

**РАЗДЕЛ II. КОМПЛЕКСНОЕ ПОЗНАНИЕ СОВРЕМЕННОГО
ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА**

**SECTION II. COMPLEX COGNITION OF THE MODERN
PERSON AND SOCIETY**

УДК: 37.022, 378.147

DOI: 10.25629/НС.2024.04.06

**ВЛИЯНИЕ ПРОВЕДЕНИЯ МАСТЕР-КЛАССОВ ОТ РАБОТОДАТЕЛЕЙ НА
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА СТУДЕНТОВ ВУЗОВ**

Деревянкина О.М.

Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Аннотация

Как влияет проведение мастер-классов от работодателей на эффективность образовательного процесса студентов вузов? Цель настоящего исследования – определить, как влияют мастер-классы, проводимые экспертами отрасли, на эффективность образовательного процесса в вузе. Исследование проводилось в университете Синергия в г. Москва на кафедре менеджмента в гостиничном и ресторанном бизнесе. В эксперименте принимали участие 308 студентов бакалавров направления Менеджмент, 89 из которых студенты первого курса, 81 студент второго курса, 75 студентов третьего курса и 63 студента четвертого курса. Перед началом исследования автором был разработан опросник по оцениванию студентами мастер-классов от работодателей, основанный на таких критериях, как презентативность, эксклюзивность, актуальность, мотивированность, технологичность, использование оригинальных приемов актуализации и проблематизации. Первым этапом исследования стала разработка плана мероприятий от работодателей на весь учебный год. В течении учебного года для студентов проводились различные мастер-классы от экспертов ресторанной и гостиничной отраслей. Каждое мероприятие оценивалось обучающимися по разработанному авторскому опроснику, результаты оценки анализировались и учитывались при проведении последующих мероприятий. Для проведения анализа влияния мастер-классов от работодателей на образовательный процесс в вузе, нами были проведены замеры удовлетворенности студентов образовательным процессом в вузе в начале и в конце учебного года. Для оценки удовлетворенности обучающихся применялась анкета вуза. Итогом настоящего исследования стало подтверждение того, что проведение мастер-классов от работодателей повышает эффективность образовательного процесса в вузе. Основными результатами представленного исследования можно считать сущностно-терминологический анализ понятия мастер-класса, рассмотрение важности и нужности взаимодействия вуза и работодателей для повышения эффективности процесса обучения, изучение влияния мастер-классов от работодателей на образовательный процесс в вузе. Научной новизной исследования является условное разделение мастер-классов от работодателей на информационно-дисциплинарные и мотивационные и подтверждение повышения эффективности образовательного процесса при их проведении в вузе. К теоретической значимости результатов исследования можно отнести раскрытие педагогического понятия «мастер-класс от работодателей» и обоснование его влияние на процесс обучения, а к практической – рекомендации для преподавательского состава учебных кафедр по проведению на практике данных образовательных мероприятий. Выводы статьи, помимо результатов исследования, содержат подробные рекомендации по проведению мастер-классов от работодателей на практике.

Ключевые слова

мастер-класс от работодателей, информационно-дисциплинарные мастер-классы, мотивационные мастер-классы, образовательный процесс в вузе, удовлетворенность студентов, критерии оценки образовательного процесса

Введение

Влияет ли проведение мастер-классов от работодателей на эффективность образовательного процесса в вузах? В современной педагогике регулярно появляются новые формы и методы обучения, в том числе с привлечением внешних экспертов, профессиональных специалистов, работников отраслевых предприятий. Не является исключением и образовательный процесс в вузе. Многие заведения высшего образования задействуют профильные организации работодателей для организации учебных и производственных практик студентов, для проведения экскурсий на предприятиях, для осуществления стажировок с наставниками. Мастер-классы от работодателей также является достаточно новым, но при этом популярным видом обучающей деятельности в высшем образовании. Сложно не согласиться, что любое обучающее мероприятие должно быть проанализировано на эффективность, т.е. оценено его влияние на образовательный процесс. При этом профессиональные публикации, исследующие влияние мастер-классов от работодателей на процесс обучения студентов вузов, отсутствуют.

Краткий обзор литературы

Представляем сущностно-терминологический анализ определению «мастер-класс», в том числе «мастер-класс от работодателей».

В начале проведем исторический экскурс понятия мастер-класса в обучении.

