

Обучение без света звезд

Треть россиян считают, что "звездам" не место в системе бизнес-образования.

Как показал опрос, проведенный исследовательским центром портала SuperJob.ru специально для "Газеты" (GZT.RU), 33% социально активных респондентов уверены, что преподавательскому составу бизнес-школ звезды не нужны.

В современной системе координат

Согласно результатам исследования, наши соотечественники в вопросах звездности бизнес-образования разделились на два лагеря. "В то время как 33% респондентов уверены в бесполезности присутствия известных деятелей бизнеса, политики и шоу бизнеса среди преподавателей, 45% уверены в обратном. Так, 12% считают, что звездами должны быть более половины преподавательского состава, а 35% голосуют за присутствие в бизнес-школах не менее двух-трех звезд", — рассказывает президент рекрутингового портала SuperJob.ru Алексей Захаров.

По мнению ректора Международного института менеджмента ЛИНК Сергея Щенникова, такие результаты легко объяснимы:

"В современной образовательной модели, когда на первый план выходит компетентностный подход, люди, которые приходят чем-то поделиться, априори ограниченно полезны. Если мы полагаем, что человек обладает большим опытом в области бизнеса, то мы должны понимать, что контекст, в котором находится каждый из наших учащихся, настолько отличен от контекста, в котором был достигнут успех приглашенной звезды, что этот опыт практически непереносим. Это касается и ученых, и бизнесменов, и политиков. Здесь важно понимать, что лекционная манера преподавания несовместима с современной моделью бизнес-образования".

Поясняя свой взгляд на проблему, Сергей Щенников говорит, что лекторы-рассказчики (вне зависимости от того, насколько они знамениты) современному образованию, учитывая те модели, которые в нем заложены, просто не нужны. Сегодня на первый план выходит обучение навыкам и компетенциям, а не предметам, в связи с чем узкоспециализированные лекторы, которые придут к студентам делиться знаниями о конкретном предмете, оказываются бесполезны.

Тем не менее, поскольку многие учебные заведения и многие студенты мыслят в координатах так называемой классической образовательной модели, можно представить себе ситуацию, когда на мастер-классы приглашают неких звезд.

"Делают это скорее не для трансляции знаний, а для того, чтобы создать некое шоу, с помощью которого легко разнообразить процесс обучения и сделать его занимательным. О встрече со звездами можно много рассказывать, делиться впечатлениями, но перенять у них опыт просто невозможно", — считает ректор.

К примеру, представим себе, что бизнес-школа пригласила на серию уроков известного бизнесмена. Если это будет западное светило, то следует понимать, что ничего из его личного опыта практически не применимо в наших условиях. Если же бизнесмен будет отечественный, то трудно поверить, что он сможет честно поведать историю своего успеха. Если же в силу каких-то причин он действительно сможет рассказать о том, как это было сделано, то люди, которые его слушают, не смогут повторить его путь хотя бы в силу того, что изменилась окружающая ситуация (к примеру, произошло разделение рынка).

Таким же образом будет выглядеть и лекция известного экономиста. Большинство специалистов понимают, что эти звезды не способны реально ответить на вопросы, которые интересны современному бизнесу, поскольку никто из них еще ни разу не смог предупредить бизнес о кризисе и рассказать о его последствиях. Следовательно, польза от подобного общения (за исключением, быть может, обсуждения макроконтекста, в котором сейчас находятся студенты) будет весьма ограничена. Поэтому если уж приглашать кого-либо, то пусть это будет звезда шоу-бизнеса.

Именно такая персона, по мнению Сергея Щенникова, лучше кого бы то ни было отвлечет, развлечет студентов и даст им возможность долго и с чувством рассказывать знакомым об "интересной и познавательной" лекции.

Другая сторона медали

Рассматривая вопрос звездности в приложении к бизнес-образованию, директор Института технологий, экономики и предпринимательства Московского энергетического института (технического университета) Александр Аникеев отмечает, что в эпоху, когда доступ к источникам информации перестал быть прерогативой избранных и правильно поставленный вопрос почти гарантирует наличие исчерпывающего ответа, преподаватель перестал быть уникальным источником специальной информации для слушателей, а стал ее интерпретатором. Поэтому возросло и без того огромное значение личностных факторов.

В бизнес-школе преподаватель является лицом свободной профессии, зарабатывающим на реальной или мнимой эксклюзивности способа изложения или содержания учебного курса, он старательно оберегает свою интеллектуальную собственность от несанкционированного тиражирования. Следовательно, статус бизнес-школы определяется статусом тех, кто в ней преподает в текущий момент времени. Поэтому для бизнес-школы важен в первую очередь рейтинг преподавателей, а в какой сфере этот рейтинг сложился — в политике или бизнесе, не так важно, подчеркивает Александр Аникеев.

При этом, рассуждая в координатах классического образования, директор Центра подготовки "МЭИ-Фесто" при Московском энергетическом институте Алексей Елисеев отмечает, что все зависит от предмета: "Преподавателем должен быть тот, кто глубоко знает предмет. Если речь идет о практической организации бизнеса, то преподавателем должен быть человек, который сейчас практически организует бизнес (хотя найти такого трудно). Он должен уметь вести бизнес в современных условиях".

Аналогично в экономике: поскольку в ней есть много математических расчетов, то методам должен уметь учить студентов математик. Но при этом применению таких методов в интересах бизнеса должен уметь учить тот, кто занимается бизнесом. Эти две составляющие обучения должны быть согласованы между собой.

Если звезда является действительно квалифицированным бизнесменом и умеет передавать свои знания, то он как преподаватель имеет большую ценность, и чем больше таких звезд, тем лучше. Если же звезда является владельцем или руководителем фирмы и участвует лишь в обсуждении общих показателей, он как преподаватель представлять особой ценности не будет (очень часто занятия, проводимые такими людьми, имеют мало содержания). В то же время встречи слушателей с такими звездами могут быть полезными, считает Алексей Елисеев.

Елена Хотулева

Автор: Артур Скальский © Газета ОБРАЗОВАНИЕ, МИР 👁 2960 24.02.2010, 18:28 📄 740

URL: <https://babr24.com/?ADE=84181> Bytes: 6403 / 6364 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](https://t.me/babr24_link_bot)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: @bur24_link_bot

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: @irk24_link_bot

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: @kras24_link_bot

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: @nsk24_link_bot

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: @tomsk24_link_bot

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: @babrobot_bot

эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)