

УДК 658.818:339.37

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

ПРИОРИТЕТЫ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ В ПОДГОТОВКЕ МАГИСТРОВ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «МАРКЕТИНГ»

В статье отражены основные тенденции и приоритеты отечественной высшей школы в подготовке магистров. Дана оценка состояния и динамики развития рынка образовательных услуг Республики Беларусь. Рассмотрены основные аспекты подготовки магистров по специальности «Маркетинг» в Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации, определены основные задачи ее совершенствования на современном этапе развития рынка образовательных услуг.

The article reflects the main trends and priorities of the domestic higher school in training masters. The assessment of the state and dynamics of the educational services market development in the Republic of Belarus is given. The main aspects of Masters training in Marketing speciality at the educational institution "Belarusian Trade and Economic University of Consumer Cooperatives" are considered, the main tasks of its improvement at the present stage of the educational services market development are identified.

Ключевые слова: рынок образовательных услуг; образовательный процесс; организация подготовки; магистратура; магистр; маркетолог; высококвалифицированные специалисты; компетенции.

Key words: market of educational services; educational process; organization of training; Magistracy; Master; marketer; highly qualified specialists; competencies.

Введение

Для современного этапа развития образования в Республике Беларусь характерны динамичные преобразования, обусловленные происходящими процессами реформирования высшей школы, которые требуют поиска инновационных решений, позволяющих существенно повысить качество обучения в магистратуре и обеспечить соответствие образовательных услуг потребностям страны и граждан. Кроме того, белорусское образование высоко ценится в мире, что способствует заинтересованности иностранных студентов получить высшее образование в Беларуси, в том числе в магистратуре Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации. Растущая популярность обучения в магистратуре предполагает необходимость соответствия мировым стандартам качества предоставляемых образовательных услуг. Функционирование белорусской системы образования осуществляется на основе принципов государственной политики в области образования, отраженных в Кодексе Республики Беларусь об образовании. На текущий момент в Республике Беларусь сформированы концептуальные подходы к развитию системы образования страны до 2020 года и на перспективу до 2030 года, определены основные задачи, направления развития, механизмы их реализации [1; 2]. При этом особую актуальность для отечественной высшей школы приобретает необходимость разработки новых методических подходов к формированию содержания образовательных программ для II ступени высшего образования. В связи с этим целью исследования является определение путей совершен-

ствования системы управления и организации подготовки магистров по специальности «Маркетинг» для укрепления кадрового потенциала страны и органичного вхождения в европейское образовательное пространство.

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. Такими приоритетами в настоящее время являются разработка и внедрение в образовательный процесс учреждений высшего образования (УВО): структурно-организационных изменений, направленных на совершенствование структуры высшего образования; содержательно-технологических инноваций, связанных с обоснованием и внедрением нового содержания и технологий обучения, направленных на повышение качества подготовки специалистов в современных условиях; создание ресурсного обеспечения качественной подготовки специалистов [3].

На начало 2020 года в Республике Беларусь функционировало 51 учреждение высшего образования, из них 42 государственных и 9 частных учреждений высшего образования. Доля частных учебных заведений к общему числу составляла 17,6%, при этом доля обучающихся в белорусских негосударственных учебных заведениях высшего образования составляла всего 6,5% [4]. Однако на начало 2021 года число УВО сократилось до 50 единиц.

Стоит отметить, что ряд белорусских учреждений высшего образования присутствуют в международных авторитетных рейтингах. Это Белорусский государственный университет (БГУ), Белорусский национальный технический университет (БНТУ). На текущий момент существует более 20 разнообразных глобальных рейтингов высших учебных учреждений, БГУ участвует в рейтингах 11 агентств, занимая места в числе 2% лучших университетов мира. Так, БГУ, согласно международному университетскому рейтингу QS World University Rankings 2019/2020, занял 351-е место, в 2019/2018 – 354-е место, а в 2018/2017 – 334-е место (лучший показатель за всю историю рейтинга) [5]. БГУ на протяжении последних лет устойчиво входит в 1,5% ведущих университетов мира, опережая в QS рейтинге такие учреждения высшего образования Латвии, Литвы и Украины как Рижский технический университет (701–750-е места), Вильнюсский университет (458-е место), Харьковский национальный университет (491-е место), Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко (541–550 места).

