



УДК 658.8(075.8)

*Щербань В.М., кандидат технічних наук, доцент
Східноєвропейський університет економіки і менеджменту*

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЙНІ ПРОПОЗИЦІЇ З УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ У ВНЗ НЕДЕРЖАВНОЇ ФОРМИ ВЛАСНОСТІ

Запропоновано методологічні підходи удосконалення організації навчального процесу у ВНЗ недержавної форми власності з метою оптимізації економічних показників по забезпеченню магістерського рівня навчання. Визначено місце та взаємозв'язок державних та недержавних програм навчання та навчальних планів. Розроблено пропозиції з маркетингового забезпечення підготовки фахівців ОКР „магістр” та алгоритми (організаційні схеми), за використанням яких можна організувати та здійснювати таку підготовку.

Ключові слова: *маркетинг, менеджмент, освіта, магістратура, економіка, підприємство, галузь, міністерство, вищий навчальний заклад (ВНЗ).*



ВСТУП

Процес удосконалення системи забезпечення освітніх послуг в Україні триває. Цей процес є похідною від загальних трансформаційних перетворень суспільно-економічного устрою країни. Проблеми, які виникли „завдяки” трансформаційних перетворень у галузі освіти України, є предметом пильної уваги як з боку споживачів, так і, головним чином, з боку працівників галузі – освітян від вчителя до міністра.

Важливим питанням у межах загальної проблеми освіти, є питання з організації та управління її вищим рівнем, який забезпечують ВНЗ III – IV рівнів акредитації. Навколо цього питання останнім часом точиться багато розмов, друкується багато публікації, проводяться семінари, в тому числі під егідою Української Асоціації Маркетингу серед представників мікро- середовища українських ВНЗ. Для України ця проблема ускладнюється ще й фактом приєднання до Болонської конвенції та необхідністю виконання основних положень Декларації цієї конвенції, які дуже змістовно висвітлені у публікації М.В. Крикунова [1]. Для розв’язання певної частки питань (навіть лівової) організації навчання за III та IV рівнем акредитації на ґрунті положень закону „Про вищу освіту” за останні роки розроблено низку нормативних документів: галузевий стандарт „ДСТУ 1.5 – 93. Державна система стандартів України. Загальні вимоги до побудови, викладу і оформлення та змісту стандартів”; „Освітньо-кваліфікаційні характеристики”; „Освітньо-професійні програми”; типові навчальні плани тощо [2].

Значний внесок у процес розв’язання та теоретично-практичного забезпечення проблеми удосконалення системи вищої освіти вносять провідні фахівці у галузі освіти [3, 4, 5, 6]. Автор даної роботи також намагався внести деякі пропозиції щоб, хоча би частково, допомогти вирішенню вказаної проблеми [7, 8].

Реалії сьогодення вимагають від керівництва вищою освітою країни чіткого визначення характерних ознак випускників вищого рівня підготовки ВНЗ – магістрів. Виходячи із цього у даній роботі було прийнято за мету – визначення та оцінка існуючих умов, згідно стандарту, щодо організації, реалізації та контролю процесу підготовки фахівців з маркетингу на магістерському рівні.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Зробити аналіз методологічних підходів організації навчального процесу у ВНЗ недержавної форми власності. Визначити місце та взаємозв’язок державних та недержавних програм навчання та навчальних планів. Внести пропозиції з маркетингового забезпечення



підготовки фахівців ОКР «магістр» та алгоритм здійснення такої підготовки.

Метою дослідження є маркетингові інноваційні пропозиції з удосконалення економічного механізму організації навчального процесу у ВНЗ недержавної форми власності.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Основне завдання роботи полягає у розробці та обґрунтуванні певних пропозицій щодо удосконалення цього процесу підготовки.

Якщо провести аналіз публікацій з проблеми що розглядається (у тому числі тих, які наведено у переліку джерел), то можна визначити певний список зауважень стосовно процесу підготовки магістрів, у тому числі з маркетингу, на поточний стан.