Предшественником мастер-класса является софистская методика обучения в Древней Греции: софисты публично демонстрировали свои умения ученикам и, помимо этого, практиковали детальную проработку выступлений самих учеников. Некоторые элементы данного метода можно увидеть в практических занятиях художников эпохи Возрождения и музыкантов эпохи барокко. Родоначальником же мастер-класса, в его современной прочтении, считается венгеро-немецкий композитор Ференц Лист, осуществивший мастер-класс в Веймаре в 1869 году. Достаточно популярны были мастер-классы в прошлые века среди таких выдающихся музыкантов, как Густав Леонхардт, Мстислав Ростропович, Владимир Горовиц, Жорди Савалы, Кэйко Абэ. Можно резюмировать, что идея мастер-класса возникла в педагогической деятельности музыкантов и художников и основана на том, что признанный Мастер публично демонстрирует свои уникальные умения и навыки (как вариант, исполнения музыкального произведения) подготовленным ученикам. В отличие от концертных выступлений, ученики видят, как создается шедевр, могут задавать профессиональные вопросы и становятся соучастниками действия. При этом учениками могут выступать как сами учащиеся, так и педагоги, так как мастер-класс позволяет лицезреть не только работу над конкретным содержанием, но и основные подходы к педагогической деятельности.

Применение идеи мастер-класса в современной педагогической деятельности логично и связано, прежде всего, с тем, что в наши дни стираются границы педагогической, культурной, научной сфер деятельности, происходит взаимообмен технологий, подходов к работе.

В настоящее время мастер-класс как одна из форм педагогического опыта достаточно широко представлена в профессиональной литературе. Дословно «мастер-класс» происходит от английского «masterclass» и переводится как «показательный урок специалиста для студентов» [1]. В Новом словаре методических терминов и понятий данный термин трактуется как «вид учебного занятия в системе повышения квалификации преподавателя иностранного языка, в котором демонстрируются (иногда в ходе реального урока) практические приемы и технологии проведения занятий по иностранному языку» [2, с. 132]. Педагоги-исследователи

В.А. Кокина, Е.В. Королева, И.А. Мамаева расширяют представление мастер-класса как «презентации методических идей и технологий обучения, демонстрирующей реализацию принципов деятельностного подхода, компетентностного обучения, личностно ориентированного обучения, развивающего обучения, проблемного обучения, методологически ориентированного обучения, контекстного обучения, междисциплинарности, использования интерактивных форм обучения и других современных подходов и принципов обучения в профессиональном образовании» [10, с. 110]. Авторы отмечают, что вообще мастер-классы в области образовательных технологий можно рассматривать в двух плоскостях – во-первых, «как презентацию методических идей «открытого типа» (занятие проводится в открытом формате для студентов) и, во-вторых, как презентацию методических идей «закрытого типа» (занятие проводится для обучающихся преподавателей)» [там же]. Автор «Энциклопедии педагогических технологий» Г.К. Селевко так же соотносит мастер-класс с деятельностным подходом и рассматривает его как «форму передачи опыта мастеров педагогического труда, новаторов, ученых небольшому кругу заинтересованных собеседников, в которой возникает непринужденная атмосфера творческой мыследеятельности и переживаний» [16, с. 425]. Т.И. Санникова, в свою очередь, определяет мастер-класс как «эффективную форму передачи знаний и умений, обмена опытом обучения и воспитания, центральным звеном которой является демонстрация оригинальных методов освоения определенного содержания при активной роли всех участников занятия» [14, с. 115]. Нам близко определение Г.К. Селевко и Т.И. Санниковой, мы также связываем мастер-класс с деятельностным подходом в педагогике и рассматриваем его как эффективную форму передачи профессионального мастерства при активной роли всех участников.

Многие авторы отмечают эффективность данной формы обучения. О.В. Бобряшова, например, считает, что мастер-класс является активным методом обучения и определяет его как «эффективную форму передачи знаний и умений, обмена опытом обучения и воспитания, центральным звеном которой является демонстрация оригинальных методов освоения определенного содержания при активной роли всех участников занятия» [4, с. 171]. О.Ю. Андреева также выделяет такие преимущества мастер-классов, как «взаимодействие в форме наставничества, индивидуальный подход к каждому, профессионализм преподавателя, продуктивное взаимодействие, универсальность в областях применения, наглядность в обучении» [3, с.1007]. Педагоги-исследователи В.М. Горелик и О.М. Гаврилов отмечают, что «мастер-класс – это педагогическая система, позволяющая открыть новые возможности и пути педагогики развития и свободы через преодоление консерватизма и рутины, и активное вовлечение в творческую деятельность всех участников процесса» [7, с.2]. Авторы также подчеркивают, что в данной форме обучения «сконцентрированы вызов традиционной педагогике, личность педагога с новым мышлением, не сообщение знаний, а способ самостоятельного их построения с помощью всех участников занятия, плюрализм мнений» [Там же]. По мнению авторов, для эффективного проведения мастер-классов необходимо соблюдать определенную этапность:

- «Вступительная часть, или первый этап, – самопрезентация педагога и описание ключевых опорных точек занятия.
- Второй этап – это непосредственно демонстрация подхода, формы занятия, идеи или техники.
- Третий этап – слушатели, участники самостоятельно моделируют учебное занятие по предложенной мастером схеме.
- Четвертый – дискуссия, обсуждение.
- Завершительный, пятый, этап – рефлексия по результатам проведенного мастер-класса» [Там же, с. 3].