Преимущество перед БГУ в QS рейтинге имеют, например, такие высшие учебные заведения стран-соседей: польские университеты – Ягелонский (338-е место) и Варшавский (349-е место); российские – МГУ им. М. В. Ломоносова (87-е место), Новосибирский государственный университет (231-е место) и Санкт-Петербургский государственный университет (234-е место).

QS World University Rankings считается самым популярным и авторитетным в мире источником сравнительных данных об эффективности высших учебных заведений. Данный рейтинг основан на оценке шести критериев, к которым относят научную репутацию, репутацию университета среди работодателей, соотношения преподавательского состава к числу студентов, индекса цитируемости научных публикаций, доли иностранных студентов и доли иностранных преподавателей. Так в QS 2019/2020 вошел и Белорусский национальный технический университет (БНТУ), который разместился в диапазоне с 801 по 1000 место (на уровне прошлого года) [5].

Присоединение белорусской системы высшего образования к Болонскому процессу в 2015 году повлекло за собой существенные изменения в структуре, содержании, методологии и методике высшего образования, потребовало соответствующих реформ высшей школы. В рамках реализации принципов Болонского процесса система высшего образования Республики Беларусь активно развивает студенческую мобильность, ведет подготовку магистров по магистерским программам, соответствующих требованиям современного общества.

В настоящее время подготовка специалистов в Республике Беларусь осуществляется по 15 профилям образования, включающим около 400 специальностей на первой ступени высшего образования и более 150 на второй ступени высшего образования.

В конце 2018 года были внесены изменения в Общегосударственный классификатор Республики Беларусь ОКРБ 011-2009 «Специальности и квалификации» (далее-ОКСК) [6]. Отличительной особенностью данного классификатора является изменение структуры специальностей I и II ступеней высшего образования, присвоение новых кодов и аннулирование некоторых групп специальностей. Исходя из укрупненной структуры ОКСК были введены 7 новых профилей образования, 37 направлений образования изменены, 43 специальности аннулированы.

Общая численность студентов Республики Беларусь, обучающихся в учреждениях высшего образования на начало 2019/2020 учебного года, составляла 260,9 тыс. человек. По сравнению с предыдущим годом общая численность студентов сократилась на 7,2 тыс. человек. Стоит отметить, что сокращение численности студентов и магистрантов в высших учебных заведениях происходит в последнее десятилетие также за счет допустимого плановыми цифрами набора абитуриентов: так в 2010 году белорусские учреждения образования приняли 100,5 тыс. человек, в 2019 году – 54,7 тыс. человек, т. е. на 45,6% меньше. В целом численность студентов Республики Беларусь по областям за период с 2014 по 2019 год имеет также тенденцию к снижению (таблица 1).

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

Регион	Число учреждений образования				Численность студентов, тыс. человек				Отклонение 2019/2020 учебного года от 2014/2015 (+; -)	Темп прироста 2019/2020 учебного года к 2014/2015, %
	2014/2015 учебный год	2016/2017 учебный год	2018/2019 учебный год	2019/2020 учебный год	2014/2015 учебный год	2017/2018 учебный год	2018/2019 учебный год	2019/2020 учебный год		
Республика Беларусь	54	51	51	51	362,9	284,3	268,1	260,9	-94,80	-26,12
Брестская область	4	4	4	4	29,6	21,8	20,0	19,1	-9,6	-32,43
Витебская область	5	5	5	5	39,8	29,4	27,0	26,0	-12,80	-32,16
Гомельская область	7	6	6	6	42,4	30,0	28,0	27,0	-14,40	-33,96
Гродненская область	3	3	3	3	27,3	22,3	21,0	20,5	-6,3	-23,08
г. Минск и Минская область	30	28	28	28	190,8	154,6	146,9	144,2	-43,9	-23,01
Могилевская область	5	5	5	5	33,0	25,8	24,6	23,5	-52,3	-25,45
Примечание – Источник: [7].										

