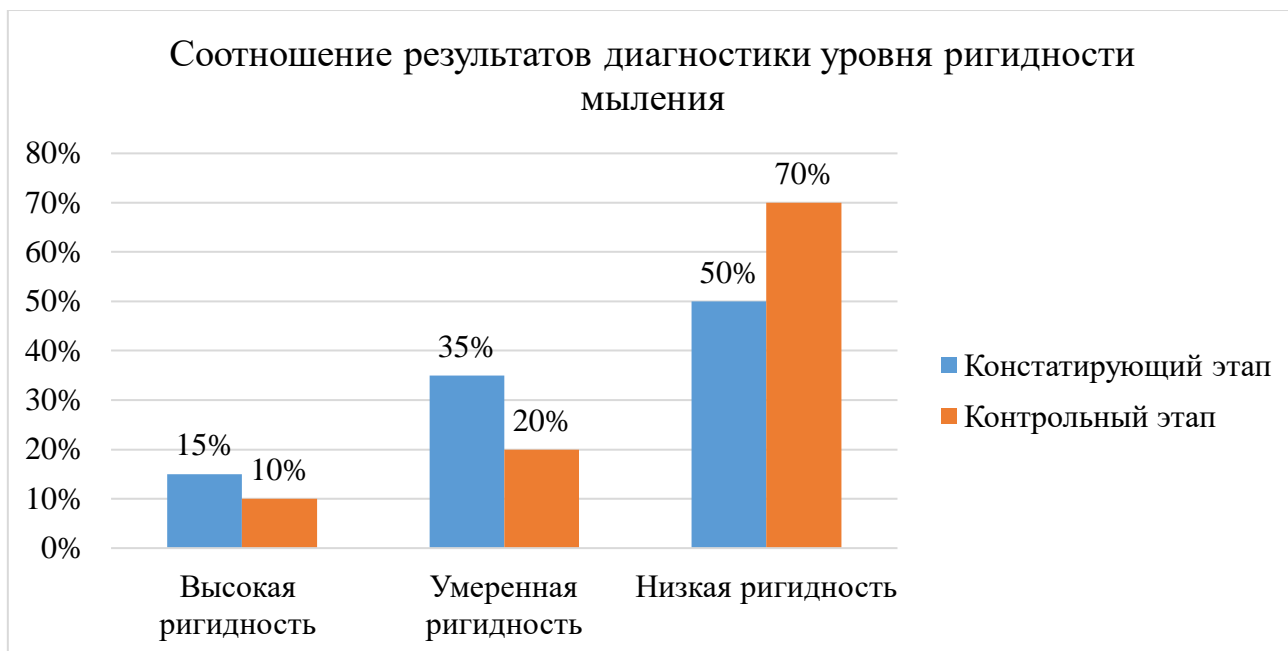


Рис. 13 Соотношение результатов диагностики уровня ригидности мышления на констатирующем и контрольном этапах

Благодаря разнообразию активных методов удалось включить студентов в различные виды деятельности и осуществлять переход между ними на учебных занятиях. Согласно полученным данным, это позволило получить следующие результаты: низкий уровень ригидности при повторной диагностике был выявлен еще у 4 человек, что является подтверждением эффективности используемой совокупности условий. Высокий и умеренный уровни ригидностей соответственно тоже снизились в тестируемой группе.

5. Соотношение результатов по диагностике тревожности и депрессии (ТИД) А.А. Карелина (рис. 14)



Рис. 14 Соотношение результатов диагностики психического состояния на констатирующем и контрольном этапах

Благодаря применению совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности, в частности создании ситуации успеха и активной групповой работе во время выполнения учебных заданий, удалось снять тревожность и депрессию у трех обучающихся, снизился общий уровень психической напряженности и пограничного состояния – неопределённости данных.

6. Соотношение результатов по тесту - опроснику А.В.Зверькова, Е.В. Эйдмана «Исследование волевой саморегуляции» (рис. 15-16)

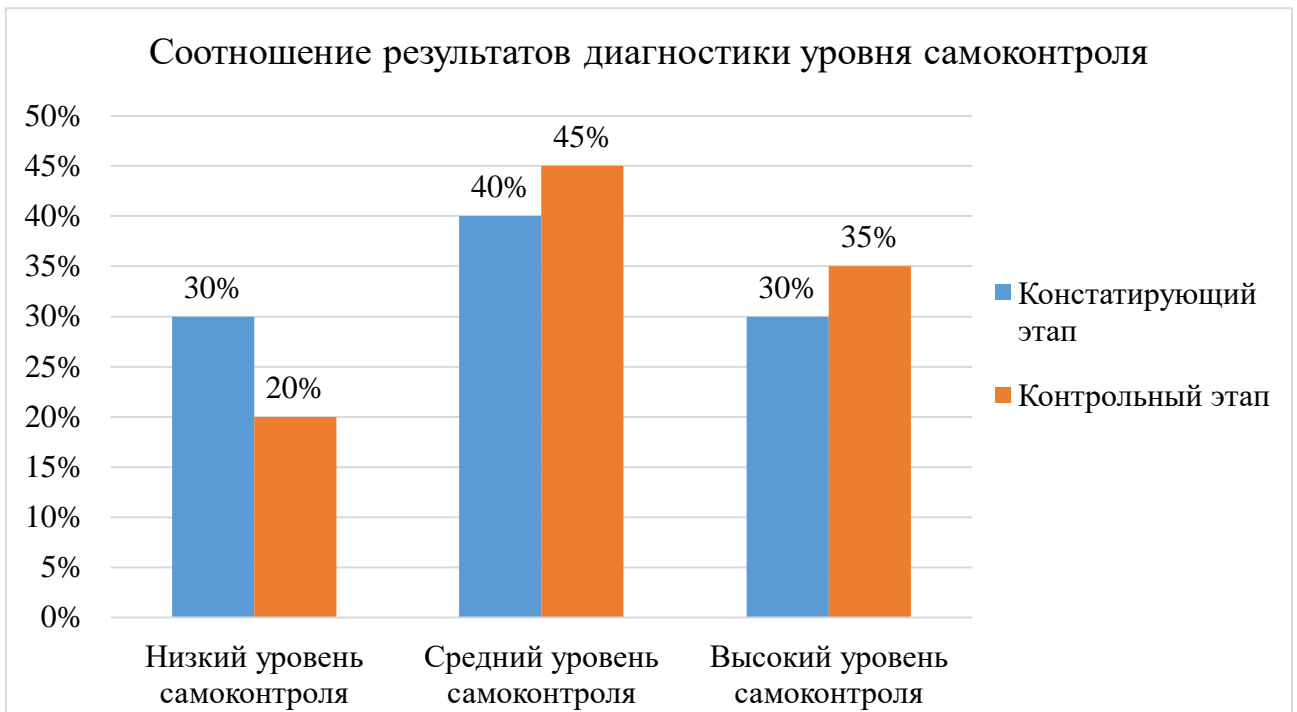


Рис. 15 Соотношение результатов диагностики уровня самоконтроля на констатирующем и контрольном этапах