Т.Ю. Основина и Н.А. Тарасова поддерживают идею этапности в проведении мастер-классов и берут за основу пошаговый алгоритм, начинающийся с представления профессиональных заслуг педагога. Затем авторы предлагают описать главные педагогические приемы, которые будут транслироваться студентам. После этого предлагается ответить на вопросы обу-

чающихся, затем активизировать деятельность студентов по получению новых навыков, перейти к моделированию образовательных ситуаций и предложить выдвижение авторских идей студентам. В завершении авторы рекомендуют провести рефлексирующую дискуссию и сделать конструктивные выводы [11, с. 182]. Оценивать проведение мастер-класса авторы предлагают по следующим критериям:

- презентативность;
- эксклюзивность;
- степень мотивации;
- технологичность;
- эффект результата;
- личностно-профессиональные качества педагога;
- педагогическое мастерство.

О.А. Гордилова также отмечает критерии успешности мастер-класса (презентативность, эксклюзивность, актуальность и научность содержания, мотивированность, технологичность, использование оригинальных приемов актуализации и проблематизации) [6, с. 8-9]. Нам близка данная позиция, в своем исследовании мы использовали большинство из представленных критериев при оценке проводимых мастер-классов в вузе.

Можно сделать предварительный вывод, что мастер-класс как эффективная форма передачи профессионального мастерства при активной роли всех участников, имеет определенную этапность и может быть оценен достаточно конкретными критериями.

Как мы отмечали, в профессиональной педагогической литературе описания понятия «мастер-класс от работодателей» отсутствуют, поэтому мы рассмотрели мнения педагогов-исследователей на подключение к образовательной деятельности в вузах работодателей вообще.

О важности взаимодействий с работодателями отмечают многие педагоги-исследователи. Н.А. Попова считает, что в настоящее время необходимо не только проводить совместное обучение с представителями бизнеса, но и проектировать совместные образовательные продукты в вузах [12]. Взаимодействие, по мнению Д.К. Сабировой, должно быть нацелено то, чтобы соединить воедино усилия работодателей и преподавателей вузов. Представители профильных предприятий, со своей стороны, определяют требования к профессиональной квалификации выпускников, а образовательные организации формулируют требования к подготовке профессиональных кадров, а вузы, с другой, удовлетворяют данные потребности [13]. О важности «тесного сотрудничества производственных организаций и учебных заведений» пишут и Ю.В. Гордеева, А.И. Егоров, Е.В. Сергиенко [5, с. 86]. Авторы предлагают подключать потенциальных работодателей к «мониторингу успеваемости студентов, формированию перечня дополнительных курсов и направлений подготовки, участию в процедуре контроля качества профессионального образования путем проведения интервью и встреч со студентами, выявления у них знаний, умений и навыков, необходимых для будущей профессиональной деятельности» [Там же]. Г.С. Жукова полагает, что работодатели могут участвовать в корректировке образовательного процесса в вузе: «постоянный контакт с работодателями и руководителями баз практики, анализ полученных результатов, отслеживание их динамики позволяют целенаправленно управлять образовательным процессом, совершенствовать учебные планы, рабочие программы дисциплин, организационно-методические решения...» [9, с. 138]. О.Т. Шипкова вносит предложение подключать к образовательному процессу не только работодателей, но о государство, чтобы эффективно отвечать на современные вызовы внешней среды и ратует за «взаимодействие вуза, работодателя и государства, и создание методологии актуализации компетенций, а также системы оперативного внедрения результатов в образовательную практику и, в частности, через реализацию совместной проектной деятельности, которую достаточно оперативно можно актуализировать в контексте изменений внешней среды» [15, с. 738].

Можно резюмировать, что современные педагоги-исследователи отмечают важность и нужность взаимодействия вуза и работодателей для повышения эффективности образовательного процесса.

Цель и задачи

В настоящем исследовании мы предприняли попытку провести сущностно-терминологический анализ определению «мастер-класс», в том числе «мастер-класс от работодателей».

В работе были изучены вопросы этапности при проведении мастер-классов и оценки их проведения.

Помимо этого, мы рассмотрели влияние проведения мастер-классов в вузе на образовательный процесс, т.е. оценили такие показатели эффективности образовательного процесса, как посещаемость занятий, академическую успеваемость по профильным дисциплинам, удовлетворенность студентов обучением в вузе.

Цель настоящего исследования – определить зависимость образовательного процесса вуза от проведения мастер-классов от работодателей.

Мы выдвинули гипотезу исследования – проведение мастер-классов от работодателей повышает эффективность образовательного процесса.

