

УДК 378:339.138

Т. Н. Байбардина (bibardina@mail.ru),
кандидат экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

О. А. Бурцева (oxana_burtsava@mail.ru),
старший преподаватель
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

Л. С. Наливайко (lili.nalivaiko@yandex.ru),
аспирант
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

ПРИОРИТЕТЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ-МАРКЕТОЛОГОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье отражены существующие тенденции и особенности подготовки специалистов-маркетологов в системе высшего образования Республики Беларусь на основе анализа статистических данных, мониторинга рынка образовательных услуг. Выявлены факторы, влияющие на актуальность подготовки данного профиля специалистов, их востребованность на рынке труда. Определены приоритеты совершенствования подготовки высококвалифицированных специалистов в области маркетинга в современном мире.

The article reflects the existing trends and specifics of the training of marketing specialists in the higher education system of the Republic of Belarus based on the analysis of statistical data and monitoring of the educational services market. The factors affecting the relevance of training specialists of this profile, their employability in the labor market are identified. Priorities of improved training of highly qualified specialists in the field of marketing in the modern world are identified.

Ключевые слова: высшее образование; учреждение высшего образования; многоуровневое образование; магистратура; магистр; рынок образовательных услуг; рынок труда; специалист-маркетолог; компетенции.

Key words: higher education; institution of higher education; multilevel education; magistracy; master's degree; educational services market; labor market; marketing specialist; competencies.

Введение

Развитие процессов экономической интеграции и глобализации требует от национальной системы образования соответствия мировым тенденциям развития. В настоящее время Республика Беларусь проводит реформу, направленную на создание образовательной системы как одной из составляющих инновационного потенциала Республики Беларусь. Происходящие процессы реформирования высшей школы требуют поиска инновационных решений, позволяющих существенно повысить качество обучения и обеспечить соответствие образовательных услуг потребностям рынка труда страны. За последние годы значительно вырос спрос на профессиональных маркетологов, способных решать насущные экономические проблемы, внедрять инновации во всех отраслях деятельности. Переход учреждений высшего образования на международную систему бакалавриата и магистратуры – вхождение системы образования Республики Беларусь в Болонский процесс – определяет и приоритеты в подготовке специалистов данного профиля, ориентированных на профессиональную деятельность в современных условиях.

Интерес к проблемам высшей школы, обусловленный присоединением Республики Беларусь к Болонскому соглашению, предопределил необходимость многоуровневого образования как важного приоритета государственной политики развития высшей школы, предполагающего высокий уровень профессионализма выпускников, их академическую и социальную мобильность, готовность к самообразованию и самосовершенствованию, ориентацию на требования рынка труда.

Согласно Концепции модернизации высшего образования на период до 2030 года основная цель высшей школы заключается в обеспечении разноуровневой и многопрофильной подготовки квалифицированных специалистов, конкурентоспособных на рынке труда, компетентных, ответственных, свободно владеющих своей профессией и ориентирующихся в смежных областях деятельности, способных к постоянному профессиональному росту в конкурентной среде, в удовлетворении потребности личности в самореализации через образование [1].

В тех странах, где государственная политика строится на приоритетах образования, достаточно быстро появляются прогрессивные социальные изменения и культурные преобразования. В рейтинге по индексу уровня образования в странах мира (Education Index) – комбинированному показателю Программы развития ООН (ПРООН) – Беларусь в 2019 году заняла 30-е место [2]. В последние годы на образовательную систему Республики Беларусь государством выделяется не менее 5% ВВП, что не уступает объемам финансирования сферы образования в развитых европейских странах, где средний показатель составляет 5,7% [3].

На 1 января 2019 года в Республике Беларусь функционировало 51 учреждение высшего образования (УВО), из них 42 государственных и 9 частных учреждений высшего образования. Подготовка специалистов осуществлялась по 15 профилям образования, включающим 384 специальности высшего образования, 319 направлений специальностей, 1 169 специализаций. Общая численность студентов Республики Беларусь, обучающихся в УВО на начало 2018/2019 учебного года, составляла 268,1 тыс. человек, что соответствует показателям развитых стран (298 студентов на 10 000 чел. в 2018–2019 гг.) [4]. Существенное влияние на белорусскую систему высшего образования оказал демографический спад 1990–2000-х годов, что привело к снижению числа студентов системы высшего образования в Республике Беларусь (рисунок 1).