Деякі із цих зауважень: більшість ВНЗ пропонують одну й ту саму основну спеціальність без спеціалізацій; перевантаження непотрібними дисциплінами гуманітарного та природничо-наукового блоків навчальних планів; обмежена ємність часу на вивчення дисциплін у блоці професійної підготовки; якість навчальних курсів не задовольняє потреби бізнесу тощо.

В основному ці зауваження визначають ситуацію з підготовкою бакалаврів. Але стала ідеологія підготовки магістрів сьогодні майже відсутня. Певним чином це пояснюється невизначеністю на законодавчому рівні понять „спеціаліст, магістр”, або „спеціаліст – магістр”. Хоча у стандарті МОН України за №304 від 13.04.2004 сформовано наповнення рівня знань як для визначення „спеціаліст”, так і для визначення „магістр”, все ж таки чіткої розподільної межі між цими рівнями не зроблено, що підкріплює порівняння виробничих функцій фахівця-маркетолога на вказаних рівнях. Це, по-перше. (До речі, виробничі функції між рівнем „бакалавр” та „спеціаліст” взагалі збігаються). По-друге, головний документ, що забезпечує підготовку фахівця, - навчальний план, за набором дисциплін фахового блоку також збігається повністю. Тому, понятійний аспект, що визначає інформаційне наповнення фахового блоку „магістра” є не визначеним і, як слідство, не зрозумілим.

Також залишається невизначеним термін навчання магістрів, відсоткова частка ліцензійного обсягу від кількості випуску бакалаврів та, і це є головним, наявність практичного досвіду роботи після закінчення бакалаврського навчання.

Для розв’язання певної кількості питань з проблеми організації підготовки магістрів далі наведено обґрунтування та заходи щодо реалізації двох пропозицій. Перша пропозиція стосується організації підготовки магістрів на рівні МОН України (схема рис. 1). Друга – на рівні певного ВНЗ (схема рис. 2).



