

УДК 378:339.138

Байбардина Т.Н., канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой маркетинга Белорусского торго-
во-экономического университета потребительской кооперации, г. Гомель

Гришкова Н.С., канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента Белгород-
ского университета кооперации, экономики и права

Мищенко Л.В., канд. экон. наук, доцент кафедры экономики АПК, сферы услуг и стати-
стики Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации,
г. Гомель

Процко Т.Л., ассистент кафедры маркетинга Белорусского торгово-экономического уни-
верситета потребительской кооперации, г. Гомель

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СПЕЦИАЛИСТОВ ПО МАРКЕТИНГУ В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ ЕВРОПЕЙСКОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные вопросы формирования инновационного потен-
циала специалистов по маркетингу в условиях интеграции Европейского образовательного про-
странства. В настоящее время Республика Беларусь проводит реформу образования, направленную на
создание образовательной системы, соответствующей мировым стандартам. В современной государ-
ственной политике Беларуси образование рассматривается как особая движущая сила социально-
экономического развития страны, как лидер на пути ее инновационного обновления. Инновационная
направленность страны определяет в свою очередь и новые приоритеты в развитии высшей школы,
которые должны быть направлены на совершенствование высшего образования, соответствие качества
подготовки специалистов с высшим образованием требованиям современного уровня инновационного
развития отраслей экономики и социальной сферы, а также обеспечение развития способностей и ин-
теллектуально-творческого потенциала специалистов для всех отраслей экономики и социальной сфе-
ры. Инновационное развитие системы высшего образования, как важнейшей и актуальной задачи гос-
ударственной политики в области образования, определяется в современных условиях процессами ин-
теграции белорусской высшей школы в мировое образовательное пространство, потребностями прак-
тической направленности высшего образования, выбором оптимальных форм взаимодействия образо-
вания, науки и производства, приоритетами деятельности учреждений высшего образования по подго-
товке высококвалифицированных специалистов по маркетингу, обладающих необходимыми профес-
сиональными компетенциями.

Ключевые слова: высшее образование, высшая школа, инновационное развитие, иннова-
ционный потенциал, механизм интеграции, специалист по маркетингу, подготовка специалистов,
компетенции, образовательный процесс, практикоориентированная направленность.

Введение. Происходящие измене-
ния в мировом сообществе расширяют
экономическое, социальное, информаци-
онное взаимодействие и взаимозависи-
мость различных государств, порождают
глобальные тенденции в образовательной
сфере. Соответственно развитие процес-
сов экономической интеграции и глобали-

зации требует от национальных систем
образования соответствия мировым тен-
денциям развития высшей школы.

Целью исследования явилось фор-
мирование инновационного потенциала
специалистов по маркетингу в условиях
интеграции европейского образовательного
пространства.

Достижение цели было связано с решением таких задач, как рассмотрение особенностей современного этапа интеграции высшего образования Беларуси с европейской образовательной системой, исследование оценки степени соответствия процесса формирования профессиональной компетентности специалиста в области маркетинга в учреждениях высшего образования, изучение слагаемых инновационного потенциала специалиста по маркетингу в современном обществе, использование модульно-рейтинговой системы оценки знаний студентов для улучшения качества знаний и мотивации учебной деятельности.

Тематика формирования инновационного потенциала специалистов достаточно полно освещена зарубежными и отечественными учеными. Исследования по данной проблеме нашли отражение в трудах Г.Е. Буслюк, Р.Е. Андреевко, А.А. Колеченок, С.В. Мирошникова, Ю.М. Лавринович, Л.В. Веселова, М.Э. Суворова, Т.Н. Байбардиной, О.А. Бурцева, И.В. Пахно, Т.А. Терехова, Н.П. Лапицкой, И.И. Грищенко, Е.Л. Грачева, И.К. Проскурина, Ю. Василюшина и других авторов.

В качестве рабочей гипотезы выдвинуты предположения о формировании эффективной модели взаимодействия инновационного потенциала вузовского сектора науки и образовательного процесса.

Методы исследования. Методологическую основу исследования составили как общенаучные, так и специальные методы познания. В процессе выполнения работы применялись описательный анализ, сравнительный анализ, факторный анализ, анкетирование, наблюдение, SWOT-анализ.

Основными источниками информации явились научные статьи по исследованиям в представленной области, монографии отечественных и зарубежных авторов, информация из Интернета и др.