Повысился уровень самоконтроля у 3 обучающихся- у 2 с низкого до среднего, у 1 со среднего до высокого. Средний уровень самоконтроля имеют 9 обучающихся, высокий 7. Это произошло благодаря ситуациями успеха (объективные суждения и другие) и имитационным игровым методам (деловая игра, мозговые штурмы)

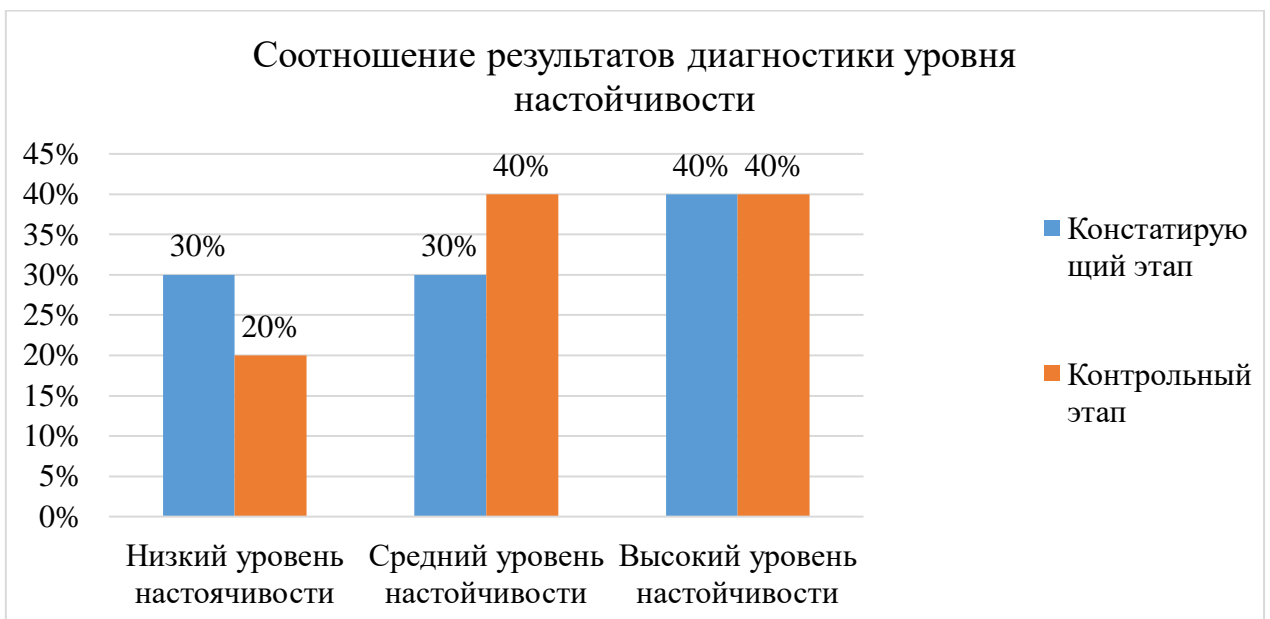


Рис. 16 Соотношение результатов диагностики уровня настойчивости на констатирующем и контрольном этапах

Исследование показало, что уменьшился уровень низкой настойчивости в группе у двух студентов, они смогли перейти до среднего уровня. Количество обучающихся с высоким уровнем настойчивости не изменилось, но у них произошел положительный сдвиг баллов, примерно 1-2 единицы, такая же ситуация и со средним уровнем. Таким образом, совокупность психолого-педагогических условий недостаточно эффективно влияет на уровень настойчивости, можно предположить, что недостаточная эффективность совокупности на этом показателе связана с ограниченным количеством учебных занятий.

7. Соотношение результатов по опроснику «Цель-Средство-Результат» (ЦСР) А. А. Карманова (рис. 17)

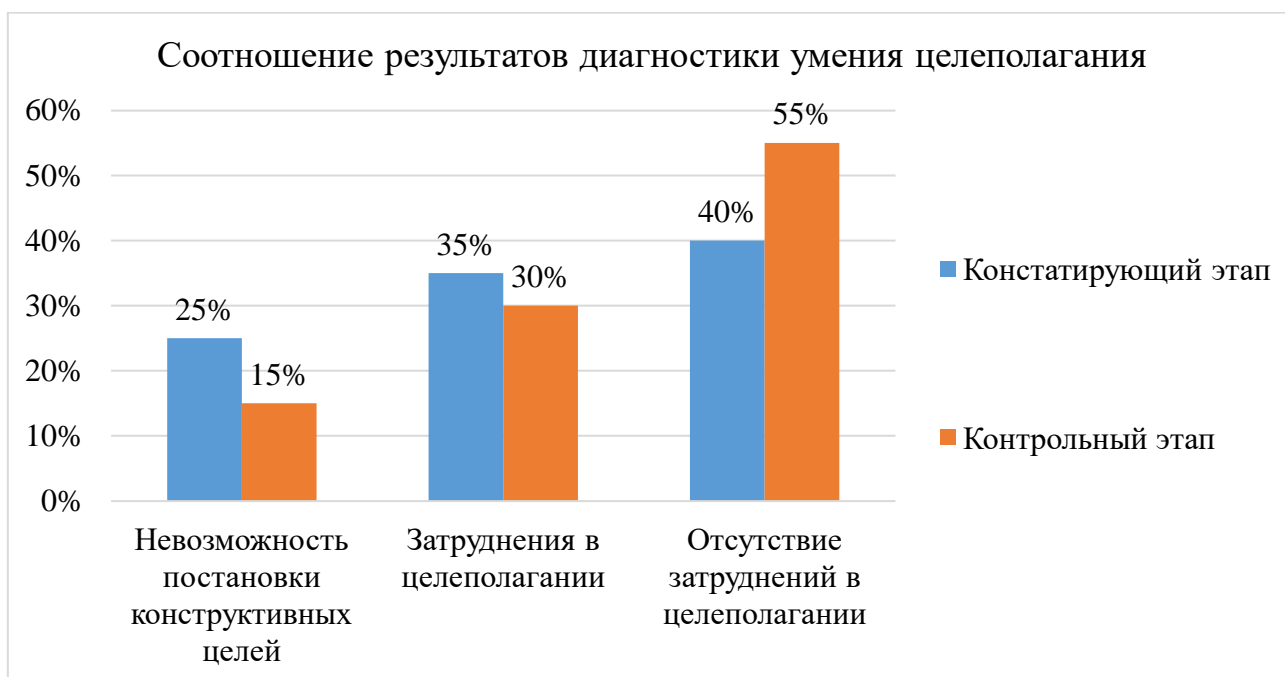


Рис. 17 Соотношение результатов диагностики умения целеполагания на констатирующем и контрольном этапах

Благодаря совместному и самостоятельному целеполаганию в начале каждого учебного занятия у обучающихся, при помощи различных приемов и педагогических стимулов, получило развитие умение ставить перед собой реалистичные цели. Снизилась невозможность постановки конструктивных целей у 3 обучающихся, теперь они имеют только небольшие затруднения в

целеполагании. Помимо этого, еще трое обучающихся больше не испытывают затруднений правильной постановки целей.