Рис. 1. Алгоритм підготовки магістрів згідно з ОПІ МОН України

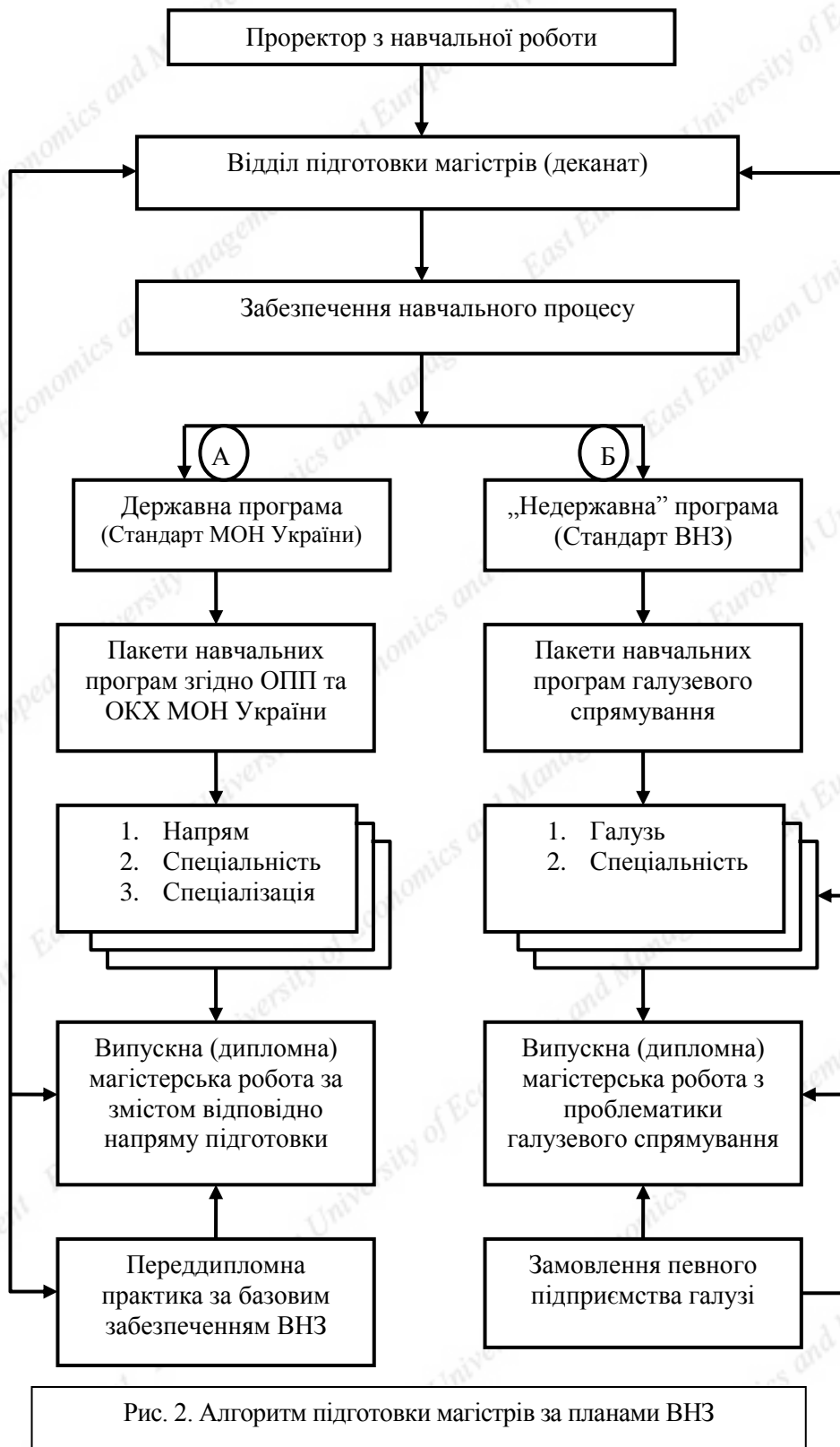


Рис. 2. Алгоритм підготовки магістрів за планами ВНЗ



Алгоритм, що поданий на схемі рис. 1, передбачає організацію двох напрямків підготовки магістрів та управління ними. Перший напрямок спрямований на реалізацію Державної програми навчання. Ця програма передбачає наявність державного замовлення у кількісному виразі за ланцюгом: підприємства → галузеве міністерство → міністерство праці і соціальної політики → МОН України → ВНЗ. Зворотній напрямок → гарантоване працевлаштування (навіть обов'язкове) всіх випускників з дипломами магістрів на базі підприємства – замовника. Ця процедура юридично підкріплюється затвердженими угодами: підприємство – ВНЗ; ВНЗ – студент; студент – підприємство. Відповідальність за виконання умов угоди – тристороння. Самостійне працевлаштування випускників ВНЗ, за невиконанням умов угоди, тільки у конче винятковому випадку. Далі реалізується стандартна процедура навчання: навчальний план, що затверджений МОН, містить встановлений науково-методичною комісією з певного напрямку набір дисциплін; ОКХ та ОПП напрямку, робочий навчальний план ВНЗ для конкретної спеціальності / спеціалізації; база практики для проходження переддипломної практики (можливо на теренах підприємства-замовника); випускна магістерська робота за методикою деканату (рис. 2, варіант "А"). Навчання за цим алгоритмом для студента категорично безкоштовне (Державне замовлення)! Термін навчання та наявність практичного досвіду (стажу роботи) визначає МОН України згідно вимог закону „Про освіту” та Конституції України.

Організація підготовки за другим варіантом „Б” передбачає використання „недержавної” програми навчання. Тобто ця навчальна програма розробляється за умов внутрішнього стандарту певного ВНЗ. Причому, заздалегідь, вона має чітке галузеве спрямування і відповідне міністерство є замовником для ВНЗ на підготовку магістрів. Воно визначає потрібну кількість фахівців для забезпечення вимог у висококваліфікованих кадрах підпорядкованих йому підприємств. На періодичній або постійній основі галузеве міністерство оголошує конкурс серед працівників підпорядкованих підприємств на навчання у магістратурі за відповідною спеціальністю, що мають дипломи бакалаврів або спеціалістів. Претенденти на навчання повинні мати практичний стаж роботи у галузі не менш, ніж два роки. Кількість вакансій визначає міністерство. Воно ж оплачує навчання. Термін навчання за „недержавною” програмою повинен бути не менше п'яти семестрів – чотири семестри теоретичне, п'ятий семестр для виконання випускної роботи. Навчальний план на чотири семестри розробляють фахівці ВНЗ максимально наближаючи його зміст (набір дисциплін) до галузевої специфіки, навіть з урахуванням вимог конкретних підприємств. У кожному семестрі повинно бути не більше п'яти



