

До 80-річчя КНУТД, 10-річчя кафедри маркетингу

МІЖНАРОДНИЙ СЕМІНАР

В Київському національному університеті технологій та дизайну (КНУТД) 16 квітня 2010 р. відбувся Міжнародний науково-методичний семінар «Сучасні інформаційно-комунікаційні технології навчання», організатори якого – кафедри економічної кібернетики, маркетингу та іноземних мов інженерно-економічного факультету (ІЕФ).



З вітальним словом до численних учасників та гостей семінару звернулася проректор КНУТД з науково-педагогічної роботи **Ольга Олександрівна Бондаренко**. Вона наголосила на тому, що у XXI столітті підвищення якості підготовки фахівців неможливе без застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Особливої актуальності набуває також формування у студентів комунікативних здібностей, бо ефективні міжособистісні контакти сприяють обміну досвідом й дають змогу постійно підвищувати якість роботи.

Проректор зазначила, що в рамках семінару його учасники матимуть змогу обмінятися творчими та методичними напрацюваннями, намітити перспективи подальшої співпраці, а це створить підґрунтя для взаємного збагачення та впевненого руху вперед.

Важливо, що на заході присутні багато студентів: це, безперечно, найкраща частина студентської молоді. З якою учасники семінару небезпідставно пов'язують свої надії на майбутнє.

На завершення свого виступу О.О. Бондаренко оголосила подяку кафедрі маркетингу за вагомий внесок у забезпечення профільної підготовки студентів та з нагоди 10-річного ювілею кафедри вручила грамоту від ректора КНУТД професора О.І. Волкова.

◆ Загальну характеристику сучасного стану та перспектив впровадження інформаційно-комунікаційних технологій навчання в КНУТД надав у своєму виступі проректор КНУТД з науково-навчальної роботи, д-р техн. наук, професор **Ігор Васильович Панасюк**. Він підкреслив, що саме застосування інформаційно-комунікаційних технологій навчання сьогодні слід розглядати як провідний чинник забезпечення конкурентоспроможності майбутніх фахівців на ринку праці. Університет має певні здобутки в даному напрямі.



Так, комп'ютерний парк вищого навчального закладу за 7 останніх років збільшився в 1,5 рази і налічує 1100 комп'ютерів. Кількість комп'ютерних класів за цей же період зросла вдвічі; в університеті функціонує 41 комп'ютерний клас, причому всі вони з'єднані у єдину інтегровану мережу, до якої входять 450 комп'ютерів безпосередньо в університеті й близько 600 – у 5 гуртожитках.

Створено локальний центр організації дистанційного навчання. За дистанційною формою тепер навчаються 50 студентів спеціальності «Менеджмент», в основному із Західного регіону (Львів та Львівська область). Кожний студент має власну поштову скриньку, ключ доступу до отримання електронних навчальних матеріалів та дистанційних консультацій викладачів.

Важливим елементом, що забезпечує підвищення якості навчання, є бібліотека. В бібліотеці КНУТД для пошуку необхідних науково-інформаційних ресурсів використовують систему ІРБІС.

Існує також спеціальний Web-сайт бібліотеки та електронний каталог, до якого є доступ з університетської локальної мережі. В бібліотеці наявні електронні робочі місця; створено базу даних методичних і наукових розробок, що налічує 1719 записів.

Впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в університеті перебуває нині в стадії активного розвитку, основними напрямками якого слід вважати:

- 1) Розширення університетської комп'ютерної мережі та забезпечення зручного доступу до неї.
- 2) Вдосконалення електронних ресурсів, якими бібліотека забезпечує студентів і викладачів.
- 3) Поширення дистанційної форми навчання, сприяння інтерактивному спілкуванню студентів з викладачами.

◆ Виступ Генерального директора Всеукраїнської громадської організації «Українська Асоціація Маркетингу (УАМ)» – національного представника ESOMAR в Україні – заступника головного редактора журналу «Маркетинг в Україні», канд. екон. наук, доцента **Ірини Вікторівни Лилик** було присвячено досвіду організації спільних проєктів УАМ та кафедри маркетингу КНУТД.

Так, за період 2000–2010 рр. в КНУТД за сприяння УАМ проведено декілька круглих столів – зустрічей викладачів, науковців та фахівців-практиків. Це, зокрема:

- ✓ «Українська легка промисловість: позиції вітчизняних виробників на ринку одягу» (19.06.01)
- ✓ «Ринок взуття в Україні: сучасний стан та перспективи» (30.11.01)
- ✓ «Легка промисловість України: питання захисту національного товаровиробника» (22.04.04)
- ✓ «Легка промисловість: партнерство та конкуренція на ринку одягу» (26.04.07).