Далее нам необходимо подтвердить достоверность эффективности реализованной совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам при помощи метода математической статистики - Т-критерия Вилкоксона

Критерий используется для сопоставления показателей, измеренных в двух разных условиях на одной и той же выборке испытуемых. В рамках нашей опытно-экспериментальной работы условиями являются результаты диагностики на констатирующем и контрольном этапах. Этот критерий позволяет установить не только направленность изменений, но и их выраженность при условии возможности упорядочивания замеров, диапазон выборки составляет от 5 до 50 человек. С его помощью нами будет определено, является ли сдвиг показателей в каком-то одном направлении более интенсивным, чем в другом. [63, с. 87-93]

Основная сущность метода заключается в сопоставлении выраженности сдвигов в одном из двух направлений по абсолютной величине. Для этого проводится ранжирование всех абсолютных величин сдвигов, после этого суммируются ранги. Если сдвиги в положительную и в отрицательную сторону происходят случайно, то суммы рангов абсолютных значений их будут примерно равны. Если же интенсивность сдвига в одном из направлений перевешивает, то сумма рангов абсолютных значений сдвигов в противоположную сторону будет значительно ниже, чем это могло бы быть при случайных изменениях.

В нашем эксперименте количество участников составляет 20 человек, расчет критических значений представлен в таблице 15.

Таблица 15

Критические значения Т при n=20

n	T _{кр}
---	-----------------

	0.01	0.05
20	43	60

Применим критерий для каждого значимого показателя во всех диагностических методиках:

1. Результаты расчета Т-критерия при сопоставлении результатов диагностики мотива успеха и избегания неудачи (приложение 2):

На основе результатов диагностики мотива успеха и избегания неудачи, полученное значение $T_{\text{эмп.}} = 27.5$ находится в зоне значимости, $T_{\text{эмпир}} < T_{\text{кр}}$ (рис. 18). Анализ оси значимости показал, что зафиксированные изменения результатов диагностики не случайны и значимы.



Рис. 18 Статистическая значимость расчета Т-критерия при диагностике мотива успеха и избегания неудачи на оси

2. Результаты расчета Т-критерия при сопоставлении результатов диагностики уровня притязаний (приложение 3):

На основе результатов диагностики уровня притязаний, полученное значение $T_{\text{эмп.}} = 38.5$ находится в зоне значимости, $T_{\text{эмпир}} < T_{\text{кр}}$ (рис. 19). Анализ оси значимости показал, что зафиксированные изменения результатов диагностики не случайны и значимы.



Рис. 19 Статистическая значимость расчета Т-критерия при диагностике
уровня притязаний на оси

3. Результаты расчета Т-критерия при сопоставлении результатов диагностики уровня самооценки (приложение 4):

На основе результатов диагностики уровня самооценки, полученное значение $T_{\text{эмп.}} = 39$ находится в зоне значимости, $T_{\text{эмпир}} < T_{\text{кр}}$ (рис. 20). Анализ оси значимости показал, что зафиксированные изменения результатов диагностики не случайны и значимы.



Рис. 20 Статистическая значимость расчета Т-критерия при диагностике
уровня самооценки на оси

4. Результаты расчета Т-критерия при сопоставлении результатов диагностики уровня креативности личности (приложение 5):

На основе результатов диагностики уровня креативности личности, полученное значение $T_{\text{эмп.}} = 29.5$ находится в зоне значимости, $T_{\text{эмпир}} < T_{\text{кр}}$ (рис. 21). Анализ оси значимости показал, что зафиксированные изменения результатов диагностики не случайны и значимы.



Рис. 21 Статистическая значимость расчета Т-критерия при диагностике
уровня креативности личности на оси

5. Результаты расчета Т-критерия при сопоставлении результатов диагностики уровня ригидности мышления (приложение 6):

На основе результатов диагностики уровня ригидности мышления, полученное значение $T_{\text{эмп.}} = 15$ находится в зоне значимости, $T_{\text{эмпир}} < T_{\text{кр}}$ (рис. 22). Анализ оси значимости показал, что зафиксированные изменения результатов диагностики не случайны и значимы.

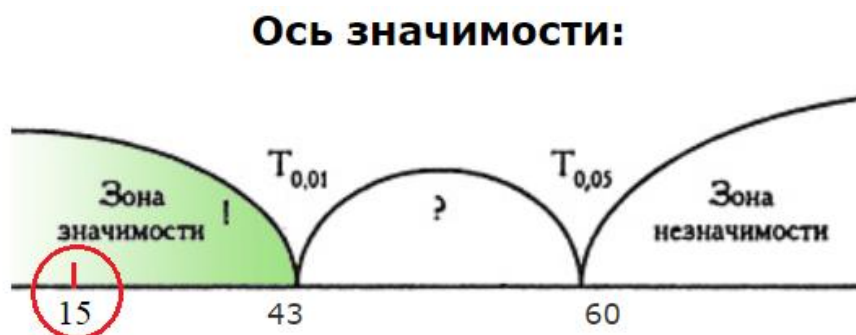


Рис. 22 Статистическая значимость расчета Т-критерия при диагностике уровня ригидности мышления на оси

6. Результаты расчета Т-критерия при сопоставлении результатов диагностики психического состояния (приложение 7):

На основе результатов диагностики психического состояния, полученное значение $T_{\text{эмп.}} = 9$ находится в зоне значимости, $T_{\text{эмпир}} < T_{\text{кр}}$ (рис. 23). Анализ оси значимости показал, что зафиксированные изменения результатов диагностики не случайны и значимы.



Рис. 23 Статистическая значимость расчета Т-критерия при диагностике психического состояния на оси

7. Результаты расчета Т-критерия при сопоставлении результатов диагностики уровня самоконтроля (приложение 8):

На основе результатов диагностики уровня самоконтроля, полученное значение $T_{\text{эмп.}} = 25.5$ находится в зоне значимости, $T_{\text{эмпир}} < T_{\text{кр}}$ (рис. 24). Анализ оси значимости показал, что зафиксированные изменения результатов диагностики не случайны и значимы.

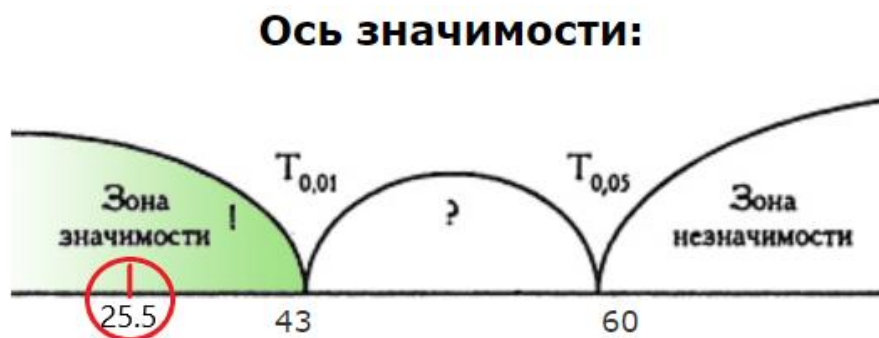


Рис. 24 Статистическая значимость расчета T -критерия при диагностике уровня самоконтроля на оси

8. Результаты расчета T -критерия при сопоставлении результатов диагностики уровня настойчивости (приложение 9):

На основе результатов диагностики уровня настойчивости, полученное значение $T_{\text{эмп.}} = 10$ находится в зоне значимости, $T_{\text{эмпир}} < T_{\text{кр}}$ (рис. 25). Анализ оси значимости показал, что зафиксированные изменения результатов диагностики не случайны и значимы.