Для проверки гипотезы мы определили задачи исследования:

- Провести сущностно-понятийный анализ и содержательно уточнить понятие «мастер-класс от работодателей»;
- Изучить возможность оценивания проведения мастер-классов от работодателей в вузах;
- Провести практическое исследования влияния проведения мастер-классов от работодателей на образовательный процесс в вузе.

Материалы и методы

Настоящее исследование осуществлялось в университете Синергия в г. Москва на кафедре менеджмента гостиничного и ресторанного бизнеса в 2022- 2023 гг. В эксперименте участвовали 308 студентов бакалавров направления Менеджмент, 89 из которых студенты первого курса, 81 студент второго курса, 75 студентов третьего курса и 63 студента четвертого курса. В начале эксперимента нами была выдвинута гипотеза о том, что проведение мастер-классов от работодателей повышает удовлетворенность студентов образовательным процессом в вузе.

В начале учебного года был разработан план по проведению мастер-классов от работодателей, который планомерно претворялся в жизнь. По завершению каждого мероприятия мы предлагали студентам оценить мастер-класс и, по итогам анализа результатов оценки, учитывали пожелания и корректировки студентов при организации последующих занятий с работодателями.

Для оценки удовлетворенности студентов мы использовали анкету вуза по опросам удовлетворенности обучением, которые регулярно проводятся в университете Синергия. Студентам предлагалось оценить степень удовлетворенности различными параметрами в вузе (образовательным процессом, качеством преподавания, качеством и актуальностью содержания лекций и т.п.) в начале учебного года и по его завершению по 10 бальной шкале, где:

- 1 – совершенно не удовлетворён;
- 10 – полностью удовлетворён.

При оценке удовлетворенности студентов мы сравнивали начальные и конечные показатели.

Помимо этого, мы разработали опросник для обучающихся по предоставлению обратной связи о проведенных мастер-классов от работодателей. Данный опросник включает в себя во-

просы, раскрывающие такие критерии оценки, как презентативность, эксклюзивность, актуальность, мотивированность, технологичность, использование оригинальных приемов актуализации и проблематизации.

В таблице 1 представлены вопросы для студентов в корреляции с представленными выше критериями.

Студенты оценивали каждый критерий по 10-ти бальной шкале, где

- 1 – минимальная оценка;

- 10 – максимальная оценка.

Таблица 1 – Вопросы и критерии оценки проведения мастер-класса от работодателей

Критерий	Вопрос студентам
Презентативность	Оцените, на сколько понятно и презентабельно излагался материал
Эксклюзивность	Оцените уникальность проведенного занятия / мероприятия
Актуальность	На сколько актуальны были практические примеры и кейсы?
Мотивированность	Оцените заинтересованность выступающего в проведении занятия / мероприятия
Технологичность	Оцените степень технологичности, т.е. возможности воспроизведения представленного материала, инструментария
Оригинальные приемы актуализации и проблематизации	На сколько оригинальны (не избиты) были приемы актуальность темы и постановки проблемы занятия / мероприятия?

Материалом для исследования послужили работы современных педагогов-исследователей об истории проведения мастер-классов, анализ сущности понятия мастер-класс, рассмотрение влияния мастер-классов на образовательный процесс, изучение возможности оценивания мастер-классов.

Теоретическую базу исследования составили труды О.Ю. Андреевой, О.В. Бобряшовой, Ю.В. Гордеевой, А.И. Егорова, Е.В. Сергиенко, В.М. Горелик, В.С. Жуковой об инновационных методах обучения таких исследователей, как Л. С. Выготский (2005), М. В. Кларин (2015; 2016), Г. К. Селевко (2006; 2016).

Сущностно-содержательный анализ господствующих педагогических парадигм проводился на основе изучения педагогических исследований Н. Г. Агаповой, О.В. Бобряшовой, Ю.В. Гордеевой, А.И. Егорова, Е.В. Сергиенко, В.М. Горелик, Г.С. Жуковой, Н.А. Поповой.

Для решения указанных задач были выбраны следующие методы исследования: сущностно-содержательный анализ педагогической и методической литературы по проблеме проведения и оценивания мастер-классов в вузах, систематизация и обобщение результатов по определению влияния мастер-классов на образовательный процесс в вузе в современной педагогике, научная обоснованность повышения эффективности процесса обучения от проведения мастер-классов в вузе, практическая работа автора статьи со студентами вузов по проведению обучающих и мотивационных занятий от работодателей.

Результаты

В сентябре 2023 года на кафедре Менеджмента в Гостиничном и Ресторанном Бизнесе университета Синергия в г. Москве был разработан, согласован и утвержден план мастер-классов от работодателей на учебный год 2023-2024 гг.

Мастер-классы были условно поделены на информативно-дисциплинарные и мотивационные.