Как видно из данных таблицы 1, по Брестской области уменьшение составило 9,60 тыс. чел. (32,43%), по Витебской – 12,8 тыс. чел. (32,16%), по Гомельской – 14,4 тыс. чел. (33,96%), по Гродненской – 6,3 тыс. чел. (23,08%), по Могилевской – 52,3 тыс. чел. (25,45%), по г. Минску и Минской области – 43,9 тыс. чел. (23,01%).

К сожалению, такая тенденция наблюдается в течение последних лет. Основными причинами сокращения количества студентов и магистрантов в рассматриваемый период стали демографическая ситуация и отток молодежи для обучения за рубежом. Так, согласно данным ЮНЕСКО, из Беларуси для получения высшего образования ежегодно уезжают около 35 тыс. человек, что составляет около 64% от общего количества поступивших в УВО Беларуси в 2019/2020 учебном году. При этом число уехавших из страны на обучение в 2,1 раза больше количества студентов и магистрантов – нерезидентов, обучающихся в Беларуси [8].

Получить высшее образование в Республике Беларусь, в том числе и магистерское, заинтересованы граждане различных стран, а не только резиденты Беларуси. Согласно аналитическому изданию «Образование в Республике Беларусь (2019/2020 учебный год)» за 2019/2020 учебный год в государственных учреждениях высшего образования республики обучалось 18,4 тыс. студентов и магистрантов, являющихся нерезидентами (7,1% от общей численности). Из них гражданами Туркменистана являются 9 788 человек, России – 1 439 человек, Китая – 1 435 человек, Индии – 655 человек, Ирана – 529 человек, Ливана – 514 человек, Таджикистана – 418 человек, Нигерии – 307 человек, Азербайджана – 291 человек, Украины – 248 человек, Казахстана – 214 человек и т. д. [9].

Достижению данных результатов содействовала активная позиция белорусского государства в глобальном образовательном пространстве, присоединение Беларуси к Болонскому процессу и ратификация международных соглашений о признании образования и сотрудничестве в сфере высшего образования в СНГ, с Украиной, Грузией, Туркменистаном, Таджикистаном, Вьетнамом, Бангладеш, Лаосом, Камбоджей, Монголией, Пакистаном, Эквадором [9].

В настоящее время особую значимость в системе высшего образования приобретает подготовка магистров в Республике Беларусь, растет интерес к получению магистерского образования,

академическая степень магистра становится все более престижной и соответствует высшему уровню профессиональной подготовки специалиста с университетским образованием.

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 приоритеты 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%); «за компанию с друзьями» (3,2%); «это был случайный выбор» (2,6%); «чтобы поехать на стажировку за рубежом» (3,7%); «чтобы затем продолжить учиться за рубежом» (2%) и «другие приоритеты» (5,6%).

В большей степени популярность магистратуры объясняется возможностью улучшить карьерное и финансовое положение и выпускника университета, и опытного специалиста, и руководителя, которому не хватает системных знаний для эффективного управления бизнесом. Меняется отношение к магистратуре и у работодателей. Как показывает практика, 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 [10].

