

Министерство образования Республики Беларусь

Белорусский государственный педагогический университет  
имени Максима Танка



**СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ,  
МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА:  
ОПЫТ СУБЪЕКТОВ КЛАСТЕРА  
НЕПРЕРЫВНОГО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ**

сборник научно-методических статей



Минск  
БГПУ  
2020

УДК  
ББК  
С

Печатается по решению редакционно-издательского совета БГПУ

Редакционная коллегия:

*Жук А. И.*, ректор УО «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка», доктор педагогических наук, профессор;

*Торхова А. В.*, проректор по научной работе УО «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка»,  
доктор педагогических наук, профессор;

*Касьяник Е. Л.*, проректор по учебной работе УО «Республиканский институт профессионального образования», кандидат психологических наук, доцент;

*Турковский В. И.*, проректор по учебной работе УО «Витебский государственный университет имени П.М.Машерова», кандидат педагогических наук, доцент;

*Сергейко С. А.*, ректор ГУО «Гродненский областной институт развития образования», кандидат педагогических наук, доцент;

*Позняк А. В.*, начальник центра развития педагогического образования УО «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка», кандидат педагогических наук, доцент;

*Невдах С. И.*, заместитель начальника центра развития педагогического образования УО «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка», кандидат педагогических наук, доцент.

Современные формы, методы и технологии образовательного процесса: опыт субъектов кластера непрерывного педагогического образования: сб. науч. статей / Белорус. гос. пед. ун-т им. Максима Танка; под науч. ред. А.И. Жука. – Минск, 2020. – с.

ISBN 978-985-541-

В сборнике помещены статьи, представляющие научно-теоретические и научно-методические аспекты организации непрерывного педагогического образования, в том числе эффективные формы методы и технологии подготовки педагогических кадров в учреждениях образования – субъектах учебно-научно-инновационного кластера непрерывного педагогического образования

Адресуется научно-педагогическим работникам, преподавателям высшей школы, методистам, аспирантам, студентам.

УДК  
ББК

ISBN 978-985-541-

© Оформление. БГПУ, 2020

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДУКТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ**

С. И. Невдах, Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка, Минск, e-mail: nevdah\_s@tut.by

*Аннотация.* В статье представлен опыт реализации технологии продуктивного обучения в процессе подготовки магистров. Раскрыты существенные характеристики технологии продуктивного обучения, особенности ее реализации на второй ступени высшего образования.

*Ключевые слова:* технология, продуктивное обучение, высшее образование, магистр.

## **USE THE TECHNOLOGY OF PRODUCTIVE TRAINING IN THE PROCESS OF PREPARATION OF MASTERS**

S. I. Nevдах, Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank, Minsk, e-mail: nevdah\_s@tut.by

*Abstract.* The article presents the experience of implementing the technology of productive training the process of preparation of masters. The essential characteristics of the technology of productive training, the features of its implementation at the second stage of higher education are disclosed.

*Keywords:* technology, productive training, higher education, master.

В современных условиях изменяющиеся требования к подготовке специалистов на второй ступени высшего образования обусловили необходимость пересмотра методов, форм и технологий организации образовательного процесса в учреждениях высшего образования. Переход на новые образовательные стандарты и типовые учебные планы со

сроком обучения один год потребовал от профессорско-преподавательского состава концентрации усилий в обеспечении овладения обучающимися содержанием образования, выбора адекватных дидактических инструментов для формирования у магистрантов универсальных, углубленных профессиональных и специализированных компетенций. Одним из способов интенсификации образовательного процесса на второй ступени высшего образования является использование технологии продуктивного обучения.

Первоначально идеи продуктивного обучения были представлены в работах Д. Дьюи, В. Лая, С. Френе и др. Рассмотрению вопросов продуктивного обучения посвящены исследования М. И. Башмакова, Т. Н. Ивочкиной, Г. М. Крутовой, Н. Б. Крыловой, С. Н. Чистяковой и др. Отдельные аспекты использования продуктивного обучения в сфере высшего педагогического образования изучались М. В. Довыдовой, В. Н. Назаровой, В. С. Умновым и др. Учитывая, что большое количество научных работ все же отражает разнообразные проблемы реализации продуктивного обучения в школе, считаем целесообразным представить возможность использования технологии продуктивного обучения в работе с магистрантами.