Рис. 25 Статистическая значимость расчета T -критерия при диагностике уровня самоконтроля на оси

9. Результаты расчета T -критерия при сопоставлении результатов диагностики умения целеполагания (приложение 10):

На основе результатов диагностики умения целеполагания, полученное значение $T_{\text{эмп.}} = 6$ находится в зоне значимости, $T_{\text{эмпир}} < T_{\text{кр}}$ (рис. 26).

Анализ оси значимости показал, что зафиксированные изменения результатов диагностики не случайны и значимы.



Рис. 26 Статистическая значимость расчета Т-критерия при диагностике умения целеполагания на оси

Таким образом, все вышеперечисленные данные означают, что результаты диагностик являются достоверными, а совокупность психолого-педагогических условий доказывает свою эффективность при профилактике, которую можно проследить в положительной динамике к значениям минимизации возникновения признаков выученной беспомощности всех показателей четырех областей, в которых может проявиться данный феномен у студентов.

Результаты опытно-экспериментальной работы в основном подтверждают гипотезу исследования в том, что совокупность психолого-педагогических условий, состоящая из использования педагогических стимулов и активных методов обучения, а также создания ситуаций успеха, повлияет на эмоциональную, мотивационную, когнитивную и волевую области студентов колледжа и обеспечит профилактику выученной беспомощности в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам.

Выводы по третьей главе

Нами была проведена опытно-экспериментальная работы по проверке эффективности совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности в процессе обучения междисциплинарному курсу 04.02 «Продвижение товаров и услуг». Она включала три этапа: констатирующий, формирующий и контрольный.

На констатирующем этапе была проведена первичная диагностика с целью выявления наличия показателей выученной беспомощности у обучающихся группы 228ТЭ в составе 20 человек. Анализ данных показал, что практически все обучающиеся подвержены различным показателям проявления выученной беспомощности. У 30% группы было выявлено больше 4 показателей на одного студента. Вышеперечисленные сведения позволили нам сделать вывод о необходимости проведения профилактики выученной беспомощности в данной группе.

В рамках формирующего этапа мы провели 7 специально разработанных учебных занятий с целью реализации совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов в процессе обучения МДК 04.02. На каждом занятии удалось в разной мере оказать положительное влияние на все четыре области проявления выученной беспомощности: мотивационную, когнитивную, эмоциональную и волевою. Данный результат был достигнут благодаря различным вариациям ситуации успеха, педагогическим стимулам четырех видов и активным методам обучения: деловой игре, мозговым штурмам, разыгрыванию ролей и решению производственных задач, а также кейсов.

На контрольном этапе была проведена повторная диагностика для выявления динамики показателей выученной беспомощности у обучающихся. Анализ результатов позволил сделать вывод, что есть положительная динамика во всех показателях у каждого обучающегося группы. Для достоверности полученных результатов был использован метод математической статистики – Т-критерий Вилкоксона. При анализе

полученных значений было выявлено, что все изменения находятся в зоне значимости. В среднем, положительная динамика составила от 5 до 15% на каждом показателе.

Таким образом, положительная динамика показателей проявления выученной беспомощности в каждой области подтвердила эффективность реализации совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам.

Заключение

Проблема профилактики выученной беспомощности является особенно актуальной в нынешних условиях стремительной адаптации современного информационного общества к постоянно изменяющимся экономическим и социальным условиям. Данный феномен способен значительно снизить конкурентоспособность специалиста на рынке труда, оказать негативный эффект на развитие его профессиональных компетенций, а также на стремление достичь успеха в деятельности. Именно поэтому ученые и исследователи занимаются феноменом выученной беспомощности и его влиянием на студентов колледжей.

Наше исследование опиралось на решение четырех задач, которые позволили достичь необходимого результата.

Теоретический анализ психолого-педагогической литературы позволил обосновать выученную беспомощность, как состояние, возникающее в результате повторения неудач при попытке их преодоления и последующего угасания активности, направленной на решения такой ситуации. Проанализировать работы М. Селигмана, Д.А. Циринг и других ученых для выявления областей проявления данного феномена:

- когнитивная, трудность в обучении действиям, которые могли бы оказаться эффективными для решения похожих ситуаций;

- мотивационная, неспособность осуществлять какие-либо активные действия в возникающей ситуации;

- эмоциональная, подверженность тревожности, депрессии и невозможности контролировать свои действия;

- волевая, неспособность освободиться от влияния внешних обстоятельств.

Помимо этого, были выделены показатели, отражающие выученную беспомощность в каждой из этих вышеперечисленных областей. Стоит отметить и выделенные особенности процесса обучения управленческо-экономических дисциплин, такие как формирование экономического

мышления, имитация управлением деятельности сотрудников, практическая направленность выполняемых заданий и преобладание в них творческой составляющей, а также самостоятельность в решении.

В рамках второй задачи была обоснована следующая совокупность психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам на основе выделенных ранее областей ее проявления:

1. Использование педагогических стимулов в процессе обучения экономико-управленческим дисциплинам по классификации – эти стимулы позволили оказать влияние на волевую и мотивационную области проявления выученной беспомощности через повышение самооценки и уровня притязаний (результаты учебной деятельности необходимо подкреплять жизненным опытом и общественной значимостью выполненной работы), формирование ценностных ориентаций студентов (идеалы, к примеру известные экономисты и управленцы), а также их подготовки к активной деятельности и выполнению учебных заданий.

2. Использование активных методов обучения на учебных занятиях оказало влияние на все области проявления выученной беспомощности через повышение гибкости мышления, уровня креативности; преодолению замкнутости, снижению уровня тревожности при активном включении обучающихся игровую ситуацию, и повышению настойчивости и целеустремленности при условии свободного обсуждения темы обмен позициями между самими обучающимися и между ними и педагогом.

3. Создание ситуаций успеха для обучающихся на учебных занятиях воздействовало на эмоциональную, волевую и мотивационную области проявления выученной беспомощности через повышение самооценки, появления настойчивости и мотивации на успех, а также способствовало появлению чувства удовлетворения, радости у обучающихся от выполненной работы.

В рамках третьей задачи нами были определены критерии эффективности совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам. Определяется положительная динамика областей проявления выученной беспомощности через следующие показатели, определяющие минимальный риск появления данного феномена: выраженная надежда на успех; адекватный уровень самооценки; адекватный уровень притязаний; высокий уровень креативности личности; гибкость мышления (низкий уровень ригидности); низкий уровень тревожности и депрессии; высокий уровень самоконтроля; отсутствие затруднений в целеполагании; устойчивое стремление к достижению отдаленных во времени целей – положительный уровень настойчивости.