На современном этапе реформирования высшего образования многие УВО Республики Беларусь рассматривают подготовку магистров как одно из приоритетных направлений своей деятельности, поскольку магистратура способствует максимальному использованию научно-педагогического потенциала университета, так как магистранты участвуют во многих видах научных исследований, в выполнении отечественных международных грантов как полноправные соисполнители; гибкому и оперативному реагированию на потребности экономики, промышленности, сферы науки и образования, ввиду того, что индивидуализация магистерских программ позволяет магистрантам уже в процессе обучения адаптироваться к будущей профессиональной деятельности; созданию эффективных механизмов развития факультетов университетов за счет подготовки новых научно-педагогических кадров, конкурентоспособных на белорусском рынке образовательных услуг; становлению современных тенденций междисциплинарного синтеза в современной науке и образовании, что предполагает дополнительные возможности для подготовки специалистов высокого уровня в междисциплинарных областях.

В 2019 году на II ступень получения образования было принято 6 345 человек. Удельный вес поступивших в магистратуру в 2019 году по сравнению с 2015 годом увеличился на 6,28%. Вместе с тем, необходимо отметить, что количество заинтересованных лиц получить образование в магистратуре постоянно росло только до 2018 года. Контингент магистрантов на начало 2019/2020 учебного года в Республике Беларусь составил 11 908 человек (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика численности магистрантов в Республике Беларусь в 2012–2018 годах

Показатель	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020
Принято в магистратуру	4 467	5 199	5 970	6 815	7 654	10 396	8 177	6 345
Численность магистрантов	6 088	7 552	8 855	10 227	11 782	14 947	14 705	11 908
Выпущено из магистратуры	3 062	3 319	3 761	4 516	5 034	5 920	6 774	7 479
Примечание – Источник: [7].								

До 2017/2018 учебного года высшие учебные заведения осуществляли подготовку магистров по двум направлениям: научно ориентированного и практико-ориентированного профилей. С 2019/2020 учебного года «взят курс» на научно-исследовательскую составляющую образовательной программы подготовки магистра, которая играет существенную роль для выпускников магистратуры классических университетов.

Подготовка кадров на уровне магистратуры осуществляется для всех отраслей народного хозяйства Республики Беларусь. Больше всего востребована подготовка магистров в сфере экономики

и управления (46,2%), а также в сфере техники и технологии (17,7%). Среди магистерских программ особой популярностью у абитуриентов пользуется специальность «Маркетинг», по которой ведут подготовку специалистов 12 учреждений высшего образования (23,5% от общего числа учреждений высшего образования) [7].

Такая тенденция сохраняется и для Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации (БТЭУ). Соотношение выпускников I степени получения высшего образования и поступивших в магистратуру БТЭУ представлено в таблице 3.

Данные таблицы 3 свидетельствуют о том, что с 2015 по 2020 год всего принято на II ступень получения образования 1 010 человек, что составляет 18,88% от общего количество выпускников I степени получения образования. Наибольшее количество выпускников I степени принято в магистратуру в 2017 году (30,9%). Удельный вес поступивших в 2020 году составил 15,92%.

Таблица 3 – Удельный вес поступивших абитуриентов в магистратуру Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации за 2015–2020 годы

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Итого	Отклонение (+; –) 2020 года от 2015 года
Выпуск студентов I степени получения высшего образования, чел.	1 514	1 168	893	662	578	534	5 349	–980
Принято на II ступень получения высшего образования, чел.	219	170	276	166	94	85	1010	–134
Удельный вес поступивших в магистратуру, %	14,5	14,5	30,9	25,0	16,26	15,92	18,88	1,42
Примечание – Источник: собственная разработка авторов.								

Анализ структуры выпускников магистратуры университета 2019/2020 учебного года с учетом иностранных студентов в разрезе двух видов – практико-ориентированной и научно ориентированной магистратуры за анализируемый период (таблица 4) позволил выявить тенденцию значительного снижения общего числа лиц, получивших магистерский диплом Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации. Вместе с тем, число иностранных студентов – выпускников II степени – по сравнению с 2019 годом значительно выросло и достигло аналогичного показателя 2016 года (8 человек).

