

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКОЙ МАГИСТРОВ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «МАРКЕТИНГ» В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Байбардина Т.Н.,

к.э.н., доцент, зав. кафедрой маркетинга БТЭУ (Гомель, Беларусь)

Бурцева О.А.,

старший преподаватель кафедры маркетинга БТЭУ (Гомель, Беларусь)

Наливайко Л. С.,

аспирант кафедры маркетинга БТЭУ (Гомель, Беларусь)

Аннотация. В статье представлены приоритеты подготовки инновационно-ориентированных специалистов в сфере маркетинга, отражены современные подходы к совершенствованию управления подготовкой магистров по специальности «Маркетинг» в условиях инновационного развития Республики Беларусь.

Annotation. The article presents the priorities for the preparation of innovative-oriented specialists in the field of marketing, reflects modern approaches to improving the management of masters training in the specialty "Marketing" in the context of the innovative development of the Republic of Belarus.

Ключевые слова: система образования, маркетинг, учебный процесс, магистратура.

Key words: education system, marketing, educational process, magistracy.

Инновационная направленность страны определяет 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. Именно уровень качества подготовки кадрового потенциала страны, т.е. высококвалифицированных специалистов с развитыми аналитическими способностями, позволяющими выявить глобальные тенденции научно-технологического и инновационного развития, адаптированные к инновационной динамике национальной экономики, обеспечивает и повышает конкурентоспособность страны [1].

Практика показывает, что за последние годы значительно вырос спрос на профессиональных маркетологов, способных решать насущные экономические проблемы, внедрять инновации во всех отраслях деятельности, определяющих научный потенциал страны, в том числе и в сфере образования. Вместе с тем в настоящее время, рынок труда характеризуется снижением численности исследователей - работников, профессионально занимающихся научными исследованиями и разработками и непосредственно осуществляющих создание новых знаний, инновационных продуктов, процессов, методов и систем, а также управление указанными видами деятельности. Так, по сравнению с 2011 г. в 2017 г. в Республике Беларусь с 66,5 до 60,8 человека снизилась численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, в расчете на 10 000 занятых в экономике, что в полной мере определяет необходимость подготовки инновационно-ориентированных специалистов в магистратуре.

В настоящее время в Республике Беларусь система образования в сфере маркетинга включает 12 учреждений высшего образования (УВО), в которых студенты могут получить образование по специальности «Маркетинг» с присвоением соответствующей квалификации. Лидером в Гомельском регионе по подготовке магистров по специальности «Маркетинг» является УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации». Общий выпуск магистров по специальности «Маркетинг» с 2015 по 2019 гг. в данном УВО составил 165 человек. При этом количество студентов, заинтересованных поступить в магистратуру на специальность «Маркетинг», является наиболее высоким показателем по отношению к другим специальностям университета и составляет 25% от общего количества магистрантов, обучающихся в УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации».

Магистратура, рассматриваемая как составляющая непрерывного образования, все более привлекательна для выпускников УВО, а с окончательным переходом на двухступенчатую систему высшего образования количество желающих обучаться в магистратуре возрастает. Если общий рост выпускников магистратуры в УВО Республики Беларусь за период с 2012/2013 по 2017/2018 уч. гг.

составил 1,9 раз, то в УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» за аналогичный период рост выпускников магистратуры только по специальности «Маркетинг» составил 7,5 раз.

Анализ рынка труда позволил выявить потребность в высококвалифицированных специалистах по специальности 1-26 80 05 «Маркетинг» на ближайшие 5-10 лет в Республике Беларусь, которая постоянно будет расти. Подготовка специалистов по II ступени получения высшего образования по специальности 1-26 80 05 «Маркетинг» для заинтересованных организаций позволит получить данным организациям серьезные инновационные преимущества в конкурентной борьбе на внутреннем и внешних рынках [2].

Для качественной подготовки магистров по специальности «Маркетинг» необходимо рассматривать все стороны деятельности УВО, в особенности основные элементы процесса обучения. Качество подготовки всегда является самой важной проблемой всех УВО. Процесс подготовки магистров в УВО экономического профиля схематично показан на рисунке 1.1.