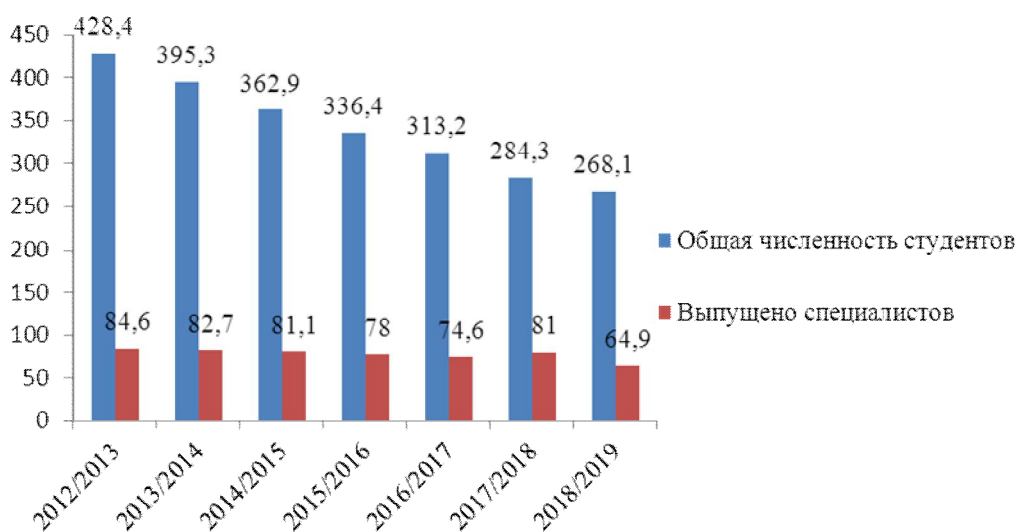


Рисунок 1 – Соотношение численности и выпуска студентов в Республике Беларусь за 2012–2019 годы, тыс. чел.

Примечание – Источник: [4].

Как видно из данных, представленных в таблице 1 и на рисунке 1, общее количество студентов за период с 2014 по 2019 год имеет тенденцию к снижению.

Так, в 2018/2019 учебном году отклонение от 2014/2015 учебного года составило 94,8 тыс. чел. в целом по республике (26,12%). Такая тенденция характерна для всех регионов Беларуси, в частности, по Брестской области уменьшение составило 9,6 тыс. чел. (32,43%), Витебской – 12,8 тыс. чел. (32,16%), Гомельской – 14,4 тыс. чел. (33,96%), Гродненской – 6,3 тыс. чел. (23,08%), Могилевской – 8,4 тыс. чел. (25,45%), г. Минску и Минской области – 43,9 тыс. чел. (23,01%). Наибольшее снижение наблюдается в Гомельской области (на 33,96%), наименьшее – в Минской (на 23,01%).

Таблица 1 – Численность студентов в учреждениях высшего образования Республики Беларусь с детализацией по областям

| Регион | Число учреждений образования в учебном году | | | | Численность студентов в учебном году, тыс. человек | | | | | |
|----------------------------|---|---------------|---------------|---------------|--|---------------|---------------|---------------|---|---|
| | 2014/ 2015 | 2016/ 2017 | 2017/ 2018 | 2018/ 2018 | 2014/ 2015 | 2016/ 2017 | 2017/ 2018 | 2018/ 2019 | Отклонение 2018/2019 учебного года от 2014/2015 учебного года (+; -) | Темп прироста 2018/2019 учебного года к 2014/2015 учебному го- ду, % |
| Республика Беларусь | 54 | 51 | 51 | 54 | 362,9 | 313,2 | 284,3 | 268,1 | -94,80 | -26,12 |
| Брестская область | 4 | 4 | 4 | 4 | 29,6 | 24,8 | 21,8 | 20,0 | -9,6 | -32,43 |
| Витебская область | 5 | 5 | 5 | 5 | 39,8 | 33,5 | 29,4 | 27,0 | -12,80 | -32,16 |
| Гомельская область | 7 | 6 | 6 | 6 | 42,4 | 33,7 | 30,0 | 28,0 | -14,40 | -33,96 |
| Гродненская область | 3 | 3 | 3 | 3 | 27,3 | 24,6 | 22,3 | 21,0 | -6,3 | -23,08 |
| г. Минск и Минская область | 30 | 28 | 28 | 28 | 190,8 | 167,7 | 154,6 | 146,9 | -43,9 | -23,01 |
| Могилевская область | 5 | 5 | 5 | 5 | 33,0 | 28,5 | 25,8 | 24,6 | -8,4 | -25,45 |