Технология продуктивного обучения относится к группе личностно ориентированных педагогических технологий. Логика ее реализации предполагает осуществление педагогической деятельности, ориентированной на увеличение объема знаний обучающихся посредством интеграции аудиторной и самостоятельной работы, а также получение учебного или предметного продукта как результата их самостоятельной деятельности. Деятельностный и личностный аспекты продуктивного обучения являются основополагающими регулятивами образовательного процесса. При этом весьма важным является создание психологического комфорта для каждого обучающегося, обеспечение условий для формирования учебной мотивации, наращивания творческого потенциала, совершенствования рефлексивных умений и навыков самостоятельной деятельности. Процесс обучения нацелен на успешность в деятельности, ориентированной на конкретный продукт, и осмысление этой деятельности в группе обучающихся при поддержке преподавателя. Рассмотрим на примере изучения одной из тем учебной дисциплины «Современные технологии управления в сфере образования» возможности использования технологии продуктивного обучения.

Учебная дисциплина «Современные технологии управления в сфере образования» предназначена для изучения на второй ступени высшего образования по специальности 1-21 80 16 «Отечественная история» в качестве учебной дисциплины по выбору обучающихся. Целью данной дисциплины является формирование теоретических знаний и практических навыков магистрантов по использованию современных технологий управления в сфере образования. Одной из задач учебной дисциплины является ознакомление обучающихся с функциями маркетинга образовательных услуг, способами продвижения образовательных продуктов и услуг.

Согласно учебно-тематическому плану на изучение темы «Маркетинг образовательных продуктов и услуг» отводится 16 часов, из них 4 часа – лекции, 2 часа – практические занятия и 8 часов – самостоятельная работа. Учитывая, что данная дисциплина содержит большое количество новых терминов, важным было организовать работу с понятиями на лекциях.

Как отмечают многие авторы, в процессе продуктивного обучения могут использоваться элементы различных образовательных технологий (логико-смысловые модели, деловые игры, проектная работа, коллективный способ обучения и др.). В ходе проведения лекций преподавателем были представлены сущность и современные подходы к маркетингу, основные принципы и функции маркетинга. При рассмотрении вопроса «Образование как услуга» применялись методы работы с понятиями «Алфавит», «Заверши фразу», «1x2x4» и др. [1].

Характеристики образовательных услуг: неосвязаемость, неразделимость, непостоянство, несохраняемость – были рассмотрены с использованием коллективного способа обучения. Организация взаимодействия магистрантов в динамических парах со сменным составом позволила детально рассмотреть указанные характеристики.

А. Г. Ривин и В. К. Дьяченко [2] отмечают, что для реализации коллективного способа обучения можно не учитывать наличный уровень знаний обучающихся. Информация для обсуждения магистрантам была предложена в готовом виде. Каждая характеристика образовательной услуги была напечатана на одном из четырех листов:

1. Неосвязаемость (образовательная услуга не имеет материального воплощения). Ее результат заключен в обучающемся и не проявляется сразу. Чтобы убедить потребителя приобрести конкретную услугу,

необходимо уметь наглядно представить наиболее важные ее параметры.

2. Неразделимость (образовательная услуга неотделима от субъектов (конкретных работников), которые ее оказывают). Замена педагога может существенно повлиять на процесс и результат оказания услуги, а следовательно, и на спрос. Образовательная услуга неотделима от ее потребителей. Итоговый результат обучения зависит не только от педагога, но и от самого обучающегося.

3. Непостоянство (образовательная услуга непостоянна по качеству). Данное качество может быть различным даже у одного и того же субъекта, который эту услугу предоставляет. Все зависит от времени и места предоставления услуг, состояния субъектов образовательного процесса.

4. Несохранимость (образовательная услуга недолговечна). Ее нельзя создать и оставить на сохранение в ожидании спроса. Здесь может помочь сохранение необходимой учебной информации на материальных носителях. При возникновении спроса эта информация может быть сразу использована. Однако сохраненная ранее информация забывается и устаревает. Также отсутствие на занятиях педагога или обучающегося не позволяет полноценно компенсировать соответствующие потери в отведенное программой время [3].