Результаты исследования. Вектор развития системы высшего образования

России и Беларуси на современном этапе задается Болонским процессом и Сорбонской декларацией, подписанной в мае 1998 года министрами Франции, Германии и Великобритании. Присоединение Республики Беларусь и России к Европейскому пространству высшего образования означает, что данные страны берут на себя обязательства следовать его принципам и критериям, а также выбрали путь построения системы образования доступной и прозрачной для всех участников данного процесса.

Болонский процесс инициировал целый ряд реформ, необходимых для повышения сопоставимости систем высшего образования, их конкурентоспособности и привлекательности для граждан, что определяет ряд приоритетов в формировании потенциала высшей школы.

В настоящее время основными направлениями государственной образовательной политики являются совершенствование интеграционного механизма в системе высшего образования, обеспечение модернизации высшей школы с учетом ее практикоориентированной направленности. Особую актуальность имеет развивающая система образования, в основе которой лежат: внедрения современных коммуникационных и телекоммуникационных технологий; придание университетам функций центров научно-инновационной деятельности; интеграция профессионального образования, науки и производства; увеличение объема экспорта образовательных услуг; улучшение материально-технического и финансового обеспечения отрасли посредством многоканального финансирования учреждений образования.

Важным событием для системы образования стало внедрение кредитно-модульной системы образования. European Credit Transfer System (ECTS) – Европейская система перевода и накопления кредитов, или кредитных единиц, – одна из новаций, распространившихся в

образовательной практике стран Европы в ходе реализации Болонского процесса [1].

Особенностью современного этапа интеграции высшего образования Беларуси с европейской образовательной системой является ориентация отечественных учреждений высшего образования (УВО) на активное развитие магистерских программ и подготовку студентов в практикоориентированной магистратуре. Так, выпуск магистрантов УВО государственной и частной форм собственности в Республике Беларусь в 2014/2015 уч. г. составил 3761 человек [2].

Особое место в системе современного образования отводится формированию компетенций и знаний, определяющих инновационный потенциал специалистов по маркетингу, который в полной мере будет соответствовать требованиям практики инновационной деятельности отечественных организаций.

Несмотря на значительные масштабы такой подготовки студентов данного профиля, согласно мнениям многих специалистов, уровень выпускников не всегда соответствует социальному заказу. Исходя из специфики современной экономики не все потенциальные работодатели выпускников вузов по многим экономическим специальностям не достаточно удовлетворены уровнем их компетентности в решении современных задач.

Как показали результаты исследований по оценке степени соответствия процесса формирования профессиональной компетентности специалиста в области маркетинга в учреждениях высшего образования требованиям работодателей, сегодня для обеспечения инновационного развития предприятий Республики Беларусь к основным знаниям, умениям и личностным компетенциям, недостающим специалистам-маркетологам, относятся: профессиональные практические знания, связанные со спецификой деятельности организации (технические, отраслевые

знания) (18,5%), знание иностранных языков (11,1%), креативность (11,1%).

Кроме того, были выявлены востребованные рынком труда компетенции, необходимые специалистам отделов маркетинга отечественных организаций. Наибольшее значение приобретают такие компетенции, как: знания маркетинга и навыки маркетингового анализа и планирования; умение сегментировать рынок и определять целевой сегмент; умение анализировать эффективность товародвижения; навыки стратегического планирования; навыки анализа и прогнозирования цен; техника опроса, наблюдения, эксперимента и др. [3].

В результате оценки степени важности наличия практического опыта в определенных сферах деятельности при приеме специалистов по рекламе в отдел маркетинга наиболее важным, по мнению работодателей, является практический опыт проведения промо-акций, медиапланирования, планирования организации рекламных кампаний, использование компьютерных программ для создания оригинал-макетов рекламных объявлений.

Многочисленные психологические исследования инновационного потенциала будущего специалиста говорят о невысоком уровне его сформированности в студенческой среде. Слагаемыми инновационного потенциала специалиста по маркетингу в современном обществе являются:

1. Общие компетенции, которые очень важны в условиях разработки инноваций, таких как: стратегические цели; видение проблемы, широта знаний; различные интересы; хорошо сформированные умения и навыки профессиональной деятельности; способность к обобщению специальных знаний и объективно анализировать проблемы; искусство преодолевать конфликтность ситуации; высокая работоспособность.

