

**МОДЕЛЬ КЛУБА СТУДЕНТОВ-НАСТАВНИКОВ  
«БИЗНЕС-ТьюТОР» ДЛЯ СОПРОВОЖДЕНИЯ  
УЧЕНИЧЕСКИХ БИЗНЕС-КОМПАНИЙ**

**Бедулина Г.Ф., канд. социол. наук, доцент**

*Белорусский государственный экономический университет  
Минск, Республика Беларусь*

Основными задачами национальной Программы «Непрерывное воспитание детей и учащейся молодежи на 2016-2020 гг.» являются формирование предприимчивости, инициативы, создание условий для успешного саморазвития и самореализации личности обучающегося через привлечение учащейся молодежи к участию в социально значимых бизнес-проектах [1, с.25]. Поэтому развитие предпринимательской культуры является приоритетным направлением работы учреждений образования.

Белорусская система образования всегда базировалась на государственных образовательных стандартах, которые отражают основные требования к подготовке специалистов высшей квалификации, однако при этом задачи подготовки высококвалифицированных специалистов не всегда включают выработку предпринимательских навыков.

В настоящее время в высших учебных заведениях республики начата работа по данному направлению. Занятия по формированию предпринимательской культуры студентов требуют разработки разнообразных педагогических методов и инструментов, способствующих формированию устойчивых базисных знаний. Использование творческих и инновационных методик обучения помогает научить студентов смотреть на проблему с разных точек зрения.

В процессе подготовки студентов уделяется внимание к содержанию образовательных методик, способствующих развитию ключевых предпринимательских компетенций. Обучающие технологии, в первую очередь, должны быть ориентированы на развитие творческих способностей студентов, выработку нестандартных подходов к решению управленческих задач, с которыми им предстоит столкнуться на практике. Особое внимание обращается на необхо-

димность получения студентами навыков применения аналитических инструментов, таких как методы стратегического анализа или профессиональные программные продукты.

Важным направлением является формирование механизмов взаимодействия учреждений общего среднего и высшего образования по формированию компетенций предпринимательства среди учащейся молодежи на основе наставничества и сопровождения ученических бизнес-компаний для обмена опытом, совместной подготовки и распространения социальных инноваций.

В настоящее время в учреждениях общего среднего образования активно внедряется практико-ориентированный подход по обучению учащихся основам предпринимательства через вовлечение их в деятельность ученических бизнес-компаний, создающихся как структурные подразделения учреждений образования.

Одной из главных проблем формирования предпринимательской культуры у участников ученических бизнес-компаний является дефицит педагогов, владеющих экономическими знаниями. Эта проблема может быть решена через привлечение студентов экономических вузов, получающих вторую специальность «Преподаватель» (например, специализация «Экономическая социология. Преподаватель» в Белорусском государственном экономическом университете). Основу этой модели составляют сетевые бизнес-сообщества «Учащиеся-студенты». Уникальность данной модели состоит в действии в профессиональном самоопределении обучающихся с позиций экономической целесообразности и личностно-профессиональной готовности к успешной самореализации [2, с. 118].

Данная модель даст идеи для формирования новых взглядов на вопросы формирования предпринимательской культуры учащейся молодежи, обеспечит информационной поддержкой и сопровождением в поиске предпринимательской идеи; разработке и продвижении социальных бизнес-проектов; проведении маркетингового исследования; поиске социальных партнеров; умению делать экономические расчеты; формировании понимания юридической ответственности за ведение собственного бизнеса и этических норм профессиональной предпринимательской деятельности.

Студенческое наставничество предполагает развития педагогических и профессиональных знаний студентов, расширение для них возможностей самореализации в области своей специализации.

Устойчивость модели студенческого наставничества обеспечивается возможностью практического использования полученных знаний и навыков через деятельность студенческого клуба «Бизнес-тьютор» кафедры экономической социологии Белорусского государственного экономического университета, что позволит быстро реагировать на потребности целевой аудитории, оперативно получать обратную связь от членов ученических бизнес-компаний, совместить групповое обучение и индивидуальны подход.

### **Список использованных источников**

1. Формирование предпринимательских компетенций и навыков деловой активности обучающихся как основы профессионального выбора / сост. Г.Ф. Бедулина, Л.А. Кивлюк. – Минск: РИВШ, 2017. – 258 с.

2. Бедулина, Г.Ф. Внедрение модели формирования предпринимательской культуры сельских учащихся через организацию сетевых бизнес-сообществ «учащиеся-студенты» / Г.Ф. Бедулина // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: материалы X Междунар. нуч.-практ. конф. (Минск, 18-19 мая 2017г.): в 2 т. – Минск: БГЭУ, 2017. – Т.2. – 342 с. – С.118-119.

3. Гуткевич, А.Е. Внедрение элементов предпринимательской культуры в образовательную среду (маркетинговые исследования) / А.Е. Гуткевич // Известия Томского политехнического университета. – 2006. – Т. 309. – № 8. – С.212-216.

4. Савинова, С.Ю. Компоненты предпринимательской культуры студентов-менеджеров / С.Ю. Савинова, Н.Г. Шубнякова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2010. – Т. 3. – № 2. – С.114-118.