

партнерское взаимодействие между государством, университетами, нанимателями и потребителями услуг высшего образования будет способствовать более рациональному использованию трудовых ресурсов и более эффективному функционированию рынка труда.

Таким образом, креативная экономика открывает новые перспективы совершенствования форм взаимодействия рынка труда, и рынка услуг высшего образования, в аспекте повышения эффективности использования трудовых ресурсов.

Литература

1. Хохлова М., Хохлов И. Мировые тенденции в развитии образования / М.Хохлова, И. Хохлов // Мировая экономика и международные отношения. – 2014. – №6. – С. 85-94.

2. Взгляд на образование 2013. Индикаторы ОЭСР : [Электронный ресурс] – Режим доступа : www.oecd-ilibrary.org. – Дата доступа: 20.02.2019.

3. Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь. Официальный сайт : [Электронный ресурс] – Режим доступа: mintrud.gov.by/sostojanie. – Дата доступа: 11.02.2019.

УДК (005.336+005.591.6):61

Левченко Е.А., к.э.н., доцент
УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»

ФОРМИРОВАНИЕ КРЕАТИВНОЙ ЛИЧНОСТИ ПРИ ПРЕПОДАВАНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ БИЗНЕСА» ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЭКОНОМИКА ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА»

В основе креативной экономики лежит способность субъектов решать возникающие и потенциальные проблемы с помощью нестандартных методов, позволяющих достичь высокой степени конкурентоспособности и получить

дополнительные экономические и социальные эффекты [1]. В креативной экономике талант порождает новые, оригинальные идеи и превращает идеи в экономический капитал и продаваемые продукты. По мнению исследователей [2], университет 3.0 (образование, научные исследования, коммерциализация знаний) выступает как драйвер экономического роста экономики и становится основой глобальной конкурентоспособности национальных экономик и наднациональных объединений. То есть сам по себе университет 3.0 будет формировать креативную личность, давать студенту новые идеи и навыки, развивать предпринимательский талант для бизнеса, ориентированного на науку, воспитывать специалистов инновационного типа, которые обладают компетенциями для перехода от исследований к разработкам с их последующей коммерциализацией. Но в настоящее время университеты 3.0 в Республике Беларусь только формируются.

Возникает вопрос, как сейчас воспитать креативную личность, рождающую новые, оригинальные идеи? Традиционная система обучения не всегда способна развить креативность личности, так как она основана на запоминании информации и накоплении фактов. Чаще всего в повседневной жизни происходит подавление креативных свойств личности. Поскольку развитие креативности возможно лишь в специально организованной среде, то необходимо ввести в процесс обучения как специальные задания, которые позволяют развивать творческое мышление и креативность, так и специальные учебные дисциплины. В учреждении образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» учебная дисциплина «Креативные технологии бизнеса» преподается по специальности 1-28 01 01 «Экономика электронного бизнеса». Лекции по данной учебной дисциплине включают такие темы как «Креативные технологии бизнеса в системах управления на микро- и макроуровнях», «Понятие интеллекта и креативности», «Психологические основы креативного мышления», «Лидерство в креативном менеджменте», «Методы активизации процесса поиска новых идей», «Инструменты и методы креативного мышления», «Теоретические основы

ТРИЗ», «Развитие креативного мышления. Решение творческих задач по методологии ТРИЗ», «Креативные методы принятия управленческих решений», «Оценка креативного потенциала организации и управление им».

В качестве методов обучения по данной учебной дисциплине используются активные методы обучения и креативные технологии – система способов, способствующих развитию творческой активности как осознанному, целенаправленному, управляемому и эффективному процессу мыследеятельности. Креативные технологии можно объединить в три большие группы: 1) методы психологической активизации творческого мышления, направленные на преодоление психологических барьеров, препятствующих творческому мышлению (метод «мозгового штурма», синектика, метод 6 шляп, методика mind map); 2) методы систематизированного поиска идей (метод фокальных объектов, метод контрольных вопросов и т. д.); 3) методы управляемого поиска идей и развития творческого воображения, разработанные в рамках Теории решения изобретательских задач (метод «маленьких человечков», «золотая рыбка», идеализация объектов).

Считается, что изначально задатки креативности присущи каждому человеку. Нами было проведено исследование креативных способностей студентов. Исследование проводилось в ноябре 2018 года. Цель исследования - диагностика креативных способностей и оценка роли студента в команде. Методика исследования включала общепринятые в мировой практике приемы, которые были скомпонованы нами в систему в следующей последовательности: тест на творческие способности [4], тест на определение типов мышления и уровня креативности по методике Дж. Брунера и методика «Анатомия коллектива» (тест «Групповые роли»), разработанная в лаборатории исследования проблем обучения Кембриджского университета М. Белбиным [3, с. 57]. Для нас было важно выявить роль «мыслителя» или «генератора идей» по М. Белбину. «Генератор идей» продуцирует и представляет новые идеи, пытается их развивать, разрабатывает стратегию. В результате исследования выявлено, что только 20% респондентов ориентированы на выполнение роли

«генератора идей», а с учетом того, что высокие творческие способности характерны минимум для 80% опрошенных, то еще 60% респондентов дополнительно потенциально способны быть «генераторами идей», что предполагает создание мотивации исполнения данной роли и развитие навыков эффективной командной работы.

Литература

1. Белокрылова, О. С. Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России / О. С. Белокрылова, Е. С. Дубская // Пространство экономики. – 2013. – №4-2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovoy-opyt-formirovaniya-kreativnoy-ekonomiki-i-vozmozhnosti-ego-ispolzovaniya-v-rossii> . – Дата доступа: 28.03.2019.

2. Карпов, А. Современный университет как драйвер экономического роста: модели и миссии / А.Карпов // Вопросы экономики. – 2017. – № 3. – С. 58-76.

3. Психология управления : практикум для студ. спец. 1-26 02 02 «Менеджмент» / Белкоопсоюз, БТЭУ, Каф. менеджмента; [авт.-сост. Е.А. Левченко]. – Гомель: БТЭУ, 2011. – 152 с.

4. Тест на творческие способности – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xn-7sbabkuaucayksiop0b0af4c.xn-p1ai/testy-detyam/test-na-tvorcheskie-sposobnosti/>. – Дата доступа: 10.11.2018.

УДК 378.4

Мисникова Л.В., к.э.н., доцент
УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»

ВЗГЛЯД ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ НА ОБУЧЕНИЕ В УНИВЕРСИТЕТЕ БЕЛАРУСИ

В настоящее время высшее образование Беларуси становится