Реалізовано також кілька міжнародних навчальних та дослідницьких проектів. У вересні 2001 р. за фінансової підтримки British Executive Service Overseas (BESO) професор з Великобританії Мартін Девіс провів у КНУТД серію тренінг-семінарів з маркетингу для викладачів і студентів. З лютого 2005 р. при кафедрі маркетингу КНУТД під егідою УАМ плідно працює студентський маркетинговий клуб «М-TEAM»; інформація про діяльність клубу регулярно розміщується на сайті УАМ. В 2006 р. кафедрою маркетингу КНУТД спільно з УАМ проведено дослідження в рамках проекту USAID|БІЗПРО, що фінансується Агентством з міжнародного розвитку США (AMP); тема дослідження – «Діагностика сектору текстильних виробів».

Декан ІЕФ, професор кафедри маркетингу Л.К.Яцишина та завідувач кафедри маркетингу О.І.Лабурцева взяли участь у адаптації в Україні підручника Ф. Котлера, К.Л. Келлера «Маркетинговий менеджмент», який вийшов друком в 2008 р. Тепер ведеться підготовка проекту організації досліджень задоволеності споживачів.

Результати досліджень публікуються в фаховому журналі з економічних наук «Маркетинг в Україні», одним з членів редакційної колегії якого є декан ІЕФ КНУТД Л.К. Яцишина.

На думку І.В. Лилик, співпраця вищих навчальних закладів з профільними професійними асоціаціями суттєво розширює для студентів можливості комунікації з успішними фахівцями-практиками, сприяє набуттю практичного досвіду роботи протягом навчання й, у такий спосіб, підвищенню якості освіти.

◆ Декан інженерно-економічного факультету КНУТД, професор кафедри маркетингу, канд. техн. наук, доцент **Лариса Карпівна Яцишина** розпочала свій виступ словами відомого китайського філософа Конфуція: «Якщо будете плани на 1 рік – посійте зерно, на 10 років – посадіть дерево, на 100 років – надайте освіту».

Важливе питання – якою сьогодні має бути ця освіта, і, зокрема, економічна. Л.К. Яцишина нагадала, що на науково-практичній конференції «Викладання маркетингу: чому і як навчати студентів для роботи в умовах невизначеного підприємницького середовища», що проходила 27.03.09 р. у Навчально-методичному центрі «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», співробітниця однієї з відомих вітчизняних рекрутингових агентцій висловив такі претензії до сучасних випускників вищих навчальних закладів:

- ◆ Загальна безграмотність
- ◆ Недостатній рівень знання англійської мови
- ◆ Невміння працювати з інформацією за змістом

Саме існування зазначених проблем багато в чому визначило тему нинішнього семінару. Студентів потрібно навчити працювати з інформацією, причому не лише для отримання певної суми знань, а й для набуття умінь застосовувати ці знання у практичній діяльності.

◆ Один з випускників КНУТД, *маркетолог* **Богдан Богданов**, який працює у Першому Інвестиційному Банку, розповів: «Під час проведення співбесіди претенденту на посаду в банку вручають ноутбук з певною інформацією англійською мовою, і без додаткових пояснень пропонують скласти відповідний розділ плану маркетингу».

Це добре пояснює, чого саме очікує від випускників сучасний роботодавець.



На семінарі були присутні студенти практично всіх спеціальностей економічного спрямування – економісти, менеджери, маркетологи, фінансисти, обліковці, економічні кібернетики, менеджери сфери послуг. Участь в семінарі допоможе їм визначитися, чому саме у навчанні потрібно приділити найбільшій увазі для того, щоб ніколи не поповнити лави безробітних випускників вищих навчальних закладів.

◆ Проблеми викладання бізнес-дисциплін іноземними мовами розглянула у своєму виступі професор кафедри маркетингу Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, д-р екон. наук, професор **Олена Леонідівна Канищенко**. За її словами, процеси інтернаціоналізації освіти стають дедалі все активнішими. Вітчизняна освіта має достатньо високу якість, проте у разі її визнання на міжнародному рівні виникають дві групи проблем – *по-перше*, реальне визнання якості освіти, і, *по-друге*, формальне визнання дипломів. Розв'язання обох зазначених проблем потребує подальшого поширення викладання іноземними мовами, і насамперед англійською. Зростання попиту на фахівців економічних напрямів з вільним володінням іноземною мовою зумовлене, зокрема, появою в Україні значної кількості представництв іноземних компаній.

Для забезпечення належної якості викладання бізнес-дисциплін іноземними мовами необхідно, в першу чергу, створення адекватних навчальних програм і використання сучасних методик навчання, що апробовані й здобули визнання у західних країнах.