В рамках четвертой задачи для опытно-экспериментальной работы был разработан фрагмент календарно-тематического плана, позволяющего реализовать вышеперечисленную совокупность психолого-педагогических условий на учебных занятиях и специально разработанные конспекты таких занятий в количестве 7 штук.

Опытно-экспериментальная работа по проверке эффективности совокупности психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам проводилась на базе БПОУ ОО «Омский региональный многопрофильный колледж». Она была разделена на три этапа: констатирующий, формирующий и контрольный. Результаты опытно-экспериментальной работы показали положительную динамику влияния на области проявления выученной беспомощности, также они были подтверждены методом математической статистики Т-критерием Вилкоксона и находились в зоне значимости.

Таким образом, выполнение вышеперечисленных задач позволило нам достигнуть цели исследования: выявить совокупность психолого-педагогических условий профилактики выученной беспомощности у

студентов колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам и проверить эффективность выявленной совокупности условий опытно-экспериментальным путем. Следовательно, можно утверждать, что в основном гипотеза нашла свое подтверждение.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662—р (ред. от 28.09.2018) <О Концепции долгосрочного социально—экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года> (вместе с "Концепцией долгосрочного социально—экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года") // СПС КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/ (дата обращения: 28.07.2019).
2. Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" от 29.12.2012 N 273-ФЗ // СПС КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 29.07.2019).
3. Авдеева Т.И., Высокое М.И., Зыкова С.И. Применение метода case-study в преподавании // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. - 2015. - №10-2. – С. 3.
4. Амирова Д.Р. Преимущества использования инструментов интернет-маркетинга для современных компаний // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. – № 2. – С. 14–17.
5. Амирова Д.Р., Запорожец О.И. Социальный медиа-маркетинг как эффективный инструмент продвижения // Вестник Евразийской науки. - 2019. - №2. – С. 18-26.
6. Амренова М.М. Организация методической работы в колледже: Рекомендовано УМО по ППО [Текст]: учебное пособие. /М.М. Амренова. – Омск.: Изд-во ОмГПУ, 2013.– 226 с.
7. Андреева Ю.В. Создание ситуации успеха как воплощение идеи оптимизма: педагогическая интерпретация теории М. Зелигмана // Инновационные проекты и программы в образовании. 2013. №2. С. 17-21.

8. Андреева, Ю.В. Ситуация успеха как возможность развития радости в учебно-педагогическом сотрудничестве // Вестник ВЭГУ. - 2015. - № 1 (75). - С. 5-10.
9. Бабанский, Ю.К. Оптимизация процесса обучения (общедидактический аспект). – М.: Педагогика, 1977. – 256 с.
10. Батурина, Н. А. Ситуативная и личностная беспомощность // Материалы 52 научной конференции преподавателей факультета психологии / Под ред. Н. А. Батурина. Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2010. – С.21-22.
11. Белкин, А. С. Ситуация успеха. Как ее создать [Текст]: Кн. для учителя / А. С. Белкин. – Екатеринбург, 1997. – 185 с.
12. Вайндорф—Сысоева, М. Е. Педагогика: учебное пособие для среднего профессионального образования и прикладного бакалавриата / М. Е. Вайндорф—Сысоева, Л. П. Крившенко. — 3—е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2014. — 197 с.
13. Васюкова М.В., Степанова Т.Ю. Особенности формирования экономических компетенций у студентов неэкономических направлений подготовки // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. - 2018. - №2 (13). -С. 3.
14. Веденева, Е.В. Взаимосвязь мотивационного компонента личностной беспомощности и ведущей деятельности на разных возрастных этапах // Вестн. Том. гос. ун-та. -2009. -№322. –С. 186-189.
15. Геранюшкина Г.П., Афраймович О.Э. Сценарии выученной беспомощности // Психология в экономике и управлении. - 2013. - № 1. – С. 17-22.
16. Гордеева Т. О., Осин Е. Н., Шевяхова В. Ю. Диагностика оптимизма как атрибутивного стиля (опросник СТОУН). - М. : Смысл, 2008. – 154 с.
17. Гордеева Т.О. Психология мотивации достижения. — М.: Смысл; Издательский центр «Академия», 2006. — 336 с.
18. Далгатова, М.М. Оптимистический стиль атрибуции как фактор мотивации и успешности педагогической деятельности // Известия

- Дагестанского государственного педагогического университета. Психологопедагогические науки. – 2009. - № 1. – С. 25-28.
19. Данченко Л.А. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учебник / Л.А. Данченко. СПб.: Питер, 2013. 288 с.
20. Дарвиш О.Б. Возрастная психология: Учеб. пособие для высш. учеб. заведений / Под ред. В.Е. Ключко. Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. - 264 с.
21. Девятовская И.В. Выученная беспомощность как профессиональная деструкция и психологический барьер развития личности // Системогенез учебной и профессиональной деятельности. Часть I. Методология системогенетического подхода. Конструктивные и деструктивные тенденции профессионального становления и реализации личности: материалы VII Международной научно-практической конференции / под ред. проф. Ю.П. Поваренкова – Ярославль: Изд. ЯГПУ им. К.Д. Ушинского, 2015. С. 155-156.
22. Девятовская, И. В. Подходы к коррекции выученной беспомощности у педагогов // Психология сегодня: материалы VI региональной студенческой научно-практической конференции (Екатеринбург). - 2004. - С. 21-26.
23. Еникеев М.И. Психологический энциклопедический словарь. - М.: ТК Велби: Проспект, 2006. - 560 с.
24. Есенков Ю.В. Научно—методическое сопровождение внедрения ФГОС среднего профессионального образования третьего поколения // Методист. – 2013. — №7. — С. 36-38.
25. Забелина Е.В. Взаимосвязь беспомощности и коммуникативной активности в подростковом возрасте // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. -2008. -№70-2. –С. 58-61.

- 26.Залевский В.Г., Козлова С.А., Козлова Н.В. Психическая ригидность-флексibilität в структуре личности будущего журналиста // СПЖ. - 2009. -№34. –С. 40-43.
- 27.Зверков, А.Г., Эйдман, Е.В. Диагностика волевого самоконтроля (опросник ВСК) [Текст]: Практикум по психодиагностике. Психодиагностика мотивации и саморегуляции. – М.: Изд-во МГУ, 1990.
- 28.Зимняя И. А. Личностно—деятельностный подход как основа организации образовательного процесса // Общая стратегия воспитания в образовательной системе России (к постановке проблемы): Коллективная монография. В 2 книгах. Книга 1 / Под общей редакцией И. А. Зимней. — М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2001. — С. 244—252.
- 29.Зимняя И.А. Педагогическая психология. Учебник для вузов. Изд. второе, доп., испр. и перераб. / И.А.Зимняя. — М.: Издательская корпорация «Логос», 2011. — 385 с
- 30.Ишполитова Н. В., Стерхова Н. С. Анализ понятия "педагогические условия": сущность, классификация // General and Professional Education. 2012. № 1. С. 8-14.
- 31.Исмаилова, З. К. Профессиональное образование как достояние личности // Проблемы и перспективы развития образования: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Пермь, март 2014 г.). — Т. 0. — Пермь: Меркурий, 2014. — С. 204—205.
- 32.Карелин А.А. Большая энциклопедия психологических тестов. — М.: Эксмо, 2007. — 416 с.
- 33.Картушина Е.Н. Условия реализации проблемной лекции по специальности «Управление персоналом» и ее возможности в обучении студентов // Социально-экономические явления и процессы. - 2011. - №8. – С. 107-110.