Общаясь в динамических парах, выступая поочередно то в роли преподавателя, то в роли обучающегося, магистранты усваивали теоретические вопросы изучаемой темы, осмысливали новую терминологию. Следует отметить, что коллективная работа в продуктивном обучении имеет свою специфику. Она ориентирована на выбор конструктивных действий, умение осуществлять эффективное взаимодействие, владение способами передачи своего опыта и изучения чужого, проявление эмпатии, терпимое отношение к особенностям других обучающихся, оказание помощи. Полученная информация в процессе взаимообучения явилась основой для рассмотрения еще одного важного теоретического вопроса «Маркетинг образовательных услуг» и выполнения практических заданий.

Практическое занятие было посвящено детальному рассмотрению инструментов маркетинговых коммуникаций. Поскольку маркетинговые коммуникации представляют собой деятельность, обеспечивающую передачу информации о товаре или организации потребителям, особое внимание было уделено рекламе образовательных продуктов

и услуг. Для эффективного использования маркетинговых коммуникаций в качестве инструмента воздействия на потребителей обучающимся была предложена программа, которая включала в себя: постановку целей и задач, определение целевой аудитории, определение желаемой ответной реакции целевой аудитории, создание послания (рекламного обращения), выбор каналов коммуникаций, определение бюджета, оценку результатов.

Согласно данной программе работа на занятии строилась следующим образом. Сначала были проанализированы цели использования маркетинговых коммуникаций: проинформировать потребителей об образовательных услугах учреждения образования, создать положительный имидж услуге / учреждению образования, способствовать продвижению образовательной услуги и т. д. Затем обучающиеся выполняли творческое задание: используя акварельные краски, с помощью различных цветов пытались передать «смысл» абстрактных понятий. Это было необходимо для того, чтобы определить цветовые предпочтения целевой аудитории и учесть их при составлении и оформлении рекламного обращения. С помощью реализации видеометода была организована работа по анализу существующих рекламных продуктов, продвигающих как конкретное учреждение образования, так и отдельные образовательные услуги. В процессе практического занятия были также рассмотрены требования к составлению пресс-релиза, рекламного обращения, особенности рекламы в СМИ, наружной рекламы, интернет-рекламы, проанализированы образцы печатной продукции различных учреждений образования.

В качестве задания для самостоятельной работы магистрантам было предложено подготовить пресс-релиз предстоящего мероприятия, рекламное обращение с целью продвижения образовательной услуги, рекламу учреждения образования. В результате анализа выполненных заданий был отмечен творческий, нестандартный подход обучающихся к продвижению образовательных услуг. В рекламных обращениях учитывались запросы целевой аудитории, употребляемые стилистические обороты являлись очень близкими и понятными для потребителей, которым была предназначена рекламная информация.

Таким образом, реализация технологии продуктивного обучения в работе с магистрантами обеспечила решение задач по изучению темы учебной дисциплины и способствовала самореализации и саморазвитию обучающихся.

Использование данной технологии в образовательном процессе на второй ступени высшего образования позволяет создать условия для самореализации обучающихся путем их продуктивной деятельности, инициативы, сотрудничества; актуализации поиска и адаптации преподавателем современных эффективных технологий преподавания в ходе осуществления продуктивного обучения и достижения качественно иных результатов обучения.

### *Список использованных источников*

1. Кашлев, С. С. Технология интерактивного обучения / С. С. Кашлев. – Минск : Белорусский верасень, 2005. – 196 с.
2. Дьяченко, В. К. Сотрудничество в обучении: о коллективном способе учебной работы / В. К. Дьяченко. – М. : Просвещение, 1991. – 192 с.
3. Образовательный маркетинг: Интернет-курс для системы профессиональной переподготовки и повышения квалификации по программе «Менеджмент в образовании» / Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2014. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.e-biblio.ru/book/bib/06\\_management/obrazovatelnyi\\_marketing/sg.html#\\_Точ437421218](http://www.e-biblio.ru/book/bib/06_management/obrazovatelnyi_marketing/sg.html#_Точ437421218). – Дата доступа: 07.08.2019.