Потрібно уніфікувати сутнісні та формальні (мовні) параметри навчального процесу, забезпечити масове викладання провідних бізнес-курсів іноземними мовами, активніше залучати іноземних викладачів. Існуючий досвід навчання іноземними мовами свідчить про наявність таких проблем, як термінологічна невизначеність, невідповідність переліку нормативних навчальних дисциплін міжнародній практиці, надто висока частка лекцій, що читаються традиційними способами.

Однією з найсуттєвіших проблем залишається недостатній рівень підготовки викладачів, і розв'язати цю проблему досить важко через відсутність досвіду організації міжнародних програм підготовки й підвищення кваліфікації викладачів, високу вартість організаційних заходів, обмеженість доступу викладачів до сучасних джерел інформації (зокрема, до Інтернет-конференцій в режимі реального часу). Зрозуміло, що найчастіше головним обмеженням виступає відсутність відповідної матеріально-технічної бази та фінансової підтримки.

Розв'язання у той чи інший спосіб зазначених проблем дає змогу перейти до другого етапу, а саме до розроблення навчальних курсів іноземними мовами й до публікації відповідних ілюстративних та методичних матеріалів. Завершуватися процес підготовки до викладання бізнес-дисциплін іноземними мовами має стадією легалізації, тобто формальним міжнародним визнанням організації підготовки фахівців.

◆ Великий інтерес присутніх викликала доповідь професора кафедри економічної кібернетики КНУТД, д-ра техн. наук, **Владислава Яковича Рубана** на тему «Актуальні проблеми розвитку освіти», який висунув гіпотезу, що основні проблеми у сфері навчання пов'язані не стільки з технологіями, скільки з самими концепціями навчання.

Перш за все, необхідне усвідомлення самої системи знань. Існує багато різних думок щодо того, чому і як потрібно навчати. Хтось вважає, що у середній школі потрібно навчатися 12 років, хтось – 10; одні міркують, що треба вступати до університету в 11–13 років, інші – у 30. Що саме взяти за основу?

Бертран Рассел вважав, що у разі визначення того, чому саме потрібно навчати, необхідно надати відповіді на 5 запитань: «Де я?»; «Коли я?»; «Що я роблю?»; «Як я це роблю?»; «Чому я це роблю?».

Також доцільно враховувати чотири основні ролі, які може відігравати людина:

- * Людина-особистість
- * Людина в сім'ї
- * Людина на роботі
- * Людина й людство

Ще однією важливою проблемою є усвідомлення особливостей сучасної епохи.

Дейвид Нортон звернув увагу на відмінність інформаційного ресурсу від усіх інших – коли його використовують, його стає більше; отже, знання є гранично невичерпним ресурсом.

Загальний обсяг інформації у світі ще недавно подвоювався кожні 4 роки, а нині – вже кожні 72 дні. Як здобути знання у цьому потоці інформації? Як консолідувати знання людей різних національностей, країн і зробити рушійним ресурсом?

Це і є ключовою проблемою розвитку освіти.

◆ Виконавчий директор Української асоціації підприємств легкої промисловості «Укрлегпром» **Тетяна Леонідівна Замороко** зупинилася на проблемах підготовки фахівців для легкої промисловості. За її словами, роботодавці галузі вбачають у цій сфері дві провідні групи проблем.

По-перше, слід визнати недостатніми обсяги державних замовлень на підготовку фахівців. Зустріти на підприємствах легкої промисловості випускників КНУТД не так вже й просто. Звісно, підготовка фахівців може здійснюватися безпосередньо для підприємств на контрактних засадах, проте можливості роботодавців у цьому напрямі суттєво обмежені чинним трудовим кодексом. Тому нерідко підприємствам доводиться самим готувати для себе кадри.

По-друге, рівень підготовки фахівців у вищих навчальних закладах не завжди відповідає вимогам роботодавців. Легка промисловість тісно пов'язана з модою, що є мінливою й непередбачуваною. Потрібний механізм, який би давав змогу швидко змінювати напрями підготовки і був би прийнятний і для роботодавця, і для вищого навчального закладу.

Для розв'язання зазначених проблем, в першу чергу, необхідно:

- ✓ Розробити й впровадити механізм вивчення реальних потреб галузі у фахівця
- ✓ Привести зміст професійної підготовки у відповідність до вимог роботодавця; визначити тих, хто здатний готувати потрібних фахівців і надати їм кошти для створення відповідної матеріальної бази
- ✓ Здійснювати підготовку робочих кадрів безпосередньо на базі підприємств галузі
- ✓ Позбавити підприємства легкої промисловості обов'язків щодо утримання безробітних, які звільнилися з роботи за власним бажанням

◆ Свої думки з приводу вимог роботодавців до підготовки фахівців у вищих навчальних закладах висловив ще один представник галузевих професійних асоціацій – Президент асоціації меблевиків України **В'ячеслав Ігорович Павлов**. Він зауважив, що перед роботодавцями і українським суспільством в цілому постала велика проблема: вони забули, що таке конкурентоспроможність держави, особистості тощо.