34. Коростелёва И.С., Ротенберг В.С. Поисковая активность и проблема обучения и воспитания // Вопросы психологии. – 1988. – № 6. – С. 60–71.
35. Кузьмина Н.В. Методы системного педагогического исследования. Л.: Изд-во ЛГУ, 1980. - 172 с.
36. Лактионова Е.Б., Яневская С.Ю. Роль образовательной среды в формировании личностной беспомощности у подростков // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. - 2018. - №187. – С. 95-101.
37. Лихтарников А. Л. Беспомощность подростков и психологическое консультирование // Наш проблемный подросток: понять и договориться. - 2001. – С. 45-73.
38. Малкина-Пых И. Г. М 18 Психосоматика: Справочник практического психолога. — М.: Изд-во Эксмо, 2005. — 992 с.
39. Машарова Т.В., Агафонова Е.А. Особенности педагогического стимулирования учебной деятельности личности // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. - 2007. - Спецвыпуск. -С. 78-81.
40. Методика профессионального обучения. Основные термины и понятия: справочное пособие / составители Л. Н. Аксенова. — Челябинск: Челябинский государственный педагогический университет, 2015. — 93 с.
41. Митина Л.М. Личностно-профессиональное развитие, смыслообразование, преемственность поколений: препятствия и ошибки воспитания // Психологические проблемы смысла жизни и акме. - 2020. - №XXV. – С. 30-34.
42. Назмутдинов В.Я., Яруллин И.Ф. Управленческая деятельность и менеджмент в системе образования личности. – Казань: ТРИ «Школа», 2013. – 360 с.
43. Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология. – М.: СИНТЕГ. – 668 с.

44. Ольшевский Д. SMM-продвижение как эффективный инструмент интернет-маркетинга // Наука и инновации. -2017. -№175. - С. 59-63.
45. Палеха С.А. Выученная беспомощность (learned helplessness) в системе обучения // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. – 2017. - №5. - С. 10.
46. Панкрухин А.П. Маркетинг: Учеб. для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 3-изд. – М.: Омега-Л, 2005. – 656 с.
47. Панченко Т.А., Долгих Н.П. Организация самостоятельной работы студентов в условиях выученной беспомощности // Проблемы высшего образования. – 2016. - № 1. – С. 231-233.
48. Педагогика профессионального образования [Текст]/ под ред. В.А.Сластенина. - М., 2004. С.254.
49. Педагогика. Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / В. А. Сластенин, И. Ф. Исаев, Е. Н. Шиянов; под ред. В.А. Сластенина. - М.: Издательский центр "Академия", 2002. - 576 с.
50. Полякова М.В. Управление стрессом учебы // Уникальные исследования XXI века. - 2015. - №8. - С. 161-177.
51. Пономарева И.В. Из истории изучения феномена беспомощности в отечественной и зарубежной психологии // Известия высших учебных заведений. Уральский регион. -2010. -№ 4. – С. 57-61.
52. Прихожан А. М. Применение методов прямого оценивания в работе школьного психолога / Научно-методические основы использования в школьной психологической службе конкретных психодиагностических методик: Сб. научн. тр. / Редкол.: И. В. Дубровина (отв.ред.) и др. — М.: изд. АПН СССР, 1988. — С. 110—128.
53. Пряникова В.Г. Развитие концепции педагогического стимулирования. - Советская педагогика. - 1985. - № 11. - С. 28-33.
54. Пучкова О.А. Формирование экономических компетенций студентов политехнического колледжа в условиях информатизации образования // Наука и школа. - 2011. - №4. – С. 55-60.

- 55.Равкин З.И. Актуальные вопросы теории педагогического стимулирования. - Советская педагогика. - 1974. - № 10. - С. 69-79.
- 56.Реан А. А. Психология изучения личности: Учеб. пособие. — СПб., Изд-во Михайлова В. А., 1999. — 288 с.
- 57.Ромек В.Г. Теория выученной беспомощности Мартина Селигмана // Журнал практического психолога, 2000. – № 3–4. – С. 218–235.
- 58.Ромек, В. Г. Теория выученной беспомощности Мартина Селигмана //Психологическое консультирование: Проблемы, методы, техники. – Ростов н/Д, 2000. – 389 с.
- 59.Ротенберг, В. С., Аршавский, В.В. Поисковая активность и адаптация. - М.: Наука, –2013. - 193 с.
- 60.Рыбалко Н.А. Особенности преподавания экономических дисциплин обучающихся экономических и неэкономических специальностей // Проблемы современного педагогического образования. - 2018. - №61-2. – С. 164-168.
- 61.Савельева Д.В. Деловая игра как форма активного обучения в образовательном процессе технического колледжа // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2015. № 4. С. 159- 166
- 62.Селигман, М. Как научиться оптимизму. М.: «Персей», 2010 - 432 с.
- 63.Сидоренко Е. В. Методы математической обработки в психологии. — СПб.: ООО «Речь», 2000. — 350 с.
- 64.Солнцева, Н. В. Феномен выученной беспомощности: причины формирования и пути преодоления // Интегративный подход к психологии человека и социальному взаимодействию людей: материалы науч.- практ. конф. «Интегративный подход к психологии человека и социальному взаимодействию людей»; под ред. В. Н. Панферова, Е. Ю. Коржовой и др. – СПб, 2011. – С. 174-180.
- 65.Теория и практика принятия управленческих решений: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. И. Бусов, Н. Н. Лябах,

- Т. С. Саткалиева, Г. А. Таспенова; под общей редакцией В. И. Бусова. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 279 с.
66. Ушаков Д.А. Толковый словарь современного русского языка – М.: Аделант», - 2013,- 800 с.
67. Фетискин, Н.П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп: учебное пособие / Н.П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Мануйлов. – 2-е издание, дополненное. – Москва: Психотерапия, 2009. – 544 с.
68. Хвесеня, Н. П. Методика преподавания экономических дисциплин: учебно-методический комплекс / Н. П. Хвесеня, М. В. Сакович. – Минск: БГУ, 2006. – 116 с.
69. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность / Х. Хекхаузен. — 2-е изд. — СПб.: Питер; М.: Смысл, 2003. — 860 с.
70. Хекхаузен Х. Психология мотивации достижения / пер. с англ. СПб: Речь. - 2011. – 256 с.
71. Циринг Д.А. Травмирующие события как фактор, детерминирующий формирование личностной беспомощности у детей // Образование и наука. –2008 -. - №6. -С. 85-91.
72. Циринг Д.А. Концепция личностной беспомощности с позиции субъектно-деятельностного подхода // Психология человека в современном мире. – М.: Институт психологии РАН. - 2009. - С. - 84-91.
73. Циринг Д.А. Психология выученной беспомощности: Учеб. пособие. М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 456 с.
74. Циринг Д.А. Современные подходы к коррекции выученной беспомощности у детей и подростков // СПЖ. –2008. – №29. – С. 63-66.
75. Циринг, Д.А. Структура личностной беспомощности: постановка проблемы // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. Образование. Здравоохранение. Физическая культура. - 2013. - Вып. 6. - № 15. – 52 с.