Примечание – Источник: [4].

Особую значимость в системе высшего профессионального образования приобретает подготовка магистров в УВО Республики Беларусь. Подготовка кадров на уровне магистратуры осуществляется для всех отраслей народного хозяйства Республики Беларусь. Больше всего востребована подготовка магистров в сфере экономики и управления (29,7%), а также в сфере техники и технологии (21,9%). Следует отметить, что подготовка магистров до 2019 года в УВО Республики Беларусь осуществлялась по двум направлениям, а именно, в научно-ориентированной и практико-ориентированной магистратуре. На 1 января 2019 года подготовку магистров экономического профиля в научно-ориентированной магистратуре осуществляли 33 УВО, в практико-ориентированной магистратуре – 31 УВО [3].

Наблюдается тенденция увеличения числа желающих продолжить обучение на второй ступени высшего образования и расширения количества магистерских программ. Количество выпускников магистратуры УВО Республики Беларусь за период с 2012/2013 по 2018/2019 учебный год увеличилось в 2,2 раза (рисунок 2).

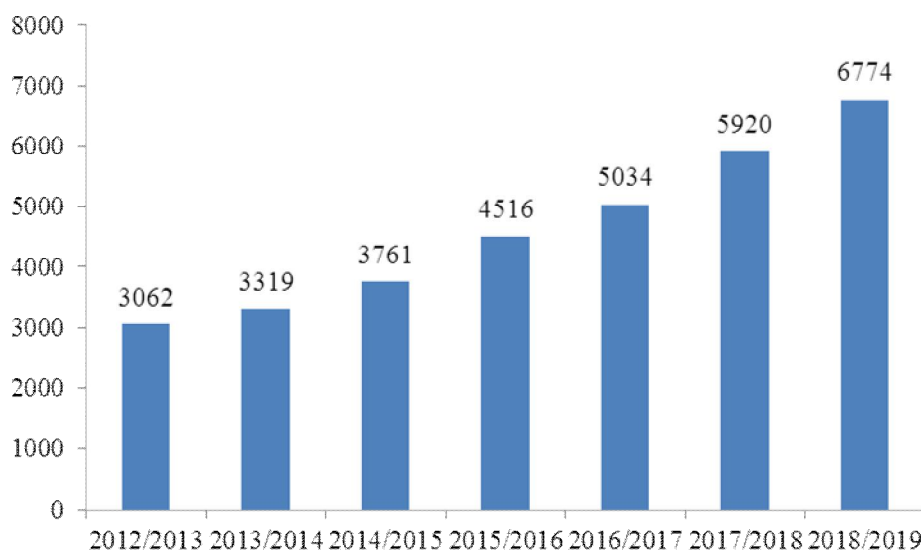


Рисунок 2 – Динамика выпускников магистратуры в Республике Беларусь за 2013–2019 годы, чел.

Примечание – Источник: [4].