Таблица 4 – Структура выпускников магистратуры Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации с учетом иностранных студентов по факультетам за 2015–2020 годы

Факультет	Количество студентов, закончивших в магистратуру (из них иностранных студентов)					
	2016	2017	2018	2019	2020	Итого
Практико-ориентированная магистратура						
Экономики и управления	43/4	45/4	58/2	46/1	34	226/11
Учетно-финансовый	26	48	41	80	25/3	220/3
Коммерческий	56	111	91	80	49	387
ИТОГО	125/4	204/4	190/2	206/1	108/3	833/14
Научно ориентированная магистратура						
Экономики и управления	9/4	8/5	19/9	9	13/4	58/22
Учетно-финансовый	–	2/1	2	9	3	16/1
Коммерческий	2	1	–	1	23/1	27/1
ИТОГО	11/4	11/6	21/11	19	39/5	101/26
ВСЕГО	136/8	215/10	211/13	225/1	147/8	934/40
Примечание – Источник: собственная разработка авторов.						

Приведенный анализ структуры выпускников магистратуры Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации по регионам их основного проживания показал большую заинтересованность жителей Таджикистана, Туркменистана, России.

Согласно предварительным заявкам отечественных организаций, ежегодная потребность отраслей экономики в магистрах по специальности «Маркетинг» составляет не менее 150 человек, из которых 80% требуется инновационно ориентированным организациям, 20% – для сферы образования [11].

Данные изменения обуславливают необходимость подготовки новых, узких специалистов в области маркетинга. К сожалению, в настоящее время на уровне магистратуры не осуществляется подготовка таких специалистов как:

- юзабилити-специалист, который исследует, анализирует и совершенствует пользовательский интерфейс веб-ресурсов с целью создания более «дружелюбного» («user-friendly») интерфейса, а в конечном итоге – для получения высокой конверсии и увеличения темпов продаж;

- геомаркетолог – специалист по пространственному анализу географически локализованных маркетинговых данных;

- продуктовый дизайнер – специалист, который занимается разработкой и усовершенствованием способов взаимодействия интернет-пользователей с IT-продуктом, созданием его привлекательного интерфейса и внешнего вида;

- IT-евангелист – специалист, отвечающий за продвижение программных продуктов;

- нейромаркетолог – специалист, который занимается исследованием предпочтений человека и причин принятия решений с помощью знаний по нейрофизиологии;

- аналитик Big Data (специалист по работе с большими данными) – специалист, который изучает большие массивы данных в различных сферах жизни, формулирует тенденции, выделяет тренды и прогнозирует дальнейшее развитие сложных систем, осуществляет анализ и прогнозирование потребительского поведения, сегментацию клиентской базы (кластеризация, классификация, моделирование, прогнозирование);

- аккаунт-менеджер – специалист, который работает с клиентами и обеспечивает их лояльность, выявляет потенциальных клиентов, осуществляет анализ потребностей клиентов, их уровень и направленность;

- когнитивный копирайтер – специалист, который пишет тексты для ботов и других диалоговых интерфейсов, анализирует маркетинговые и диджитал-тренды, осуществляет веб-аналитику и выделение слов, по которым пользователи ищут ту или иную тему;

- маркетолог в области «умных технологий» – стратег, который занимается исследованием, прогнозированием и созданием потребностей населения в области «умных технологий». Кроме того, специалист в этой области может заниматься адаптацией «умных технологий» к собственной профессии – продаже товаров и услуг;

- специалист по таргетированному PR – формулирует задачи для исследований целевой аудитории с применением технологий Big Data и искусственного интеллекта;

- специалист по электронной коммерции – занимается системой торговли через Интернет посредством интернет-магазинов, приложений и других сервисов.

Потребности рынка в специалистах-маркетологах обусловили необходимость в их специальной профессиональной подготовке. Несмотря на значительные масштабы подготовки специалистов в системе высшего образования, до настоящего времени она, по мнению экспертов, не полностью соответствует социальному заказу, потенциальные работодатели не удовлетворены уровнем компетентности выпускников УВО по экономическим специальностям для решения новых задач, обусловленных спецификой современной экономики.