2. Одаренность, креативность в инновационных процессах: интуиция, гибкость ума, обширные ассоциации; необычный

взгляд на вещи, оригинальность, богатое воображение; способность распознавать формирующиеся новые тенденции.

3. В качестве ресурсов по продвижению инноваций являются: предприимчивость, гибкость в стиле работы; получение знаний рынка, изучение тенденций его развития; инициативность, настойчивость и последовательность.

Данные слагаемые могут быть реализованы в полной мере при использовании соответствующей модели формирования инновационного потенциала студентов, которая предусматривает научное обоснование организационных подходов к определению целей обучения, отбору и структурированию предметно-смыслового содержания учебно-педагогического взаимодействия преподавателей и студентов, выбору форм, методов и средств обучения, а также контролю и оценке его результатов [4].

При этом решение комплексных задач, моделирование специалистов будущего обеспечивается за счет: научно-профессионального уровня профессорско-преподавательского состава кафедр учреждений высшего образования; развития научно-исследовательской деятельности по актуальным направлениям; развития взаимодействия вузовских коллективов с наукой, отраслевыми и региональными предпринимательскими структурами, эффективно работающими на рынке инновационной продукции; взаимодействия учреждения высшего образования с сетью филиалов кафедр, инновационно-технологических центров, бизнес-инкубаторов, производственных организаций, ориентированных на создание и коммерциализацию новых видов продукции; совершенствования менеджмента образования с учетом современных моделей инновационного развития учреждений высшего образования.

Для дальнейшего обеспечения конкурентоспособности учреждений высшего образования на рынке образовательных услуг необходимо соответствие потенциа-

ла выпускников требованиям рынка труда, что предполагает: компетентностный подход, акцентирующий внимание на результативность образования; подготовку специалистов, способных инициировать и реализовывать инновационные проекты на любом производстве; внедрение интерактивных методов обучения на основе постоянного систематического взаимодействия преподавателя и студентов между собой в учебном процессе; взаимодействие системы учреждений высшего образования с сетью производственных организаций, ориентированных на создание инновационной продукции [5].

Для решения поставленных задач особую значимость в системе высшего профессионального образования приобретают экономические дисциплины, которые формируют у будущих специалистов способность к инновационной деятельности. Переходя на двухуровневую систему образования, экономические учебные дисциплины не только не утрачивают своих позиций, но и начинают играть первостепенную роль. Согласно проведенным исследованиям, основная масса (до 70%) всех специалистов с высшим образованием может быть представлена бакалаврами, которые должны обучаться 4 года. За этот период студенты должны получить качественную, фундаментальную и общетехническую подготовку. Они могут самостоятельно адаптироваться и трудоустроиться на рынке труда. Магистры и специалисты с более глубокими профессиональными знаниями могут выполнять прикладные научные исследования и решать более сложные управленческие задачи.

Немаловажная роль для усвоения материала принадлежит методической системе формирования у студентов учреждений высшего образования способностей к инновационной деятельности, которая будет эффективной, если она будет построена на основе: интеграции таких подходов, как инновационный, компетентностный, деятельностный, модульный, дифференцированный. Изменение требований к уровню и качеству образо-

вания, переход в рамках Болонского процесса от логики квалификационной характеристики к логике компетенций, возрастание удельного веса самостоятельной работы студентов заставляют по-новому взглянуть на необходимость разработки и учебно-методических комплексов профильных дисциплин, формирующих специалиста по маркетингу, и их активного использования в учебном процессе.

Особую значимость в повышении качества образования приобретают современные технологии обучения и внедрение их в учебный процесс. Они позволяют вести эффективный и организованный образовательный процесс, предоставлять новейшие средства получения информации, использовать современные ресурсы, а также активно развивать открытое и дистанционное образование, в которых могут использоваться принципы личностно-ориентированного подхода при выборе собственной образовательной траектории.

Дистанционное обучение студентов может быть эффективно при наличии соответствующего методического обеспечения. В этих целях в учебных заведениях формируются электронные учебно-методические комплексы (ЭУМК) для обеспечения учебного процесса по различным формам обучения. Электронные учебно-методические комплексы могут быть представлены как мультимедиа-курсы, каждый из которых представляет собой комплекс логически связанных структурированных дидактических единиц, представленных в цифровой и аналоговой форме, содержащий все компоненты учебного процесса.

При переходе к многоуровневой системе высшего образования особую значимость приобретает контроль знаний специалиста. Для этого ищут эффективные модели организации учебно-познавательной деятельности студентов. Именно в этом случае контроль обеспечивает функционирование системы управления качеством подготовки специалистов с высшим образованием [6].