Контингент магистрантов государственных УВО на начало 2018/2019 учебного года в Республике Беларусь составил 14 705 человек (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика численности магистрантов в Республике Беларусь в 2012–2019 годах

| Показатели | 2012/2013 | 2013/2014 | 2014/2015 | 2015/2016 | 2016/2017 | 2017/2018 | 2018/2019 |
|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Количество принятых в магистратуру | 4 467 | 5 199 | 5 970 | 6 815 | 7 654 | 10 396 | 8 177 |
| Численность магистрантов | 6 088 | 7 552 | 8 855 | 10 227 | 11 782 | 14 947 | 14 705 |
| Количество окончивших магистратуру | 3 062 | 3 319 | 3 761 | 4 516 | 5 034 | 5 920 | 6 774 |
| Примечание – Источник: [4]. | | | | | | | |

В 2018 году на II ступень получения образования было принято 8 177 человек, что оставляет 12,6% от общего количества выпускников по I ступени получения образования в этом же году. Удельный вес поступивших в магистратуру в 2018 году по сравнению с 2015 годом увеличился на 2,01%, а по сравнению с 2017 годом – на 1,28%. Вместе с тем, необходимо отметить, что количество заинтересованных лиц в получении образования II ступени постоянно росло только до 2018 года [4].

Однако в настоящий период наметилась тенденция к некоторому снижению количества лиц, заинтересованных поступить в магистратуру, что обусловлено изменениями законодательно-правовой базы в сфере образования Республики Беларусь. С 2019/2020 учебного года «взят курс» на научно-исследовательскую составляющую образовательной программы подготовки магистра, которая играет существенную роль для выпускников магистратуры классических университетов.

В последние годы на рынке труда наблюдается тенденция увеличения спроса на профессиональных маркетологов. В рейтинге востребованных профессий согласно аналитикам портала по поиску работы «Работа@Mail.ru» специалист по маркетингу занимает третью позицию. Это обусловлено тем, что зарубежные компании открывают свои представительства на территории стран постсоветского пространства, а отечественные предприятия и организации активно формируют собственные службы маркетинга. Кроме того, повысился спрос на обучение и консалтинг в сфере маркетинга вследствие необходимости решать насущные экономические проблемы [5, с. 53]. Широкое проникновение информационных технологий в сферу социально-экономических отношений и фактически «диджитализация общества» определяют необходимость получения, аккумулирования и анализа существенного и все более возрастающего объема маркетинговых данных в процессе рыночного управления организациями [6]. Анализ рынка труда позволил выявить потребность в высококвалифицированных специалистах-маркетологах на ближайшие 5–10 лет в Республике Беларусь, которая постоянно будет расти. Согласно предварительным заявкам отечественных организаций ежегодная потребность отраслей экономики в магистрах по специальности «Маркетинг» составляет не менее 150 человек, в 80% из которых нуждаются инновационно-ориентированные организации, в 20% – сфера образования. Заинтересованность рынка в специалистах-маркетологах обусловила необходимость их специальной профессиональной подготовки. Несмотря на значительные масштабы такой подготовки, до настоящего времени она, по мнению специалистов, не полностью соответствует социальному заказу, потенциальные работодатели выпускников УВО по экономическим специальностям не удовлетворены уровнем их компетентности в решении новых задач, обусловленных спецификой современной экономики [7].

В настоящее время система образования включает 12 УВО, в которых студенты могут получить образование по специальности «Маркетинг» с присвоением соответствующей квалификации. В результате мониторинга мотивации абитуриентов при поступлении в магистратуру, который был проведен в апреле 2019 года кафедрой маркетинга Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации (БТЭУ), у респондентов были выявлены следующие аргументы для поступления: «чтобы иметь лучшие возможности карьерного роста» (51,6%); «интересно учиться, получать новые знания» (30,4%); «чтобы иметь возможность получать более высокую заработную плату (24,5%); «чтобы иметь возможность быстрее найти работу по окончании» (21,7%); «чтобы затем продолжить обучение в аспирантуре» (18,0%); «чтобы изменить специальность (направление подготовки)» (13,3%); «по совету родителей, друзей, преподавателей» (11,9%); «чтобы иметь возможность жить в общежитии (6,7%); «чтобы избежать призыва в армию» (5,6%);

«за компанию с друзьями» (3,2%); «это был случайный выбор» (2,6%); «чтобы поехать на стажировку за рубеж» (3,7%); «чтобы затем продолжить учиться за рубежом» (2%).

