

---

---

## VIII. МАРКЕТИНГ В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТЕХНОЛОГИИ, ИНСТРУМЕНТЫ

---

---

УДК 378:339.138

**Т. Н. Байбардина** (bibardina@mail.ru),  
канд. экон. наук, доцент

**А. О. Жевнова** (zhevnovaan@mail.ru),  
магистрант

**Е. А. Калейников** (joidsuka@gmail.com),  
магистрант

**Е. А. Цыганкова** (katetsi333@yandex.ru),  
магистрант  
Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь

### ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В данной статье рассмотрены характеристики основных компетенций магистров по специальности «Маркетинг», определены основные компоненты профессиональной специальной компетентности магистров.

This article discusses the characteristics of the main competencies of masters in the specialty “Marketing”, defines the main components of the professional special competence of masters.

*Ключевые слова:* магистр; специальность «Маркетинг»; специальные профессиональные компетенции; профессиональные компетенции; учреждения высшего образования.

*Key words:* master’s degree; specialty “Marketing”; special professional competencies; professional competencies; institutions of higher education.

Необходимым условием развития белорусской экономики является совершенствование управления подготовкой квалифицированных кадров в соответствии с требованиями отечественных организаций и стандартов образования. В связи с этим особая роль отводится поиску верных решений и их использованию в оценке профессионального уровня выпускника магистратуры по специальности «Маркетинг». Особое значение при подготовке магистров экономического профиля с учетом требований работодателей приобретает формирование у них специальных профессиональных компетенций.

Формирование профессиональных компетенций специалистов по маркетингу позволяет реализовать приоритеты инновационной направленности в образовательной сфере, которые ориентированы на интеграцию данных специалистов в экономическую модель мирового сообщества с учетом инновационной политики государства. Как показала практика, современная специфика высшего образования заключается в увеличивающемся разрыве между качеством образования и ростом требований к компетенциям специалистов [1].

Процесс формирования специальных профессиональных компетенций (СПК) будущих магистров отображается на фоне общих условий развития профессиональных компетенций (ПК) в процессе изучения профессиональных циклов дисциплин. Важнейшим системообразующим фактором, определяющим ход процесса подготовки специалиста учреждения высшего образования (УВО) Республики Беларусь, становится собственно учебно-воспитательный процесс, являющийся ядром процесса формирования всех существенных важных социально-профессиональных качеств высококвалифицированных кадров [2].

Для уточнения содержания профессиональной специальной компетентности магистров направления «Маркетинг» весьма важным становится определение содержания ПК, которые должны быть сформированы у магистров, необходимые как для успешной профессиональной деятельности, так и для дальнейшего эффективного профессионального образования личности будущего магистра в целом. Характеристики основных компетенций магистров отображены в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристики основных компетенций магистров по специальности «Маркетинг»

№	Наименование компетенции	Характеристика компетенции
1	Социально-личностная	Состоит в активном и существенном влиянии на процесс развития и саморазвития социально-ценностных характеристик, продуктивную реализацию творческого потенциала личности магистров, соответствие типа профессиональной деятельности собственным склонностям и интересам
2	Общепрофессиональная	Направлена на формирование основ профессионального мастерства, при этом закладывается предметность профессионального мышления, здесь личность магистров приобщается к духовному и ценностному контексту профессии, у нее формируется ориентация на профессию, четкие мотивационные потребности в ее получении
3	Профессиональная	Требует освоения магистров специальных компетенций, которые связаны с маркетинговой деятельностью на рынке. Предполагает максимальное использование знаний и умений в профессиональной сфере, естественных наук и технологий
4	Организационно-процессуальная	Включает организацию исполнения управленческих решений, обеспечивает корректировку профессиональной деятельности, развивает способности самостоятельного процессуального мышления. В целом закрепляется система специальных знаний и навыков применения нормативных документов, которые обеспечивают социализацию выпускника УВО, формируется способность к адаптации своего поведения к конкретным профессиональным ситуациям и проблемам, к самостоятельной защите своих интересов
Примечание – Собственная разработка авторов.		

Кроме того, важная роль в ходе подготовки специалистов данного профиля принадлежит использованию компонентов профессиональной компетентности магистров, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Компоненты профессиональной специальной компетентности магистров

№	Компонент	Содержание	Основные составляющие
1	Эмоционально-волевой	Отражает личностное отношение будущего магистра к решаемым профессиональным проблемам и задачам, его чувства, эмоции, личностные приоритеты	Способность к адекватной самооценке. Саморегуляция поведения магистров
2	Мотивационно-ценностный	Определено готовностью магистров к самостоятельному осуществлению профессиональной деятельности, которая не задана жестко процессуальными нормами (субъективная сторона) и наличием альтернатив в исследовании причин и проблем в решениях конкретных ситуаций	Система личностных и профессиональных ценностей. Мотивационная готовность к профессиональной деятельности
3	Когнитивный	Характеризует познавательные способности будущих магистров – способность восприятия учебного материала и наличие определенного запаса знаний	Интеллектуальная вовлеченность как интерес к науке, открытость для приобретения новых знаний. Наличие профессиональных знаний, умений и навыков
4	Коммуникативный	Характеризует особенности вербального и невербального взаимодействия магистров с профессиональным окружением в условиях профессиональной деятельности	Способность построения диалога. Конструирование потенциальных запросов на основе имеющегося банка профессиональных ситуаций
5	Креативно-деятельностный	Ориентирует магистров на применение творческого подхода в профессиональной деятельности, тем самым формирует способность осознанного выбора комплекса методов исследования причина и проблем по конкретным сложившимся ситуациям на рынке	Проектирование перспектив развития и результатов профессиональной деятельности. Творческая самостоятельность в решении профессиональных задач
Примечание – Собственная разработка авторов.			