Объективную оценку труда студента позволяет дать модульно-рейтинговая система, которая позволяет организовать стабильную работу студентов в течение семестра, дает наглядность оценки знаний, организует максимально объективную систему учета всех проявлений учебной деятельности студента, способствует интеграции высшего образования России и Беларуси в мировое образовательное пространство.

Опыт применения рейтинга показывает, что рейтинговая система оценки знаний влияет на формирование адекватной самооценки и формирует способность к самоконтролю [6].

Опыт показывает, что использование модульно-рейтинговой системы оценки знаний студентов приводит к улучшению качества знаний, мотивирует их учебную деятельность, позволяет проводить мониторинг успешности обучения, повышает уровень активности студентов в образовательном процессе, дисциплинирует их [6]. Это объективно подтверждают результаты проведенного анкетирования студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг». При проведении анкетного опроса полученные данные позволяют утверждать, что модульно-рейтинговые технологии принимаются большей частью студентов (92%), а 76% опрошенных считают, что она способствует лучшему усвоению учебного материала по сравнению с традиционным обучением. По мнению 70% опрошенных, обучение с использованием модульной технологии стимулирует интерес студентов к изучению учебной дисциплины.

Инновационная направленность подготовки специалистов по маркетингу определяет необходимость выбора оптимальных форм взаимодействия образования, науки и производства. В таблице представлены данные о современных формах взаимодействия учреждений высшего образования Республики Беларусь с организациями и предприятиями.

**Направления и формы взаимодействия образовательных учреждений
и организаций (предприятий)**

Направления взаимодействия	Формы взаимодействия образовательных учреждений и организаций (предприятий)
Обучение	Различные формы содействия трудоустройству выпускников вуза
	Спецкурсы и мастер-классы специалистов для студентов
	Участие специалистов в ГЭК и в учебном процессе
	Повышение квалификации и переподготовка кадров по заявкам предприятий и организаций
Производственный процесс	Учебно-практическое обучение на производственной базе
	Выездные занятия
	Организация филиалов кафедр на базе организаций (предприятий)
	Предоставление производственных мощностей отечественных и зарубежных организаций в качестве баз учебной практики студентам
Научно-методическая работа	Создание учебно-научных производственных комплексов
	Стажировка преподавателей в филиалах кафедр
	Рецензирование учебных программ учреждений образования специалистами-практиками
	Мониторинг качества образования и выявление проблем подготовки специалистов
Научно-исследовательская работа	Создание учебных и научно-производственных лабораторий, технопарков, бизнес-инкубаторов
	Проведение конкурсов научно-практических работ студентов, предметных олимпиад, научно-практических конференций, форумов и др.
	Выполнение научных исследований для организаций (предприятий) силами сотрудников и студентов
	Создание кластеров по приоритетным направлениям науки
Финансирование	Выделение грантов и стипендий лучшим студентам
	Плата за обучение
	Укрепление материально-технической базы учреждений образования посредством оказания финансовой (спонсорской) помощи
	Финансирование акций, проводимых учреждениями образования (спортивных, культурно-массовых), олимпиадного движения

В целях обеспечения соответствия профессиональных компетенций требованиям рынка для будущих специалистов в области маркетинга на определенном этапе обучения важен правильный выбор направления их профессионального развития. Примером успешного приближения учебного процесса к производственному является деятельность филиалов кафедр учреждений образования. В Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации открыто 15 филиалов кафедр на 15 предприятиях и в организациях г. Гомеля, в которых в 2014/2015 уч. г. прошли производственную практику 347 студентов (10,6% от общего количества студентов), в том

числе 195 человек (6%) в трех филиалах системы потребительской кооперации.

Налицо заинтересованность отечественных организаций и учреждений высшего образования с практическими работниками. Назрела необходимость создать для их координации специальную структуру, которая сможет, объединив финансовые ресурсы организации и интеллектуальный потенциал учреждения высшего образования, обеспечить благоприятную среду для решения множества интересующих обе стороны образовательных задач.