- 76.Чередов И.М. Формы учебной работы в средней школе [Текст]/ И.М. Чередов. -Москва: «Просвещение», 1998. -56 с.
- 77.Чернова О.Н. Психолого-педагогические условия формирования психологической компетентности учителя как предмет психологического исследования // World science: problems and innovations. Наука и Просвещение. 2017. С. 309-317.
- 78.Шамова, Т.И., Давыденко, Т.М. Управление образовательным процессом в адаптивной школе [Текст] /Т.И. Шамова, Т.М. Давыденко / М.: Центр «Педагогический поиск», 2001. – 384 с.
- 79.Щедровицкий Г. П. Организационно-деятельностная игра как новая форма организации коллективной мыследеятельности // Методы исследования, диагностики и развития международных трудовых коллективов: Сб. - М.: МНИИПУ, 1983.
- 80.Эльконин Д. Б. Избранные психологические труды. — М.: Педагогика, 1989. — 560 с.
- 81.Яковлева, Ю.В. Самостоятельность в студенческом возрасте (аксиологический аспект) / Ю.В. Яковлева // Психология и педагогика. – Кострома: Костром.гос. пед. ун-т, 2011. – С.153-155.
- 82.Яновская М.Г. Эмоциональное стимулирование как педагогическая технология образовательного процесса. // Вестник Вятского государственного университета. -2007 -С.109-116.
- 83.Abramson L.Y., Alloy L.B., & Metalsky G.I. Hopelessness depression // Explanatory style. – Hillsdale, N.J.: Erlbaum. – 1995.

Аннотация

В.Е. Паринов

Профилактика выученной беспомощности у обучающихся колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам

Данный дипломный проект посвящен профилактике выученной беспомощности у обучающихся колледжа в процессе обучения управленческо-экономическим дисциплинам при помощи совокупности психолого-педагогических условий.

Большое внимание уделяется обоснованию использования педагогического стимулирования, созданию ситуаций успеха и применению активных методов обучения для оказания профилактического эффекта на области, в которых может проявляться выученная беспомощность. Были разработаны конспекты учебных занятий для реализации совокупности психолого-педагогических условий. Доказана эффективность выявленной совокупности посредством метода математической статистики Т-критерия Вилкоксона в ходе опытно экспериментальной работы, состоящей из трех этапов.

В заключение следует подчеркнуть, что данный способ профилактики выученной беспомощности у обучающихся в процессе обучения управленческо-экономических дисциплин может быть использован педагогами в организациях среднего профессионального образования.

Annotation

V.E. Parinov

Prevention of learned helplessness in college students in the process of teaching managerial and economic disciplines.

This diploma paper is devoted to the prevention of learned helplessness in College students in the process of teaching managerial and economic disciplines with the help of a set of psychological and pedagogical conditions.

Much attention is given to substantiating the use of pedagogical incentives, creating situations of success and applying active teaching methods to provide a preventive effect on areas where learned helplessness may manifest. Notes of training sessions were developed for the implementation of a set of psychological and pedagogical conditions. The effectiveness of the identified set of conditions is proved by the method of mathematical statistics of the Wilcoxon T-test in the course of experimental work consisting of three stages.

In conclusion it should be stressed that this way of preventing learned helplessness in students in the process of teaching managerial and economic disciplines can be used by teachers in organizations of secondary vocational education.

Определение количества показателей, подверженных выученной беспомощности у каждого студента

№	Порядковый номер диагностической методики									
	№1	№2		№3	№4	№5	№6		№7	
	Преоблада ние боязни неудачи	Заниженный и завышенный уровни притязаний	Заниженны й и завышенны й уровни самооценки	Низкая личностн ая креативн ость	Высокая и умеренная ригидност ь	Психич еская напряж ённост ь	Низкий уровень самоконт роля	Низкий уровень настойчив ости	Невозможность постановки конструктивных целей	Ит ог о
	Наличие проявлений выученной беспомощности									
1	+				+	+	+	+		5
2	+	+								2
3	+	+			+					3
4	+	+			+					3
5	+		+						+	3
6			+			+	+	+		4
7	+		+		+				+	4

8										0
9						+	+			2
10				+	+			+		3
11				+	+			+		3
12		+	+						+	3
13	+				+	+	+			4
14		+								1
15								+	+	2
16	+				+					2
17		+		+	+	+	+			5
18		+	+							2
19			+	+	+	+	+	+	+	7
20		+	+							2

Расчет T-критерия при сопоставлении результатов диагностики мотива
успеха и избегания неудачи

№	До ОЭР (общее количество баллов)	После ОЭР (общее количество баллов)	Сдвиг ($t_{до-}$ $t_{после}$)	Абсолютное значение сдвига	Ранговый номер сдвига
1	8	11	3	3	16
2	5	7	2	2	12.5
3	5	6	1	1	7.5
4	9	9	0	0	2.5
5	8	12	4	4	18
6	16	15	-1	1	7.5
7	8	13	5	5	19.5
8	12	14	2	2	12.5
9	15	16	1	1	7.5
10	12	15	3	3	16
11	14	15	1	1	7.5
12	13	13	0	0	2.5
13	8	13	5	5	19.5
14	15	15	0	0	2.5
15	14	14	0	0	2.5
16	16	17	1	1	7.5
17	11	9	-2	2	12.5
18	10	9	-1	1	7.5
19	10	12	2	2	12.5
20	7	10	3	3	16
Сумма рангов нетипичных сдвигов:					27.5

Расчет T-критерия при сопоставлении результатов диагностики уровня притязаний

№	До ОЭР (общее количество баллов)	После ОЭР (общее количество баллов)	Сдвиг ($t_{до-}$ $t_{после}$)	Абсолютное значение сдвига	Ранговый номер сдвига
1	60	75	15	15	18
2	59	69	10	10	16
3	58	59	1	1	3
4	52	58	6	6	10
5	67	75	8	8	13.5
6	77	80	3	3	6
7	60	71	11	11	17
8	83	79	-4	4	7.5
9	65	69	4	4	7.5
10	73	78	5	5	9
11	76	75	-1	1	3
12	90	70	-20	20	20
13	69	76	7	7	11.5
14	92	90	-2	2	5
15	66	73	7	7	11.5
16	78	78	0	0	1
17	49	58	9	9	15
18	95	94	-1	1	3
19	61	79	18	18	19
20	51	59	8	8	13.5
Сумма рангов нетипичных сдвигов:					38.5