К информационно-дисциплинарным мы отнесли мастер-классы от экспертов в ресторанной и гостиничной отраслях, которые проводились для групп одного курса (первого, второго, третьего или четвертого), были согласованы с изучаемыми студентами дисциплинами и имели цель передать знания, сформировать умения по определенным дисциплинарным учебным вопросам. Можно привести пример проведения мастер-класса для студентов второго курса по умению решать конфликтные ситуации с гостями, или, мастер-класс для третьего курса по умению применять нормативно-правовые знания во взаимодействии с клиентами гостиниц и ресторанов. Во время проведения такого рода мастер-классов от работодателей очень важно, чтобы студенческая аудитория была подготовлена по проблематике занятия на одном профессиональном уровне. Мы рекомендуем проводить вышеуказанные мастер-классы в завершении определенной темы дисциплины для закрепления изученного материала.

Также нужно отметить, что эффективнее приглашать высококвалифицированных специалистов отрасли на отработку наиболее сложных учебных вопросов изучаемых дисциплин.

Представляем полный список информационно-дисциплинарных мастер-классов от работодателей на 2023 – 2024 гг. в таблице 2.

Таблица 2 – Информационно-дисциплинарные мастер-классы на 2023 – 2024 гг.

Дисциплина	Тема дисциплины	Курс	Название мастер-класса
Тренды в индустрии гостеприимства	Разработка концепции предприятия гостеприимства	1	«Этапность разработки концепции ресторана»
Тренды в индустрии гостеприимства	Современные тенденции в развитии гостиничного бизнеса	1	«Анализ показателей Росстата для принятий стратегических решений»
Управление процессами обслуживания	Эффективное взаимодействие с гостями в ресторане	2	Алгоритм решения конфликтных ситуаций в ресторане
Нормативно-правовое обеспечение сферы гостеприимства	Основы Закона о защите прав потребителей	2	Анализ взаимодействия с гостями ресторана с нормативно-правовой точки зрения
Операционная деятельность в ресторане	Ключевые показатели эффективности для руководителей на предприятиях гостеприимства	3	Разработка ключевых показателей эффективности для директора ресторана
Управление персоналом в гостиницах и ресторанах	Осуществление набора сотрудников на предприятиях гостеприимства	3	Составление портрета должности администратора гостиницы
Открытие предприятия питания	Разработка бизнес-плана предприятия гостеприимства	4	Составление бюджета расходов ресторана / гостиницы
Повышение эффективности предприятий гостеприимства	Операционные показатели деятельности предприятий гостеприимства	4	Анализ операционных показателей для выработки эффективных решений

Информационно-дисциплинарные мастер-классы от работодателей могут проводиться как в формате открытых лекций с практической отработкой кейсов, так и на практических занятиях в форме семинаров, дискуссий, решения кейсов и тренингов. Для отработки коммуникативных технологий мы рекомендуем применять именно тренинги по технологии интенсивного бизнес-обучения (тренинга) Н.В. Жадько (мини-лекция, задание, выполнение заданий в группах, презентация, выводы) [8, с.97].

К мотивационным мастер-классам относятся мероприятия большого числа студентов разных курсов, целью которых является инициация профессиональной заинтересованности обучающихся и дальнейшая «привязка» к выбранной специальности. Мастер-классы такого вида должны обязательно включать мотивационный рассказ эксперта о своем становлении и развитии в профессии, о преимуществах данного вида деятельности, о перспективах отрасли в целом. Также для данного вида мастер-классов важны практические примеры и статистические данные.

Можно привести следующие примеры мотивационных мастер-классов от работодателей:

- «Ресторанный бизнес – взгляд изнутри»;
- Карьерное продвижение в гостиничной индустрии;
- От администратора отеля до управляющего сети гостиниц;
- Как стать директором ресторана?

На наш взгляд, мастер-классы от работодателей нужно чередовать – не стоит проводить несколько мастер-классов одного вида подряд. Это может вызвать отторжение у студентов, и мы получим прямо противоположный эффект.

Также не нужно приглашать работодателей очень часто, например, каждую неделю, это тоже может негативно отразиться на отношении обучающихся к образовательному процессу. Рекомендуемая частота проведения занятий и встреч с работодателями – не чаще двух раз в месяц.

При организации организационно-дисциплинарных мастер-классов очень важно подбирать отраслевого эксперта в соответствии с тематикой занятия. Например, вопросы взаимодействия с гостями в гостинице или ресторане лучше всего могут осветить те, кто осуществлял или осуществляет такого рода деятельность – руководители / администраторы службы приема и размещения, директоры / менеджеры ресторана. Тематику же набора сотрудников на предприятиях гостеприимства лучше передадут hr-менеджеры или тренинг-менеджеры гостиниц и ресторанов. Операционные показатели деятельности однозначно смогут максимально полно раскрыть руководители высшего звена заведений гостеприимства.

Для мотивационных мастер-классов логично приглашать профессионалов отрасли, достигших определенных высот в карьерном росте – это могут быть шеф-повара, директоры ресторанов, руководители департаментов в гостиницах, управляющие сетями ресторанов и гостиниц.