Наличие перечня вопросов для сотрудничества учреждений высшего образования и отечественных организаций до-

статочно велико. Это подготовка специалистов с высшим образованием, повышение квалификации, переподготовка и получение второго высшего образования, проведение научно-исследовательских работ и диссертационных исследований, участие представителей организаций в учебном процессе, корректировка образовательных программ, государственная аттестация выпускников. В целях эффективных проведенных этих работ особую значимость приобретают наличие лабораторий и мощная материально-техническая база организаций. Так, производственные практики студентов, обучающихся по заказу Белкоопсоюза и других отраслевых ведомств, должны проходить в конкретных организациях, имеющих соответствующую отраслевую принадлежность. Будущий специалист на практике освоит то, что требуется ему для решения профессиональных задач.

Формирование эффективной модели взаимодействия инновационного потенциала вузовского сектора науки, образовательного процесса и производства предполагает создание кластеров по приоритетным направлениям науки. В настоящее время в Национальной академии наук Республики Беларусь создано 43 новых центра – кластера по приоритетным направлениям науки. Конечным продуктом их деятельности станут разработки высокого инновационного уровня, брендовые направления инновационной деятельности, количество которых в настоящее время составляет 77. Кластеры обеспечивают взаимосвязь фундаментальной науки с инновационной деятельностью и ориентацию на практическую реализацию результатов [7].

Выводы. Таким образом, инновационная направленность современной системы высшего образования предполагает решение следующих первоочередных задач:

- повышение конкурентоспособности высшего образования в мировом образовательном пространстве;

- разработку и реализацию эффективной модели взаимодействия инновационного потенциала вузовского сектора науки, образовательного процесса и производства;

- расширение сетевого взаимодействия учреждений высшего образования с целью совместного использования материально-технических и кадровых ресурсов кластеров организаций-партнеров;

- придание университетам функций центров научно-инновационной деятельности, создание и развитие при них субъектов инновационной инфраструктуры;

- создание университетских учебных, учебно-научных и учебно-научно-производственных комплексов (консорциумов), ресурсных центров с учетом направлений инновационного развития экономики;

- повышение качества подготовки специалистов на основе эффективной практико-ориентированной подготовки и расширения связей с организациями-заказчиками кадров;

- выбор эффективных форм взаимодействия с заказчиками;

- проведение регулярных мониторингов качества образовательных услуг с целью оценки соответствия потенциала выпускников требованиям рынка труда.

Заключение. Решение поставленных задач в области образования позволит поднять престиж высших учебных заведений России и Республики Беларусь, обеспечить их органичное вхождение в Европейское образовательное пространство, не теряя достижений и традиций отечественной высшей школы.

Список литературы

1. Буслюк Г. Е. Модульное обучение [Текст] / Г. Е. Буслюк,

Р. Е. Андреевко, А. А. Колеченок. – Минск : Красико-Принт, 2007. – 176 с.

2. Высшее образование Республики Беларусь: информационное и нормативно-методическое обеспечение приема в учреждения высшего образования в 2015 году : справочник [Текст] / сост. : С. В. Мирошникова, Ю. М. Лавринович, Л. В. Веселова, М. Э. Суворова. – Минск : РИВШ, 2015. – 236 с.

3. *Байбардина, Т. Н.* Алгоритм выявления профессиональной компетентности специалистов-маркетологов в условиях инновационного развития экономики страны [Текст] / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева // Многоуровневое образование и компетентностный подход: векторы развития : материалы российской науч.-метод. конф. (г. Вологда, 20 марта 2014). – Вологда : НОУ ВПО Вологодский институт бизнеса, 2014. – С. 98–103.

4. *Пахно, И. В.* Развитие инновационного потенциала личности в социально-психологическом тренинге [Текст] / И. В. Пахно, Т. А. Терехова //

Психология в России и за рубежом : материалы междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, октябрь 2011 г.). – СПб. : Реноме, 2011. – С. 82–86.

5. *Байбардина, Т. Н.* Современные аспекты развития высшей школы Республики Беларусь в условиях формирования инновационной модели экономики [Текст] / Т. Н. Байбардина, Н. П. Лапицкая, И. И. Грищенко // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2015. – № 1(53). – С. 265–273.

6. *Грачева, Е. Л.* Эффективность применения рейтинговой системы оценки знаний студентов с использованием стандартизованных тестов по биохимии [Текст] / Е. Л. Грачева, И. К. Проскурина // Ярославский педагогический вестник. Серия : Естественные науки. – 2009. – № 1. – С. 70–72.

7. *Василишина, Ю.* Кластеры ведут за собой [Текст] / Ю. Василишина // Беларусь сегодня. – 2015. – № 216(24846). – С. 10.