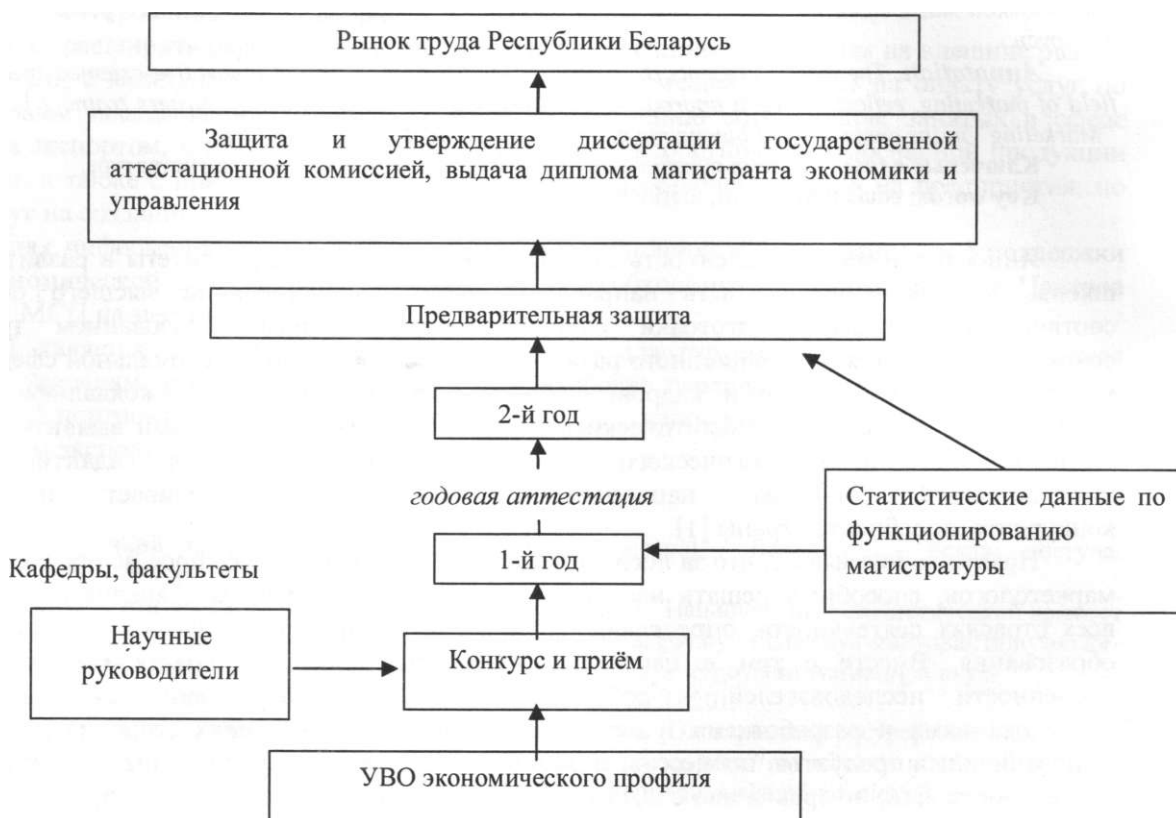


Рисунок 1.1 - Процесс подготовки магистров по специальности «Маркетинг» в УВО экономического профиля Республики Беларусь

Примечание - Источник: собственная разработка.

Данная система позволяет управлять образовательным процессом магистров и создавать благоприятные условия для обеспечения качественной подготовки. С переходом на двухступенчатую подготовку специалистов УВО получили возможность поэтапной селекции обучающихся. На основе базовой программы массового обучения бакалавров можно формировать модули элитной подготовки одаренных молодых людей, желающих и способных освоить более сложные и напряженные программы подготовки магистров.

Таким образом, задачей магистратуры является подготовка специалистов с послевузовским образованием и инновационной направленностью деятельности. Эффективность подготовки магистров, в свою очередь, непосредственно зависит от качества управления моделями подготовки магистров, которые нуждаются в непрерывном совершенствовании.

Объектом управления является учебный процесс подготовки магистров, в частности при формировании учебного плана в соответствии с требованиями работодателей и организации

самостоятельной работы магистрантов. Механизмом управления является система управления магистерской подготовкой, которая на основе образовательных стандартов и требований работодателей, выраженных в том числе в профессиональных стандартах (источники требований), а также уровне учебных и внеучебных достижений оказывает управляющее воздействие на объект управления. На рисунке 1.2 представлена модель управления учебным процессом подготовки магистров по специальности «Маркетинг».