Следует отметить, что при наметившейся тенденции сокращения общей численности студентов-выпускников в Республике Беларусь, сохраняется стабильная тенденция заинтересованности выпускников получить образование в магистратуре по профилю образования «Коммуникации. Право. Экономика. Управление. Экономика и организация производства». Их доля в 2018 году составила 46,2% от общей численности выпускников II ступени [4]. Анализ структуры набора в Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации показал, что наибольшей популярностью из специальностей данного профиля у абитуриентов пользуется специальность «Маркетинг». Общее количество поступивших на данную специальность за анализируемый период составило 169 человек при общем количестве 971 человек, зачисленных в магистратуру Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации. Как видно из данных, представленных в таблице 3, значительную долю в удельном весе поступивших в магистратуру от общего их количества имеют зачисленные на специальность «Маркетинг» (в 2015 году – 25,4%, в 2018 году – 21,4%).

Таблица 3 – Удельный вес выпускников Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, поступивших в магистратуру в 2015–2018 годах, в общем количестве

| Показатели | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Итого | Отклонение (+; –) | |
|---|-------|-------|-------|------|-------|-----------------------|-----------------------|
| | | | | | | 2018 год от 2015 года | 2018 год от 2017 года |
| Количество выпускников I ступени всего, чел. | 1 788 | 1 365 | 1 088 | 638 | 4 879 | –1 150 | –450 |
| В том числе: | | | | | | | |
| дневного отделения | 463 | 307 | 269 | 235 | 1 274 | –228 | –34 |
| заочного отделения | 1 325 | 1 058 | 819 | 403 | 3 605 | –922 | –416 |
| Количество поступивших в магистратуру, чел. | 260 | 265 | 292 | 154 | 971 | –106 | –138 |
| практико-ориентированную | 248 | 245 | 273 | 145 | 911 | –103 | –128 |
| научно-ориентированную | 12 | 20 | 19 | 9 | 60 | –3 | –10 |
| Удельный вес поступивших в магистратуру в общем выпуске I ступени, всего % | 14,5 | 19,4 | 26,8 | 24,1 | 19,9 | 9,6 | –2,7 |
| В том числе: | | | | | | | |
| практико-ориентированную | 13,9 | 17,9 | 25,1 | 22,7 | 18,7 | 8,9 | –2,4 |
| научно-ориентированную | 0,7 | 1,5 | 1,7 | 1,4 | 1,2 | 0,7 | –0,3 |
| Количество поступивших в магистратуру на специальность «Маркетинг», чел. | 66 | 33 | 37 | 33 | 169 | –33 | –4 |
| Удельный вес поступивших в магистратуру на специальность «Маркетинг» в общем количестве поступивших, чел. | 25,4 | 12,5 | 12,7 | 21,4 | 17,4 | –4,0 | 8,8 |
| Примечание – Источник: собственная разработка авторов. | | | | | | | |

Кроме того, постепенно меняется отношение к магистратуре и у работодателей. При приеме на работу наниматели все больше обращают внимание на наличие диплома магистра у соискателя. По оценкам специалистов рынка труда Европы, сотрудник со степенью магистра зарабатывает на 30% больше. По данным исследований, 89,9% выпускников магистратуры имеют преимущество на рынке труда за рубежом [3].

Вместе с тем, в настоящее время имеется ряд проблем в сфере подготовки специалистов-маркетологов по магистерским программам в Республике Беларусь, среди которых, в первую очередь, следует назвать: отсутствие в едином квалификационном справочнике должностей, предусматривающих наличие степени магистра по профильной специальности; увеличивающийся разрыв между качеством образования и ростом требований к компетенциям специалистов со стороны работодателей рынка труда; дисбаланс между предложением магистерских программ и технологий обучения с реальными потребностями студентов и работодателей; отсутствие проведения на

постоянной основе мониторинга изучения требований работодателей к выпускникам магистратуры; недостаток финансовых возможностей у желающих продолжить обучение в магистратуре на платной основе.

Системные изменения и тенденции, отмечаемые в генезисе современной отечественной высшей школы Республики Беларусь в связи с переходом на многоуровневое образование, позволили обнаружить также противоречия между:

– объективной необходимостью реализации компетентностного подхода при определении целей, содержания, технологий и организационной структуры высшего профессионального образования и сложившейся узкопрофильной предметно-знаниевой моделью подготовки специалистов, недостаточной для эффективного исполнения ими современных профессиональных и социокультурных функций;

– возросшей потребностью работодателей в повышении профессиональной компетентности выпускников, в обеспечении многообразия образовательных маршрутов в контексте современной ситуации на рынке труда и отсутствием научно обоснованной концептуальной квалификационной модели выпускника магистратуры по специальности «Маркетинг».

