

6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку державної реєстрації інноваційних проектів і ведення Державного реєстру інноваційних проектів» від 17 вересня 2003 року № 1474.

7. *Бутенко Н. Ю.* Комунікативна майстерність викладача: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2005. — 336 с.

8. *Морозов О. Ф.* Ціна думки — інтелектуальний капітал: Монографія. — Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2005. — 352 с.

9. *Носков В., Кальянов А., Єфросиніна О.* Компетентність як складова підготовки фахівців у гуманітарному вищому навчальному закладі [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

[www.politik.org.ua/magcontent.php3?m=6&n=62&c=1376](http://www.politik.org.ua/magcontent.php3?m=6&n=62&c=1376)

10. *Ченіль Л. К.* Загальні засади інноваційного підвищення якості професійного навчання [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.prof.kiev.ua/mnb13.doc](http://www.prof.kiev.ua/mnb13.doc)

*Д. О. Рзаєв*, старш. викл.,  
*В. І. Куліда*, асист.,  
кафедра інформатики

## **МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ЕКОНОМІКИ РИНКУ ЯК ОСНОВНИЙ АСПЕКТ ВИПЕРЕДЖУВАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ БАКАЛАВРСЬКОГО ТА МАГІСТЕРСЬКОГО РІВНІВ**

Сучасний розвиток науково-технічного прогресу приводить до появи нових спеціальностей та спеціалізацій, а також обумовлює необхідність постійного підвищення професійної кваліфікації фахівців, розширення й оновлення професійних знань, умінь та навичок, одержання нової кваліфікації, нової спеціальності та професії на основі здобутого раніше рівня освітньої та професійної підготовки і набутого практичного досвіду.

Щоб діяльність системи вищої освіти була ефективною, вона має бути не лише науково-педагогічною, але й ще економічною. Тобто на діяльність освітньої установи впливають:

⌘ ринок — специфічна сфера обміну освітніми послугами, де виникають і реалізуються відносини, пов'язані з механізмом задоволення потреб як освітніх установ, так і потенційних слухачів;

⌘ закон України про освіту — нормативно-правові акти, що регламентують діяльність освітніх установ, методологію та методику проведення навчального процесу;

✎ проведення маркетингового дослідження — основні методи, засоби і способи збору інформації через внутрішні та зовнішні джерела інформації.

Також у системі вищої освіти формується та реалізується:

✎ наукова проблема — система наукових фактів (не відомих раніше або уточнення раніше відомих), які послугують для детального дослідження та опрацювання з метою опису цих фактів та подальшого впровадження в наукову, освітню, педагогічну діяльність;

✎ маркетингова стратегія — специфічна сфера обміну послугами, де виникають і реалізуються відносини, пов'язані з механізмом задоволення потреб як освітніх установ, так і потенційних слухачів;

✎ концепція наукових досліджень — напрямок або сфера наукової діяльності освітньої установи;

✎ комплекс освітніх послуг — комплекс послуг (тематичні плани, електронні бібліотеки, бази даних навчально-методичного забезпечення тощо), необхідних для проведення навчального процесу;

✎ наукові винаходи — результат науково-дослідної діяльності, що містить знання невідоме раніше або уточнення відомих раніше, але недостатньо досліджених.

Для забезпечення конкурентної здатності держави на світовому рівні необхідно створити потужну та гнучку систему вищої освіти. При створенні такої системи, окрім проведення процесу навчання, необхідно передбачити такі функціональні елементи діяльності системи: маркетингові дослідження ринку освітніх послуг; маркетингові дослідження стану економіки; проведення реклами; контролю результатів навчання і сертифікації; наукова діяльність освітніх установ.

*Т. І. Решетняк, канд. екон. наук, доц.,  
кафедра стратегії підприємств*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ БАКАЛАВРСЬКОГО ТА МАГІСТЕРСЬКОГО РІВНЯ ПІДГОТОВКИ: ЗАГАЛЬНЕ ТА ОСОБЛИВЕ**

1. Базисом формування інноваційної особистості в межах університетської освіти є науково-дослідна робота студентів. Основними формами науково-дослідної роботи студентів на бакалаврському та магістерському рівні підготовки є реферати,