Расчет T-критерия при сопоставлении результатов диагностики уровня
самооценки

№	До ОЭР (общее количество баллов)	После ОЭР (общее количество баллов)	Сдвиг ($t_{до-}$ $t_{после}$)	Абсолютное значение сдвига	Ранговый номер сдвига
1	60	55	-5	5	4
2	48	59	11	11	12.5
3	49	44	-5	5	4
4	49	60	11	11	12.5
5	39	65	26	26	20
6	75	67	-8	8	10
7	44	57	13	13	17
8	60	72	12	12	15
9	47	59	12	12	15
10	64	70	6	6	6.5
11	50	68	18	18	18
12	81	61	-20	20	19
13	53	65	12	12	15
14	74	80	6	6	6.5
15	60	67	7	7	8.5
16	48	55	7	7	8.5
17	45	50	5	5	4
18	79	75	-4	4	2
19	41	43	2	2	1
20	43	53	10	10	11
Сумма рангов нетипичных сдвигов:					39

Расчет T-критерия при сопоставлении результатов диагностики уровня
креативности личности

№	До ОЭР (общее количество баллов)	После проведения у/з (общее количество баллов)	Сдвиг (t _{до-} t _{после})	Абсолютное значение сдвига	Ранговый номер сдвига
1	85	89	4	4	3
2	52	68	16	16	18
3	66	60	-6	6	7
4	78	86	8	8	10.5
5	59	71	12	12	15
6	67	74	7	7	8.5
7	55	67	12	12	15
8	86	90	4	4	3
9	88	85	-3	3	1
10	50	45	-5	5	5.5
11	38	50	12	12	15
12	60	79	19	19	20
13	82	89	7	7	8.5
14	84	76	-8	8	10.5
15	74	83	9	9	12
16	90	85	-5	5	5.5
17	41	56	15	15	17
18	84	88	4	4	3
19	49	60	11	11	13
20	67	85	18	18	19

Сумма рангов нетипичных сдвигов:	29.5
----------------------------------	------

Приложение 6

Таблица 21

Расчет Т-критерия при сопоставлении результатов диагностики уровня
ригидности мышления

№	До ОЭР (общее количество баллов)	После ОЭР (общее количество баллов)	Сдвиг ($t_{до-}$ $t_{после}$)	Абсолютное значение сдвига	Ранговый номер сдвига
1	142	130	-12	12	13.5
2	40	36	-4	4	4.5
3	130	135	5	5	7
4	72	63	-9	9	10
5	43	26	-17	17	16.5
6	29	30	1	1	1
7	68	56	-12	12	13.5
8	58	50	-8	8	9
9	55	44	-11	11	12
10	63	38	-25	25	20
11	66	49	-17	17	16.5
12	35	40	5	5	7
13	126	110	-16	16	15
14	41	22	-19	19	18
15	23	20	-3	3	2.5
16	81	71	-10	10	11
17	72	67	-5	5	7
18	44	40	-4	4	4.5
19	70	50	-20	20	19

20	30	27	-3	3	2.5
Сумма рангов нетипичных сдвигов:					15

Приложение 7

Таблица 22

Расчет Т-критерия при сопоставлении результатов диагностики психического состояния

№	До ОЭР (общее количество баллов)	После ОЭР (общее количество баллов)	Сдвиг ($t_{до-}$ $t_{после}$)	Абсолютное значение сдвига	Ранговый номер сдвига
1	-5.5	-6.2	-0.7	0.7	6
2	6.7	7	0.3	0.3	1
3	5	6	1	1	8
4	-1	1.05	2.05	2.05	14
5	3.1	3.5	0.4	0.4	2
6	-3.4	1.3	4.7	4.7	20
7	2	2.6	0.6	0.6	4
8	-0.45	1	1.45	1.45	10
9	-3	-2.3	0.7	0.7	6
10	2.6	4.8	2.2	2.2	16
11	0.8	2.5	1.7	1.7	11
12	1.6	1.1	-0.5	0.5	3
13	-4.8	-1.2	3.6	3.6	19
14	3.4	4.6	1.2	1.2	9
15	-0.7	1.9	2.6	2.6	17
16	4.3	5	0.7	0.7	6
17	-6.1	-4.2	1.9	1.9	13
18	2.2	5.4	3.2	3.2	18
19	-5.3	-3.5	1.8	1.8	12

20	1	3.1	2.1	2.1	15
Сумма рангов нетипичных сдвигов:					9

Приложение 8

Таблица 23

Расчет T-критерия при сопоставлении результатов диагностики уровня
самоконтроля

№	До ОЭР (общее количество баллов)	После ОЭР (общее количество баллов)	Сдвиг ($t_{до-}$ $t_{после}$)	Абсолютное значение сдвига	Ранговый номер сдвига
1	4	5	1	1	8.5
2	10	12	2	2	17
3	9	11	2	2	17
4	7	8	1	1	8.5
5	11	12	1	1	8.5
6	4	7	3	3	20
7	7	7	0	0	1.5
8	8	9	1	1	8.5
9	3	5	2	2	17
10	12	12	0	0	1.5
11	6	8	2	2	17
12	6	7	1	1	8.5
13	5	6	1	1	8.5
14	6	7	1	1	8.5
15	12	11	-1	1	8.5
16	8	6	-2	2	17
17	3	4	1	1	8.5
18	6	7	1	1	8.5
19	4	5	1	1	8.5

20	11	12	1	1	8.5
Сумма рангов нетипичных сдвигов:					25.5

Приложение 9

Таблица 24

Расчет T-критерия при сопоставлении результатов диагностики уровня
настойчивости

№	До ОЭР (общее количество баллов)	После ОЭР (общее количество баллов)	Сдвиг ($t_{до-}$ $t_{после}$)	Абсолютное значение сдвига	Ранговый номер сдвига
1	4	6	2	2	17
2	10	10	0	0	3.5
3	14	14	0	0	3.5
4	12	13	1	1	10
5	11	13	2	2	17
6	4	5	1	1	10
7	13	12	-1	1	10
8	11	13	2	2	17
9	14	14	0	0	3.5
10	5	6	1	1	10
11	6	6	0	0	3.5
12	12	13	1	1	10
13	13	13	0	0	3.5
14	9	11	2	2	17
15	5	7	2	2	17
16	9	10	1	1	10
17	8	9	1	1	10
18	7	9	2	2	17
19	6	8	2	2	17

20	10	10	0	0	3.5
Сумма рангов нетипичных сдвигов:					10

Приложение 10

Таблица 25

Расчет Т-критерия при сопоставлении результатов диагностики умения
целеполагания

№	До ОЭР (общее количество баллов)	После ОЭР (общее количество баллов)	Сдвиг ($t_{до-}$ $t_{после}$)	Абсолютное значение сдвига	Ранговый номер сдвига
1	5	7	2	2	10.5
2	6	7	1	1	6
3	1	3	2	2	10.5
4	5	6	1	1	6
5	-6	-2	4	4	16.5
6	4	4	0	0	2
7	-7	-3	4	4	16.5
8	8	8	0	0	2
9	-2	2	4	4	16.5
10	3	5	2	2	10.5
11	6	6	0	0	2
12	-6	-3	3	3	13.5
13	7	8	1	1	6
14	5	6	1	1	6
15	-5	1	6	6	20
16	2	5	3	3	13.5
17	-4	-2	2	2	10.5
18	6	7	1	1	6
19	-5	0	5	5	19

20	2	6	4	4	16.5
Сумма рангов нетипичных сдвигов:					6