

**О. Ю. Копенкова,
Г. О. Спиридонов**

*Научный руководитель
Т. Н. Байбардина*

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ МАГИСТЕРСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «МАРКЕТИНГ» В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Доказано, что 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 экономике, способные организовать генерацию идей и решение научно-технических и социально-экономических проблем, обеспечивает и повышает конкурентоспособность Республики Беларусь [1].

Практика показывает, что в тех странах, где государственная политика строится на приоритетах образования, достаточно быстро появляются прогрессивные социальные изменения и культурные преобразования. Так, повышение образовательного уровня работников обеспечивает в США, Германии, Японии до 40–60% прироста национального дохода [2].

Особую значимость в системе высшего профессионального образования приобретает подготовка магистров в магистратуре учреждений высшего образования (УВО) Республики Беларусь. В настоящее время возрастает популярность магистратуры, которая объясняется возможностью улучшить карьерное и финансовое положение и выпускника университета, и опытного специалиста, и руководителя, которому не хватает системных знаний для эффективного управления бизнесом.

На современном этапе реформирования высшего образования многие УВО Республики Беларусь рассматривают подготовку магистров как одно из приоритетных направлений своей деятельности.

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. Как положительный момент следует отметить, что число белорусских университетов, открывающих магистратуру, постоянно растет. Это обуславливает необходимость системного и оперативного решения комплекса проблем в организации и функционировании магистратуры.

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%) [2].

С 2014 г. в УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» ведется подготовка магистрантов в практико-ориентированной магистратуре по 15 магистерским программам. Наибольшей популярностью у выпускников УВО пользуется магистерская программа по специальности «Маркетинг». Общий выпуск магистрантов в УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» по специальности «Маркетинг» с 2015 по 2019 г. составил 185 человек.

Основными сферами профессиональной деятельности магистра по специальности «Маркетинг» является организационно-управленческая, инновационная, научно-исследовательская, аналитическая и проектная деятельность в различных областях экономики и бизнеса на уровне управления организациями или их структурными подразделениями. Магистр, освоивший образовательную программу подготовки магистратуры по специальности «Маркетинг» и защитивший магистерскую диссертацию, имеет возможность в процессе обучения сдавать кандидатские минимумы и в дальнейшем продолжить образование в аспирантуре, обладая преимущест-

венным правом на зачисление. Для дальнейшего развития магистратуры в Республике Беларусь необходимо и целесообразно решить следующие вопросы:

1. Определить нормативный правовой статус на белорусском рынке труда выпускников практико-ориентированной магистратуры. Предусмотреть в Едином квалификационном справочнике должностей служащих (по уровню высшего образования) для ряда управленческих должностей наличие степени магистра по профильной специальности или магистра бизнес-администрирования.

2. Учитывая специфику контингента обучаемых, следует более активно внедрять новые образовательные технологии в учебный процесс, прежде всего, по использованию элементов дистанционного обучения.

3. При проектировании образовательных программ магистратуры предусмотреть возможность выбора магистрантом общеобразовательных дисциплин, а также сдачи кандидатских экзаменов и зачета.

4. С целью повышения престижности белорусского магистерского образования развивать сотрудничество с ведущими зарубежными университетами, активней внедрять практику выдачи двух дипломов: белорусского и иностранного.

5. Создание в учебных учреждениях Центров развития карьеры выпускников практико-ориентированной магистратуры.

Решение ключевых вопросов по развитию практико-ориентированной магистратуры и совершенствование нормативно-правовых аспектов, по внедрению инновационных подходов и методов в процессе подготовки магистрантов актуально и для подготовки магистров по специальности «Маркетинг». Решение данных задач позволит поднять на новый качественный уровень подготовку специалистов высшей квалификации для инновационной экономики Республики Беларусь.

Список использованной литературы

1. **Приоритеты** подготовки специалистов экономического профиля в учреждения высшего образования на современном этапе инновационного развития Республики Беларусь / Т. Н. Байбардина [и др.] // Проблемы современного образования в техническом вузе : материалы IV Междунар. научн.-метод. конф., посвящ. 120-летию со дня рожд. П. О. Сухого. – Гомель, 29–30 окт. 2015 г. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2015. – С. 158–160.

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 Publihing, 2019. – 160 с.