Рисунок 1.2 - Модель управления учебным процессом подготовки магистров

Примечание - Источник: [3, стр. 8].

Составными элементами данной модели являются: коллектив лиц, принимающих решения (ЛПР); система управления магистерской подготовкой, в которую входит онтологическая модель образовательного процесса подготовки магистрантов; методика и алгоритм обучения, выбор управляющих воздействий, анализ характеристик учебного процесса, оценка эффективности подготовки магистров; источники требований; оценка сформированности компетенций.

Управление качеством подготовки выпускников является сложной многофункциональной системой, состоящей из множества процессов, и имеет связи, уровни, формы, методы, задачи, объекты, способы и периодичность действий. Одним из критериев эффективного функционирования образовательной системы является качество подготовки выпускников образовательного учреждения. Под качеством объекта понимается совокупность определенных характеристик, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности.

В данном случае структура и содержание учебного процесса в магистратуре, его качественная составляющая должны в полной мере соответствовать требованиям работодателей при подготовке маркетологов высшей квалификации.

К системе управления и организации подготовки магистров по специальности «Маркетинг» относятся все вопросы, связанные с долгосрочным планированием и совершенствованием организации подготовки магистров на всех уровнях этой системы (обоснования числа специалистов, подготавливаемых по системе высшей квалификации, числа специалистов образовательных учреждений первоначальной подготовки привлекаемых на повышение квалификации). Все эти вопросы сопряжены с разработкой соответствующих нормативов, регламентирующих организацию и проведение обучения. Следовательно, научно-обоснованные нормативные документы можно рассматривать как инструмент управления, способствующий решению вопросов организации системы.

Решение комплексных задач организации управления подготовкой магистров в образовательных учреждениях экономического профиля и разработку соответствующих

нормативов необходимо осуществлять следующим образом: усовершенствовать метод формализации и постановки – комплекса задач управления подготовкой магистров; усовершенствовать методы решения задач управления подготовкой магистров; усовершенствовать методы получения и обработки информации для поставленных задач и проверки адекватности математических зависимостей; провести детальный анализ организации процесса повышения квалификации в магистратуре УВО Республики Беларусь, а также стран ближнего и дальнего зарубежья; обосновать рекомендации по совершенствованию нормативных актов, касающихся подготовки магистров; организации активного участия магистрантов в элементах инновационной инфраструктуры (бизнес-инкубаторах, научно-образовательных и инновационно-технологических центрах и т.п.).

Для обеспечения рынка труда необходимым количеством специалистов-маркетологов соответствующей квалификации необходимо управлять процессом подготовки кадров, их соответствием потребностям, качественным составом, рациональным использованием.

Особая роль в системе управления и организации подготовки магистров по специальности «Маркетинг» принадлежит выполнению основных задач управления процессом обучения, а именно таких как: составление учебных планов; формирование учебных поручений; мониторинг качества подготовки специалистов.

В настоящее время при планировании процесса подготовки специалистов необходимо: каждому УВО иметь паспорт компетенций и при формировании учебных планов учитывать степень востребованности компетенций; при формировании учебных планов назначать дисциплинам количество кредитных единиц, в соответствии со степенью значимости дисциплин для формирования компетенции; при формировании учебных поручений преподавателей учитывать степень значимости дисциплины и квалификацию преподавателя; осуществлять мониторинг уровня формирования компетенции в процессе её накопления.

В современных условиях инновационная деятельность тесно связана с научно-исследовательской. С одной стороны, инновационная деятельность на ранних этапах включает в себя научно-исследовательскую в виде фундаментальных и прикладных научных исследований.

Научная направленность обучения в магистратуре УВО экономического профиля может быть обеспечена за счет: соответствия темы магистерской диссертации одному из приоритетных направлений развития науки, стратегии социально-экономического развития региона; формирования у магистрантов знаний методологии и технологии продвижения товаров и услуг на внутреннем и внешнем рынках и готовности к их применению на практике; организации активного участия магистрантов в научно-исследовательской работе кафедры; повышения результативности научных публикаций по результатам проведенных исследований в процессе обучения в магистратуре; нацеленности руководителя НИР и магистранта на представление результатов исследования в формате заявок на гранты и конкурсы.