дисциплін, причому кожна дисципліна повинна вивчатися не менше двох семестрів. План повинен передбачати виконання 1 – 2 курсових робіт щосеместрово. Зміст та спрямування курсових робіт повинні ґрунтуватися на проблемах підприємств галузі. Кожна курсова робота повинна стати часткою (розділом, параграфом) випускної роботи. Тому всі курсові виконуються на базі певного підприємства галузі. Саме це підприємство і буде базою практики як для виконання курсових робіт, так і для випускної магістерської роботи. На цьому ж підприємстві організуються захисти магістерських робіт. У складі ДЕК повинні бути представники від базового підприємства. Контроль виконання процесу підготовки за варіантом „Б”- подвійний. З одного боку контроль „Б” здійснює деканат ВНЗ, з другого – підприємство - замовник. Якщо студент навчався на стаціонарній формі – він повертається на роботу на базу підприємства – замовника, якщо на заочній – він працює весь час навчання без відриву від виробництва і після одержання магістерського диплому залишається працювати на підприємстві (установі, фірмі тощо).

ВИСНОВКИ

Організація підготовки фахівців за магістерським рівнем потребує вирішення наступних завдань:

- 1) чіткого, законодавчого визначення поняття „магістр” та наповнення цього навчального рівня певним набором знань, умінь, функцій за галузевим спрямуванням;
- 2) організацію навчання здійснювати за двома варіантами програм – суто державним, та „недержавним” з чіткою галузевою специфікою;
- 3) процес навчання, його наповнення та реалізація для кожного варіанту „А”, „Б” регламентується або МОН України, або певним галузевим міністерством;
- 4) диплом магістра для обох варіантів повинен бути одного – державного зразку.

SUMMARY

Methodological approaches of improvement of organization of educational process are offered in higher educational establishments of unstate form of ownness with the purpose of optimization of economic them indexes on providing of master's degree level of studies. Certainly place and intercommunication of the government and unstate programs of studies and curricula. Suggestions are developed on the marketing providing of preparation master's degree and algorithms (organizational charts) after the use of which it is possible to organize and carry out such preparation.



СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Крикунов М.В. МВА в системі європейської та української бізнес-освіти // Маркетинг в Україні. – 2003. – №4 (20). – С. 43 – 47.
2. Павленко А.Ф., Кардаш В.Я., Пилипчук В.П. Призначення і зміст освітньо-кваліфікаційної характеристики фахівців з маркетингу // Маркетинг в Україні. – 2003. – №1 (17). – С. 53 – 60.
3. Решетілова Т.Б. Методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності ВНЗ // Маркетинг в Україні. – 2005. – №3 (31). – С. 6 – 8.
4. Карпенко Н.В. Удосконалення підготовки магістрів з маркетингу відповідно до міжнародних стандартів // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 4.
5. Оболенська Т.Є. Маркетинг освітніх послуг: Автореф. дис. ... доктора економічних наук. – Харків, 2000.
6. Професійна освіта в маркетингу: освітньо-кваліфікаційні вимоги // Матеріали робочого семінару ВГО „Українська асоціація маркетингу”, м. Київ, 23-24 червня 2005 року / Під науковою редакцією Лилик І.В., Лилик С.В. – К.: Українська асоціація маркетингу, 2005. – 68 с.
7. Щербань В.М. Напрями стратегічного розвитку вищого навчального закладу // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. – 2003. – № 1(20). – С. 107 – 111.
8. Щербань В.М. Маркетингове реформування вищої освіти в Україні // Проблеми науки: Міжгалузевий науково-технічний журнал. – 2002. – № 11. – С. 56 – 59.

Надійшла до редакції 17 вересня 2008 р.