Научная направленность обучения в магистратуре 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 исследуемых проблем 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 [13].

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. Обучение в магистратуре должно моделировать отдельные этапы выполнения инновационных проектов. В частности, практика магистрантов должна проводиться в организациях различной сферы деятельности и структурных подразделениях учреждения высшего образования, а также в инновационных и научно-образовательных центрах.

Ключевыми сферами профессиональной деятельности будущих магистров экономического профиля являются научно-исследовательская, инновационная, организационно-управленческая, аналитическая и проектная деятельность в различных областях экономики и бизнеса на уровне управления предприятиями или их структурными подразделениями.

Вместе с тем, как показала практика, имеется ряд проблем в сфере подготовки специалистов в магистратуре. В настоящее время современная специфика высшего образования Республики Беларусь заключается в увеличивающемся разрыве между качеством образования и ростом требований к компетенциям специалистов. Выявлены противоречия между ожидаемыми со стороны бизнес-структур результатами подготовки студентов к профессиональной деятельности и степени их удовлетворения уровнем квалификации выпускников магистратуры. Значимой проблемой является выявленное несоответствие программ и технологий обучения студентов по специальностям экономического профиля в учреждениях высшего образования потребностям рынка труда самих обучающихся, касающееся уровня владения ими профессиональной компетентностью. Актуальной проблемой остается проведение постоянного мониторинга требований работодателей к выпускникам магистратуры, что обусловлено необходимостью адаптации процесса обучения специалистов к требованиям рынка труда с учетом формирования необходимых профессиональных компетенций, обеспечивающих эффективную инновационную деятельность отечественных предприятий Республики Беларусь.

В современном образовательном пространстве высшей школы все более заметной тенденцией становится развитие и внедрение дистанционного компонента образования, обеспечивающего доступность, эффективность и качество высшего профессионального образования в целом. Серьезная проблема сегодняшнего онлайн-образования Республики Беларусь – недостаток качественного контента, позволяющего обучающимся самостоятельно получать знания. Онлайн-курсы создаются в рамках отдельных учебных заведений и зачастую хранятся в них «за семью печатями».

Использование технологий дистанционного образовательного взаимодействия дает широкие возможности для управления учебной деятельностью, формирует новый характер взаимодействия преподавателя и обучающегося [12].

Важным фактором выбора цифровых образовательных технологий для университета является совокупность предлагаемых в учебном процессе педагогических методов и приемов. Развитие рынка электронного обучения в Республике Беларусь отстает от мирового рынка, в том числе на уровне государственной поддержки и централизованной организации процесса развития отрасли.

Отработка нормативно-правового обеспечения позволит УВО и обучающимся формировать индивидуальные образовательные траектории, использовать онлайн-курсы с привлечением преподавателей и передовых практик, что существенно повысит качество высшего образования.

Возможность получения работы после прохождения онлайн-курсов – еще один из стимулов развития системы онлайн-обучения в магистратуре. Такая возможность повышает мотивацию поступления в магистратуру, помогает найти работу, соответствующую запросам общества.

Применение дистанционных образовательных технологий в магистратуре способствует решению следующих задач: повышение учебной мотивации у обучающегося; развитие познавательной активности обучающихся через умение работать с различными дополнительными источниками информации, используя технические возможности компьютера и сети «Интернет»; стимулирование самостоятельности обучающихся в учебном процессе.

Грамотное сочетание дистанционных и традиционных образовательных технологий дает очевидные результаты, главный из которых – повышение учебной мотивации. Бесспорно, использование дистанционных образовательных технологий в традиционном обучении помогает создать атмосферу взаимного сотрудничества, позволяет магистранту почувствовать поддержку со стороны преподавателя, способствует установлению более доверительных отношений между участниками образовательного процесса и, таким образом, индивидуализации обучения. В сегодняшнем понимании дистанционные курсы не замещают традиционные, скорее являются частью смешанных программ. Следующий шаг в системе белорусского образования – осознание того, что в основе

тренда развития дистанционного обучения лежит идея реализации модели мотивированного самообразования как непрерывного.