Поскольку обучение в магистратуре в большей степени носит индивидуальный характер, и магистранты изначально находятся в разных условиях (различные научные направления, научные школы, виды НИР, степень проработанности тем диссертаций, поставленные задачи и ожидаемые результаты), соответственно и этапы, и результаты выполнения НИР могут быть смещены как в сторону опережения, так и в сторону отставания от представленного графика.

Если магистрант активно занимался научной работой с первых лет обучения в бакалавриате и продолжает это научное направление в магистратуре, то в процессе обучения в магистратуре он может решать задачи и получать результаты, которые для большинства магистрантов реальны. Если магистрант начинает исследование по совершенно новому научному направлению, то некоторые из этапов научного исследования могут быть более продолжительными, а некоторые незавершенными, соответственно и результаты исследования могут быть представлены не в полном объеме. Однако даже в этом случае магистрант должен овладеть не только теоретическими положениями инноватики, но и технологией подготовки заявок на получение патентов, грантов, участие в конкурсах, как необходимым практическим элементом разработки инновационного продукта (технологии).

Обучение в магистратуре должно моделировать отдельные этапы выполнения инновационных проектов. В частности, практика магистрантов должна проводиться в

организациях различной сферы деятельности и в структурных подразделениях УВО, а также в инновационных и научно-образовательных центрах [4].

Таким образом, анализ современного состояния системы управления подготовкой магистров в УВО Республики Беларусь позволяет сделать предварительный вывод о том, что совершенствование системы управления подготовкой магистров позволит реализовать требования руководящих документов, обеспечивающих обучение магистров, а также повысить уровень обучаемости магистров в образовательных учреждениях экономического профиля.

Для повышения качества подготовки магистра с учётом требований образовательного стандарта необходима разработка модели формирования компетенций, совершенствование алгоритма планирования обучения и мониторинга развития компетенций, анализ результатов которого позволит вносить коррективы в организацию процесса обучения и повысить компетентность выпускника.

Необходимо провести анализ информационных ресурсов и системы организации и управления подготовкой магистров по специальности «Маркетинг» в современных условиях УВО экономического профиля, ориентированных на государственный образовательный стандарт, используемый при организации учебного процесса; разработать блок-схему системы управления организацией обучения с позиции компетентного подхода, выделив процедуры измерения факторов и уровней формирования компетенций.

Совершенствование системы управления подготовкой магистров позволит реализовать требования, предъявляемые при подготовке магистров по специальности «Маркетинг», а также повысить уровень обучаемости магистров в образовательных учреждениях Республики Беларусь.

В этой связи весьма актуальным представляется организовать подготовку таких специалистов в Республике Беларусь, что в свою очередь будет содействовать успешной реализации Государственной программы «Образование и молодежная политика на 2016-2020 годы» и общей Государственной инновационной политики и инновационной деятельности в Республике Беларусь.

ЛИТЕРАТУРА

1. Подготовка маркетологов в высшей школе в условиях инновационного развития Республики Беларусь : монография Т.Н. Байбардина [и др].; под общ. ред. канд. экон. наук, доцента Т.Н. Байбардиной. - Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2017.-216 с..
2. Байбардина, Т. Н. Приоритеты подготовки специалистов по маркетингу в практико-ориентированной магистратуре Республики Беларусь / Т.Н. Байбардина, Т.А.Кузнецова, Л.А.Сушанова // Качество высшего образования: современные тенденции и перспективы развития образовательной деятельности высшего учебного заведения: XII Международной научно-методической конференции, (г. Полтава, 18-19 февраля 2016 года). - Полтава: ПУЭТ, 2016. - С. 290-292.
3. Ширяев, О.В. Модели и алгоритмы управления учебным процессом с учетом мониторинга требований работодателей (на примере магистерской подготовки): автореферат дис. кандидата технических наук: 05.13.10 / Ширяев Олег Валерьевич. - Брянск, 2017. - 20 с.
4. Матушанский, Г. У. Проектирование моделей деятельности, личности и непрерывной профессиональной подготовки преподавателя высшей школы: науч. изд. / Г. У. Матушанский, А. Г. Фролов; М-во образования Рос. Федерации, Казан, гос. энергет. ун-т. - Казань: Казан, гос. энергет. ун-т, 2004. - 112 с.