По завершению каждого информационно-дисциплинарного мастер-класса мы просили студентов ответить на вопросы опросника, описанного выше. При этом, мы анализировали обратную связь от обучающихся и принимали во внимание корректировки и пожелания проведенных мастер-классов для организации последующих занятий. Вначале студенты отмечали, например, невысокие презентативность и актуальность занятий, также были пожелания повысить технологичность мастер-классов. В дальнейшем нами были учтены все комментарии от студентов и можно констатировать, что к концу учебного года оценки мастер-классов со стороны студентов значительно повысились.

На рисунке 3 представлена сравнительная диаграмма оценок студентами проведенных мастер-классов по месяцам.

Из диаграммы видно, что в течении года от месяца к месяцу показатели возрастали, причем за последние два месяца (апрель и май) показатели оценивания были максимальные – все по 10 баллов.

Переходим к анализу удовлетворенности студентов. Как отмечалось выше, для оценки удовлетворенности студентов бакалавров мы использовали анкету вуза, а именно такие критерии, как:

- Организация процесса обучения;
- Качество преподавания;
- Содержание лекций и семинаров.

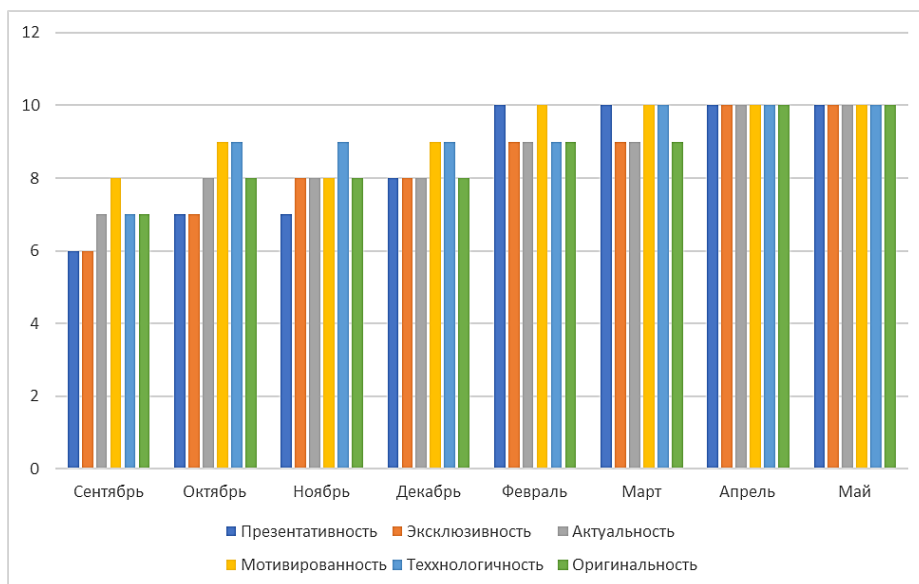


Рисунок 3 – Бальные оценки студентов мастер-классов по месяцам

Анкетирование студентов 1-го, 2-го, 3-го и 4-го года обучения проводилось в сентябре 2022 года и в мае 2023 года, таким образом мы могли оценить изменения показателей удовлетворенности обучающихся различными образовательными параметрами. Мы рассматривали среднестатистические показатели по каждому курсу.

Представляем результаты анкетирования студентов (табл. 4).

Таблица 4 – Результаты анкетирования студентов

Курс	Результаты сентября			Результаты мая		
	Организация процесса обучения	Качество преподавания	Содержание лекций и семинаров	Организация процесса обучения	Качество преподавания	Содержание лекций и семинаров
1-ый	8,1	9,3	9,5	9,6	9,9	9,9
2-ой	7,2	7,6	8,1	8,2	8,8	9,2
3-ий	7,8	8,1	8,1	8,1	8,9	8,7
4-ый	6,2	7,3	7,9	7,9	7,6	8,4

У студентов 1-го курса показатели удовлетворенности повысились следующим образом:

- Организация процесса обучения – на 18,5%
- Качество преподавания – на 6,5%
- Содержание лекций и семинаров – на 4,2%

У студентов 2-го курса показатели удовлетворенности увеличились таким образом:

- Организация процесса обучения – на 13,9%
- Качество преподавания – на 15,8%
- Содержание лекций и семинаров – на 13,6%

У студентов 3-го курса показатели удовлетворенности изменились в сторону повышения следующим образом:

- Организация процесса обучения – на 3,8%
- Качество преподавания – на 9,9%
- Содержание лекций и семинаров – на 7,4%

У студентов 4-го курса показатели удовлетворенности повысились таким образом:

- Организация процесса обучения – на 27,4%
- Качество преподавания – на 4,51%
- Содержание лекций и семинаров – на 6,3%

Можно резюмировать, что удовлетворенность студентов образовательным процессом в вузе повысилась. Это относится ко всем курсам обучения.