В свою очередь преподавателям нужно соответствовать требованиям времени. И поэтому необходимо научить педагогов использовать, создавать и оценивать онлайн-курсы. Ресурсными центрами могут быть образовательные учреждения, образовательный, кадровый и материально-технический потенциал которых достаточен для удовлетворения образовательных потребностей студентов УВО. Каждое УВО должно стать ресурсным центром обучения с использованием цифровых образовательных технологий, вокруг которого должна быть сформирована образовательная сеть, обладающая образовательными, кадровыми, функциональными, техническими ресурсами.

Первоочередного решения требует совершенствование системы управления и организация подготовки магистров по специальности «Маркетинг». К данным аспектам управления подготовкой магистров 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, получения и обработки информации для поставленных задач и проверки адекватности математических зависимостей; провести детальный анализ организации процесса повышения квалификации в магистратуре учреждений высшего образования 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.).

Алгоритм подготовки магистров по специальности «Маркетинг» представляет собой схему пошаговых действий, определяющих последовательность шагов, выполняемых в ходе подготовки магистров по специальности «Маркетинг», а именно: расчет потребности в кадрах от выпуска магистрантов по специальности «Маркетинг», подготовка (корректировка) руководящих документов, организация (совершенствование) процесса обучения в магистратуре, подготовка к защите диссертации и сама защита.

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. Данные задачи необходимо решать с позиций требований утвержденного образовательного стандарта высшего образования по специальности «Маркетинг», в котором основой является формирование у выпускников необходимых компетенций.

Для повышения качества подготовки специалиста-маркетолога с учетом требований образовательного стандарта высшего образования по специальности «Маркетинг» и работодателей 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 магистратуры.

Как показывает практика, компетенции, необходимые маркетологу, могут быть освоены только при приближении характера учебной деятельности к инновационной и методической поддержке самостоятельной работы магистрантов, немаловажную роль в которой играет научно-исследовательская практика и самостоятельное изучение учебных дисциплин. При прохождении практики у магистрантов повышается инновационная активность, стремление к самореализации через инновационную деятельность и происходит постепенное формирование готовности к работе в сфере маркетинга.

Финальным этапом подтверждения полученной квалификации является магистерская диссертация. Магистерская диссертация представляет собой законченную теоретическую или экспери-

ментальную научно-исследовательскую работу, связанную с решением актуальных задач, определяемых особенностями подготовки по конкретной магистерской программе направления «Маркетинг».

Совершенствование системы управления подготовкой магистров позволяет реализовать требования, предъявляемые при подготовке магистров по специальности «Маркетинг», а также повысить уровень обучаемости магистров в образовательных учреждениях Республики Беларусь. Повышение уровня системы управления подготовкой магистров, создание необходимых условий для внедрения инновационных подходов в обучении магистрантов обуславливают необходимость решения следующих задач: 1) изучение и внедрение передового зарубежного и отечественного опыта подготовки высококвалифицированных специалистов, ориентированных на инновации; 2) формирование необходимых профессиональных компетенций специалистов в соответствии с требованиями работодателей; 3) своевременная переподготовка и повышение квалификации профессорско-преподавательского состава учреждений высшего образования с учетом современных подходов и технологий обучения в магистратуре; 4) создание инновационно ориентированных образовательных программ, технологий и продуктов, виртуальных и сетевых форм обучения для магистрантов; 5) реализация с использованием бюджетного финансирования и средств учебных заведений инновационных проектов по использованию элементов дистанционного обучения в программах магистерской подготовки на базе ведущих вузов Республики Беларусь; 6) внедрение в учреждениях высшего образования новых специальностей и магистерских программ, отражающих потребности рынка образовательных услуг Республики Беларусь; 7) формирование системы опережающей подготовки специалистов для сегментов быстрого экономического роста, в том числе наукоемких отраслей, высокотехнологичных сфер деятельности и производств.