Мотивационно-ценностный компонент предназначен для важнейшей характеристики мотивационного аспекта формирования ПК у магистров. Концептуально процесс формирования новых ПК будущим магистрам может быть построен на основе применения модели мотивации профессиональной деятельности. Содержание этой модели предполагает, что, приступая к выполнению того или иного вида профессиональной деятельности, будущий магистр субъективно-эмоционально понимает ее ценность с точки зрения социальной значимости своей профессии. Такое ярко выраженное переживание совмещается с его установками, сформированными в процессе обучения, воспитания и профессиональной подготовки в УВО, формирует необходимое психоэмоциональное состояние, при этом происходит закрепление мотива действия и внутренней мотивации, обуславливающей в значительной степени успешность формирования ПК у будущего магистра.

Можно утверждать, что интеграция знаний и умений, на основе которых формируются общепрофессиональные компетенции (ОК) у будущих магистров, обычно происходит по общим для дисциплин реальным объектам познавательной действительности обучающегося; по общим умениям, навыкам и способам действий, характерным для практической работы магистров [3].

В конкретно-содержательном отношении необходимо установить нижние границы уровней фундаментальной подготовки по дисциплинам, которые определяются спецификой специальности. Профессиональная подготовка будущего магистров содержит два этапа:

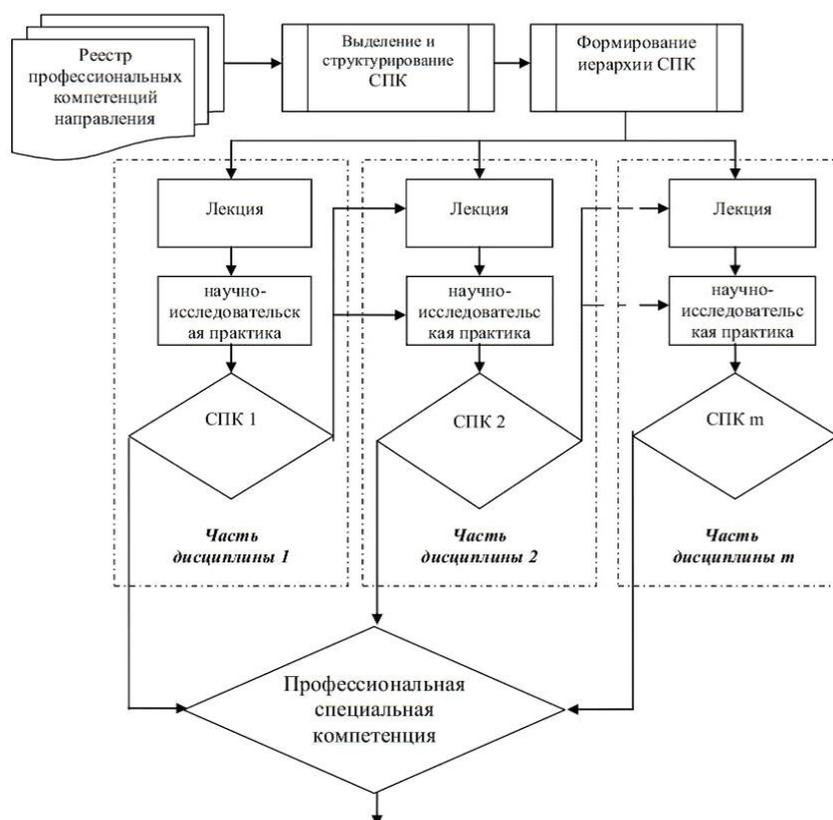
– этап 1 – фундаментальная подготовка, которая является фундаментом для всего дальнейшего развития специалиста в области маркетинга уже в ходе своей профессиональной деятельности;

– этап 2 – специальная подготовка, задачей которой является формирование узкоспециальных ПК магистров.

При определении составляющих и разработке структурных связей у модели формирования СПК у будущих магистров необходимо заранее определить уровни их сформированности.

Модель формирования СПК в ходе изучения общенаучного цикла у будущих магистров представлена на рисунке.

**Модель формирования СПК в ходе изучения общенаучного цикла дисциплин**



Примечание – Собственная разработка авторов.

Ориентация УВО на содержание и методические особенности формирования профессиональных компетенций будущих магистров при обучении, учет особенностей организации процесса формирования ПК у будущих магистров в условиях контекстного подхода к изучению профильного цикла дисциплин позволят своевременно на основе изменяющихся потребностей рынка труда производить коррекцию подготовки выпускников.

Своевременное обновление инновационных образовательных программ УВО, основанное на использовании прогностной модели формирования СПК обеспечит «опережающее образование» специалистов для рынка труда Республики Беларусь.

### Список использованной литературы

1. **Формирование** профессиональных компетенций и навыков специалистов по маркетингу как условие соответствия уровня их квалификации требованиям рынка труда / Т. Н. Байбардина [и др.] // Материалы международного научного форума «Образование. Наука. Культура», 21 нояб. 2018 г. : сборник научных статей / под общ. ред. проф. Б. В. Илькевича ; отв. ред. Н. В. Осипова. – Гжель : ГГУ, 2019. – С. 201–203.

2. **Байбардина, Т. Н.** 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. – Литва : Palmarium Academic Publishing, 2019. – 160 с.

3. **Байбардина, Т. Н.** Совершенствование управления подготовкой магистров по специальности «Маркетинг» в условиях инновационного развития Республики Беларусь / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева, Л. С. Наливайко // Научно-практический журнал «Экономика. Бизнес. Финансы». – 2019. – № 5. – С. 7–12.