Помимо этого, на протяжении всего года обучения посещаемость занятий обучающимися была в среднем на уровне не ниже 75%, что тоже считаем позитивным результатом.

Таким образом, проведение мастер-классов от работодателей повышает эффективность образовательного процесса в вузе.

Выводы и заключение

По результатам нашего исследования можно сделать следующие выводы.

Во-первых, применение мастер-классов в современной педагогической практики основывается на стирании границ педагогической, культурной, научной сфер деятельности и на взаимообмене технологиями, подходов к работе.

Во-вторых, проведя сущностно-терминологический анализ понятия «мастер-класс» в профессиональной педагогической литературе, мы рассматриваем его как эффективную форму передачи профессионального мастерства при активной роли всех участников.

В-третьих, современные педагоги-исследователи отмечают важность и нужность взаимодействия вуза и работодателей для повышения эффективности образовательного процесса.

В-четвертых, мастер-классы от работодателей можно условно подразделить на информационно-дисциплинарные и мотивационные.

В-пятых, проведение мастер-классов от работодателей повышает эффективность образовательного процесса в вузе.

Мы разработали рекомендации для профессорско-преподавательского состава вузов по разработке и проведению мастер-классов от работодателей в вузах.

1. Проведение мастер-классов от работодателей желательно планировать в начале учебного года на предстоящий год. В процесс планирования нужно вовлекать всех преподавателей кафедры для комплексного подхода и составления плана мероприятий.

2. В плане проведения мастер-классов желательно подразделять мероприятия на информационно-дисциплинарные и мотивационные. Информационно-дисциплинарные мастер-классы следует проводить для определенных курсов и групп студентов в соответствии с их программами обучения.

3. На информационно-дисциплинарные мастер-классы от работодателей рекомендуется приглашать профессионалов и экспертов отраслей, сопряженных с изучаемыми дисциплинами.

4. Информационно-дисциплинарные мастер-классы от работодателей нужно проводить по наиболее сложным учебным вопросам.

5. Мотивационные мастер-классы от работодателей можно проводить для широкого круга студентов, не зависимо от года обучения в вузе.

6. Мастер-классы от работодателей рекомендуется оценивать со стороны студентов для дальнейшего анализа и совершенствования. Для оценки мастер-классов мы рекомендуем использовать следующие критерии:

- Презентативность;
- Эксклюзивность;
- Актуальность;
- Мотивированность;
- Технологичность;
- Использование оригинальных приемов актуализации и проблематизации.

Гипотеза, выдвинутая в начале исследования о том, что проведение мастер-классов от работодателей в вузах повышают эффективность образовательного процесса, подтвердилась.

Результаты настоящего исследования (методологию планирования и организации проведения мастер-классов, оценочные инструменты, для профессорско-преподавательского состава вузов) могут быть использованы в высших учебных заведениях.

В заключении считаем важным отметить, что вопросы, затронутые в настоящем исследовании, такие как проведение мастер-классов от работодателей и их влияние на образовательный процесс в вузе в настоящее время являются достаточно актуальными и имеют потенциал к дальнейшему развитию.

Библиография

1. Masterclass. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/eng_rus/608473.
2. Азимов Э. Г., Щукин А. Н. А35 Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.
3. Андреева, О. Ю. Мастер-классы как педагогическая технология развития творческих способностей учащихся / О. Ю. Андреева, Е. С. Балакина, П. С. Киселева, Н. В. Сырова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 9 (89). – С. 1006-1009. – URL: <https://moluch.ru/archive/89/18288/> (дата обращения: 26.03.2024).
4. Бобряшова О.В. Мастер-класс и творческая мастерская как педагогические технологии активного обучения будущих дизайнеров // Вестник ОГУ. 2011. № 11 (130). С. 170.
5. Гордеева Юлия Владимировна, Егоров Артем Игоревич, Сергиенко Евгений Викторович. Внедрение профессионально-ориентированных технологий обучения в образовательный процесс // Известия вузов. Социология. Экономика. Политика. 2014. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie-professionalno-orientirovannyh-tehnologiy-obucheniya-v-obrazovatelnyu-protsess> (дата обращения: 29.03.2024).
6. Гордилова Ольга Александровна, Ульянцева Валентина Васильевна. Мастер-класс как форма повышения квалификации современного педагога в условиях непрерывного образования // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. 2015. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/master-klass-kak-forma-povysheniya-kvalifikatsii-sovremennogo-pedagoga-v-usloviyah-nepreryvnogo-obrazovaniya> (дата обращения: 26.03.2024).
7. Горелик Владислава Михайловна, Гаврилов Олег Мстиславович. Мастер-класс как активный метод обучения в вузе по курсу станковой графики // Мир науки. Педагогика и психология. 2017. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/master-klass-kak-aktivnyy-metod-obucheniya-v-vuze-po-kursu-stankovoy-grafiki> (дата обращения: 26.03.2024).
8. Жадько, Н. В. Технология интенсивного бизнес-обучения (тренинга): учеб. пособие / Н. В. Жадько. – Москва : Изд-во Моск. психолого-социального ун-та, 2012. – 438 с. – Текст : непосредственный.