В связи с тем, что в современном обществе, когда промышленность и прочие сферы развиваются на новом уровне с органичным включением информационных технологий, программирования, автоматизации, особую актуальность приобретает реализация новых подходов и в подготовке педагогических кадров для высшей школы Республики Беларусь. Новые компетенции должны быть сформированы и у профессорско-преподавательского состава, чтобы в полной мере соответствовать требованиям «цифровой экономики».

Решение данных задач в системе магистерского образования позволит поднять на новый качественный уровень подготовку специалистов высшей квалификации для инновационной экономики Республики Беларусь; удовлетворить потребности рынка труда в кадрах необходимой квалификации.

Заключение

Таким образом, развитие рынка образовательных услуг и совершенствование национальной системы магистерского образования позволит обеспечить формирование и повышение интеллектуального потенциала страны, отвечающего вызовам современного общества, и активно влиять на конкурентоспособность экономики Республики Беларусь. Использование оптимальных форм взаимодействия образования, науки и производства, ориентированных на формирование необходимых профессиональных компетенций у выпускников магистратуры, позволит укрепить кадровый потенциал страны, обеспечит органичное вхождение в европейское образовательное пространство, не теряя достижений и традиций отечественной высшей школы.

Список использованной литературы

1. **Кодекс** Республики Беларусь об образовании : принят Палатой представителей 2 дек. 2010 г. : одобр. Советом Респ. 22 дек. 2010 г. – Минск : Амалфея, 2011. – 496 с.
2. **Концептуальные** подходы к развитию системы образования Республики Беларусь до 2020 года и на перспективу до 2030 года / Министерство образования Республики Беларусь. – Минск : Нац. ин-т образования, 2018. – 37 с.
3. **Байбардина, Т. Н.** Система управления и организация подготовки магистров по специальности «Маркетинг» в современных условиях / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева, Л. С. Наливайко // Потребит. кооп. – 2019. – № 1. – С. 55–63.
4. **Байбардина, Т. Н.** Состояние и тенденции развития рынка образовательных услуг второй степени высшего образования по специальности «Маркетинг» / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева, Л. С. Наливайко // Экономика. Бизнес. Финансы. – 2019. – № 10. – С. 3–10.

5. **QS World University Rankings** [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.topuniversities.com>. – Date of access : 29.12.2020.
6. **Об утверждении** Изменения № 27 Общегосударственного классификатора Республики Беларусь ОКРБ 011-2009 «Специальности и квалификации» : постановление М-ва образования Респ. Беларусь от 17 дек. 2018 г. № 122 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2020.
7. **Статистический сборник** «Образование в Республике Беларусь». – Минск : ИВЦ Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2018. – 219 с.
8. **Global Flow of Tertiary-Level Students** [Electronic resource]. – Mode of access : <http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow>. – Date of access : 29.01.2021.
9. **Образование** в Республике Беларусь (2019/2020 учебный год) : стат. бюл. – Минск : Главный информационно-аналитический центр М-ва образования Респ. Беларусь, 2019. – 48 с.
10. **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.
11. **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.
12. **Кущева, Н. Б.** Современная цифровая образовательная среда в высшем образовании России / Н. Б. Кущева, В. И. Терехова // Проблемы современной экономики: евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2018. – № 1 (64).– С. 191–194.
13. **Устиненко, Я.** Анализ реформирования политики высшего образования Беларуси на примере решения актуальных вызовов и проблем сферы в период с 2010 по 2016 гг. Аналитический документ / Я. Устиненко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://sympa-by.eu/sites/default/files/library/analiz_formirovaniya_politiki_v_oblasti_vysshego_obrazovaniya.pdf. – Дата доступа : 29.12.2020.

Получено 05.03.2021.