Переход с одного уровня образования на другой предполагает возрастание роли креативных учебно-исследовательских компонентов в структуре профессиональной подготовки специалистов в области маркетинга. При этом особая роль в подготовке кадров принадлежит использованию новых образовательных технологий в учебном процессе. Основными приоритетами в данном аспекте должны стать: компетентностный подход, акцентирующий внимание на результативности образования; активизация инновационной деятельности студентов, подготовка специалистов, способных инициировать и реализовывать инновационные проекты на любом производстве [8].

В современном мире компетенции компаний и работников становятся важнейшим фактором их конкурентоспособности и инновационности, поскольку именно они определяют инструментарий борьбы за выживание и лидерство на рынке и способность создавать, с одной стороны, современные и перспективные товары, технику и технологии, а с другой – новые формы и методы подготовки кадров, менеджмента персонала и др. Формирование базовых профессиональных компетенций выступает в качестве приоритетной миссии на стадии становления многоуровневого высшего образования в Республики Беларусь.

В связи с этим повышение уровня качества магистерского образования, создание необходимых условий для внедрения инновационных подходов в подготовке будущих специалистов по маркетингу обуславливают необходимость решения следующих приоритетных задач:

1. Определить нормативный правовой статус на белорусском рынке труда выпускников магистратуры. Предусмотреть в Едином квалификационном справочнике должностей служащих (по уровню высшего образования) для ряда управленческих должностей наличие степени магистра.

2. Выявлять особенности подготовки специалистов для отечественных предприятий и организаций в соответствии с требованиями работодателей. Создавать в УВО центры развития карьеры выпускников магистратуры.

3. Создавать и внедрять в УВО Республики Беларусь современные технологии образования, отражающие потребности рынка в образовательных услугах: инновационно-образовательные программы, технологии и продукты, виртуальные и сетевые формы, каналы, методические и организационные инструменты обучения.

4. Своевременно изменять компетенции преподавателей УВО с учетом современных подходов в обучении.

5. Развивать сотрудничество с ведущими зарубежными университетами с целью повышения престижности белорусского магистерского образования. Активнее внедрять практику выдачи двух дипломов: белорусского и иностранного.

6. Формировать систему опережающей подготовки специалистов для сегментов быстрого экономического роста, в том числе высокотехнологичных, наукоемких отраслей, инновационных сфер деятельности и производств.

Кроме того, основными приоритетами в подготовке высококвалифицированных кадров для экономики Республики Беларусь являются: дальнейшее развитие интеграции учреждений высшего образования, науки и производства, развитие университетов как образовательно-научно-производственных комплексов (консорциумов), ресурсных центров, обеспечивающих генерацию новых знаний и технологий и трансферт их в образование; повышение качества подготовки специалистов на основе эффективной практико-ориентированной подготовки и расширения связей с организациями-заказчиками кадров; использование кастомизированного подхода в образовании; развитие

системы университетского менеджмента в направлении автоматизации образовательных и кадровых сервисов; проведение регулярных мониторингов качества образовательных услуг с целью оценки соответствия потенциала выпускников требованиям рынка труда; гибкое реагирование системы образования на реальные запросы национальной экономики [9].

Решение данных приоритетных задач позволит поднять на новый качественный уровень подготовку специалистов высшей квалификации по специальности «Маркетинг», соответствовать требованиям времени и приоритетам мирового рынка образовательных услуг, обеспечить органичное вхождение в европейское образовательное пространство, не теряя достижений и традиций отечественной высшей школы, повысить конкурентоспособность высшего образования страны в мировом образовательном пространстве.