9. Жукова Г.С. Корректировка процесса обучения с учетом отзывов работодателей // Вестник Академии права и управления. 2017. №2 (47). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korrektirovka-protseсса-obucheniya-s-uchetom-otzyvov-rabotodateley> (дата обращения: 31.03.2024).
10. Кокина В.А., Королева Е.В., Мамаева И.А. Мастер-класс как аккредитационный показатель // Агроинженерия. 2014. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/master-klass-kak-akkreditatsionnyy-pokazatel> (дата обращения: 24.03.2024).
11. Основина Татьяна Юрьевна, Тарасова Нина Анатольевна. К вопросу о создании парка педагогических технологий реализации социального образования // Проблемы современного педагогического образования. 2023. №78-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sozdanii-parka-pedagogicheskikh-tehnologiy-realizatsii-sotsialnogo-obrazovaniya> (дата обращения: 26.03.2024).
12. Попова Наталья Аркадьевна. Технология проектного обучения в вузе как формат практической подготовки в процессе взаимодействия с работодателями // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2020. №4 (50). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-proektnogo-obucheniya-v-vuze-kak-format-prakticheskoy-podgotovki-v-protseссе-vzaimodeystviya-s-rabotodatelayami> (дата обращения: 29.03.2024).
13. Сабирова Д.К. Работодатели и вузы: взаимодействие и перспективы // Управление. – 2014. – №2(4). С. 80–85
14. Санникова Т.И. Технология проведения мастер-класса // Наука и современность. 2014. №29. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-provedeniya-master-klassa> (дата обращения: 24.03.2024).
15. Шипкова О. Т., Шипкова О. Т. Проектное обучение как форма взаимодействия системы образования и работодателей: вызовы для преподавателей // Россия: тенденции и перспективы развития. 2019. №14-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proektnoe-obuchenie-kak-forma-vzaimodeystviya-sistemy-obrazovaniya-i-rabotodateley-vyzovy-dlya-prepodavateley> (дата обращения: 31.03.2024).
16. Энциклопедия образовательных технологий. В 2-х т. Т. 1. – М.: Народное образование, 2005.

THE INFLUENCE OF MASTER CLASSES FROM EMPLOYERS ON THE EFFECTIVENESS OF THE EDUCATIONAL PROCESS OF UNIVERSITY STUDENTS

Derevyankina O.M.

Moscow Financial-Industrial University “Synergy”

Abstract

What is the impact of conducting master classes from employers on the effectiveness of the educational process of university students? The purpose of this study is to determine how master classes conducted by industry experts affect the effectiveness of the educational process in a university. The study was conducted at Synergy University in Moscow at the Department of Management in Hotel and Restaurant Business. The experiment involved 308 undergraduate students of Management direction, 89 of which were first-year students, 81 second-year students, 75 third-year students and 63 fourth-year students. Before the beginning of the study, the author developed a questionnaire for students' evaluation of master classes from employers, based on such criteria as presentativeness, exclusivity, relevance, motivation, technology, use of original methods of actualization and problematization. The first stage of the study was the development of the plan of activities from employers for the whole academic year. During the academic year various master classes from experts of restaurant and

hotel industries were held for students. Each event was evaluated by students according to the developed author's questionnaire, the results of the evaluation were analyzed and taken into account when conducting subsequent events. To analyze the impact of master classes from employers on the educational process in the university, we measured student satisfaction with the educational process in the university at the beginning and at the end of the academic year. The questionnaire of the university was used to assess the students' satisfaction. The result of this study was the confirmation of the fact that holding master classes from employers increases the effectiveness of the educational process in the university. The main results of the presented research can be considered to be the essence-terminological analysis of the concept of master-class, consideration of the importance and necessity of interaction between the university and employers to improve the effectiveness of the learning process, the study of the impact of master-classes from employers on the educational process in the university. The scientific novelty of the research is the conditional division of master classes from employers into informational-disciplinary and motivational and the confirmation of the increase in the effectiveness of the educational process when they are held at the university. The theoretical significance of the research results includes the disclosure of the pedagogical concept of "master-class from employers" and the substantiation of its influence on the learning process, and the practical significance includes recommendations for the teaching staff of academic departments to conduct these educational activities in practice. The conclusions of the article, in addition to the results of the study, contain detailed recommendations for conducting master classes from employers in practice.

Keywords

master-class from employers, information-disciplinary master-classes, motivational master-classes, educational process in higher education institution, student satisfaction, criteria for evaluating the educational process