В.І. Павлов подякував викладачам КНУТД, і у їх особі – всій вищій школі України, за те, що система освіти досі залишається достатньо потужною.

Проте, все ж таки: *Хто потрібний?*

Що треба робити студентам?

Ось слушні рекомендації.

По-перше, всі студенти мають усвідомлювати, що єдиною актуальною системою мотивації на сьогодні залишається – «від кінцевого результату». Керівники підприємств чітко враховують, скільки кожна ланка приносить доданої вартості. Час даремного просиджування на роботі минув.

По-друге, студентам потрібно знайти у «Вікіпедії», що таке конкурентоспроможність особистості, й кожного дня читати це визначення. З кожних 1000 підприємців виходить лише один мільйонер. Отже, необхідно визначити свою автентичність – чого саме особа очікує від життя; сприйняти філософію постійного вдосконалення й зростання; до 30 років

отримати дві вищі освіти (бажано гуманітарну й спеціальну), а також здобути хоча б одну конкретну професію. І, звісно, стати експертом у своїй галузі, пройшовши її знизу доверху. Потрібно знати іноземні мови, бо «людина стільки раз людина, скільки вона знає мов». Необхідні працелюбність, порядність, прагнення до життя.

Отже, системі освіти потрібно готувати ті кадри, які дійсно потрібні галузям, збільшувати обсяги держзамовлення, й не випускати фахівців, які не відповідають сучасним вимогам.

◆ Досвідом застосування інформаційно-комунікаційних технологій навчання поділилися гості з Німеччини – керівник міжнародної програми МВА університету прикладних наук м. Есслінген, д-р екон. наук, професор **Гельмут Колерт** та декан факультету менеджменту цього ж університету, д-р екон. наук, професор **Дитмар Фаас**. Зокрема, вони розповіли про практику проведення триденних комп'ютерних симуляцій за участю шести команд студентів, які представляють керівництво шести віртуальних компаній, що конкурують між собою. Крім того, важливою складовою практичного навчання в німецьких вищих навчальних закладах є відеоконференції за участю топ-менеджерів провідних компаній; на таких конференціях студенти мають змогу поставити будь-які запитання представникам бізнесу і отримати кваліфіковані відповіді, як мовиться, «з перших вуст». Проте, на завершення своєї доповіді професори Г. Колерт та Д. Фаас підкреслили, що, на їхню думку, *кращої технології навчання, ніж безпосереднє спілкування викладача й студента («face-to-face»), поки що не винайдено.*

З доповідями на семінарі виступили: завідувач кафедри іноземних мов ІЕФ КНУТД **О.В. Хоменко**; директор банківського центру ІЕФ КНУТД **О.С. Бадзим**; доцент кафедри економічної кібернетики КНУТД **О.І. Синенко**; доцент кафедри фінансів КНУТД **О.В. Субочев**; начальник навчального відділу КНУТД **В.П. Демиденко**; асистент кафедри економічної кібернетики КНУТД **К.К. Писанець**; президент студентського маркетингового клубу «М-TEAM» **Максим Беляк** (група БМР-1-06); члени клубу **Марина Безносюк** та **Аліна Юценко** (група БМР-3-07).

У роботі семінару взяли участь технічний директор представництва компанії «Текстима Експорт-Імпорт ГМБХ» **І.М. Медведчук**; головний редактор науково-виробничого журналу «Легка промисловість» **Т.О. Єрмолаєва** та відповідальний секретар цього ж видання **Г.М. Міміношвілі**; завідувач кафедри економіки, обліку та аудиту КНУТД, д-р екон. наук, професор **А.П. Гречан**; завідувач кафедри менеджменту КНУТД, д-р екон. наук, професор **Ю.В. Гончаров**; завідувач кафедри маркетингу КНУТД, д-р екон. наук, доцент **О.І. Лабурцева**; завідувач кафедри фінансів КНУТД, д-р екон. наук, професор **М.Д. Білик**; завідувач кафедри економічної кібернетики КНУТД, д-р екон. наук, професор **О.Ю. Чубукова**; завідувач кафедри менеджменту сфери послуг КНУТД, д-р екон. наук, професор **І.А. Ігнат'єва**; директор Науково-консалтингового центру КНУТД, канд. екон. наук, доцент **І.О. Тарасенко**; викладачі, фахівці та студенти.