Заключение

Таким образом, анализ современного состояния рынка образовательных услуг Республики Беларусь в условиях развития многоуровневого образования позволяет определить новые приоритеты в подготовке магистров экономического профиля в стране с учетом потребительских предпочтений. Наиболее востребованными для второй ступени получения высшего экономического образования в Беларуси являются специальности профиля «Коммуникации. Право. Экономика. Управление. Экономика и организация производства». Данная тенденция имеет место и в Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации, при этом востребована специальность «Маркетинг», которую предпочитают около одной трети от общего контингента поступающих на II ступень получения высшего образования.

Даже при наметившейся тенденции к снижению количества лиц, заинтересованных поступить в магистратуру, обусловленной изменениями законодательно-правовой базы в сфере образования Республики Беларусь, и взятом с 2019 года курсе на научно-исследовательскую составляющую образовательной программы подготовки магистров, специальность «Маркетинг» среди абитуриентов Белорусского торгово-экономического университета продолжает лидировать в рейтинге специальностей магистратуры университета (28% от общего набора студентов II ступени 2019 года). При этом доля поступивших в 2019/2020 учебном году на очную форму получения образования в магистратуру Белорусского торгово-экономического университета на специальность «Маркетинг» составила 46% от общего числа всех желающих получить степень магистра на данной форме обучения.

С учетом требований работодателей подготовка специалистов-маркетологов в современных условиях предполагает использование инновационных подходов и решение комплексных задач, ориентированных на удовлетворение потребностей инновационной экономики Республики Беларусь в кадрах необходимой квалификации. Соблюдение предложенных авторами приоритетов в подготовке маркетологов высшей квалификации позволит поднять престиж учреждений высшего образования страны, соответствовать требованиям времени и мирового рынка труда.

Список использованной литературы

1. **Концептуальные** подходы к развитию системы образования Республики Беларусь до 2020 года и на перспективу до 2030 года / Министерство образования Республики Беларусь. – Минск : Национальный институт образования, 2018. – 37 с.
2. **Гуманитарный** портал: Официальный портал ИААА Центра гуманитарных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://gtmarket.ru/ratings/education-index/education-index-info>. – Дата доступа : 10.01.2020.
3. **Специфика** подготовки маркетологов в магистратуре Республики Беларусь : моногр. / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева, Л. С. Наливайко ; под общ. ред. канд. экон. наук, доцента Т. Н. Байбардиной. – Рига : Palmarium Academic Publihing, 2019. – 160 с.
4. **Образование** в Республике Беларусь : стат. сб. – Минск : ИВЦ Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2017. – 219 с.
5. **Подготовка** маркетологов в высшей школе в условиях инновационного развития Республики Беларусь : моногр. / Т. Н. Байбардина [и др.] ; под общ. ред. канд. экон. наук, доцента Т. Н. Байбардиной. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2017. – 216 с.
6. **Рожков, И. В.** Развитие информационных технологий и сервисов в финансовом маркетинге / И. В. Рожков // Правовая защита, экономика и управление интеллектуальной собственностью: Приложение к журналу «Экономика. Бизнес. Банки» / под общ. ред. Л. М. Куприяновой, С. В. Карповой ; отв. ред. И. В. Рожков. – М. : РИМ Университет, 2018. – Том 8. – С. 47–57.

7. **Компетентность** специалистов по маркетингу с учетом требований рынка труда / Т. Н. Байбардина и др. // Экономика и управление в машиностроении. – 2018. – № 1 (55). – С. 46–49.

8. **Подготовка** кадров для высокотехнологичных секторов национальной экономики как условие повышения конкурентоспособности высшего образования Республики Беларусь / Т. Н. Байбардина и др. // Наука и инновации в системе развития информационного общества : сб. материалов Международной научно-практической конференции (Чебоксары, 30 января 2019 г.): в 3 ч. – Чебоксары: ЧКИ РУК, 2019. – Ч. 1. – С. 83–88.

9. **Байбардина, Т. Н.** Современные аспекты формирования кадрового потенциала для сферы маркетинга в условиях развития цифровой экономики Республики Беларусь / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева, Л. С. Наливайко // Сучасні тенденції розвитку освіти й науки : проблеми та перспективи: зб. наук. праць / [упорядник Ю. І. Колісник-Гуменюк]. – Київ – Львів – Бережани – Гомель, 2019. – Вип. 5. – С. 234–238.

Получено 03.02.2020.