

з визначення і реалізації маркетингових програм, цінової і збутової політики підприємств, матеріально-технічного забезпечення виробництва тощо. Вони здатні обґрунтовувати інноваційну діяльність фірми, розробляти інформаційне маркетингове забезпечення управління, прогнозувати розвиток кон'юнктури ринку, планувати розвиток та стратегію діяльності фірми.

Високий рівень підготовки випускників факультету маркетингу із суспільно-політичних, загально-економічних, технічних і профільюючих дисциплін забезпечує успішне виконання ними всього комплексу фахових завдань, що створює надійну основу для здійснення успішних ділових операцій підприємств і організацій маркетингової орієнтації.

Маркетинговий підхід у діяльності ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана» дозволяє вирішити ринкові проблеми найбільш раціональним шляхом, своєчасно виявляти ринкові можливості і використовувати їх, планувати і організовувати надання освітніх послуг з урахуванням передбачуваних тенденцій споживчого попиту.

Список використаних джерел

1. Бейкер М. Маркетинг — СПб.: Питер, 2002. — С. 759. (Серія «Бизнес-класс»).
2. Энджел Д. Поведение потребителей. — С-Пб.: Питер ком, 1999. — С. 47. (Серія «теория и практика менеджмента»).
3. Офіційний сайт МОНУ [Electronic Resource] // <http://mon.gov.ua> — Last access: 04.12.2010 — Title from the screen.

Дмитрук С. М., асистент
кафедри управління персоналом та економіки праці

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВЕДЕННЯ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ

Концептуальні основи того, що можна назвати «активним навчанням», були сформовані ще на початку ХХ століття американським філософом і педагогом Джоном Дьюї (John Dewey). Він стверджував, що традиційній системі освіти, заснованій на отриманні і

засвоєнні знань, потрібно протиставити навчання, що базується на засвоєнні нових знань з практичної діяльності та особистого досвіду.

У кінці 1970-х років за результатами дослідження Національної тренінгової лабораторії США була сформована так звана концепція «піраміди навчання». Вона демонструє залежність між методами навчання і ступенем засвоєння матеріалу. Стає очевидно, що класична лекція (монолог викладача, який не супроводжується слайдами і іншими ілюстраціями) — найнефективніший метод навчання: він забезпечує засвоєння в середньому близько 5 % змісту матеріалу. У той же час «активне навчання» (залучення учасників навчального процесу в різні види активної діяльності) дозволяє добитися значно кращих результатів (рис. 1).



Рис. 1. Піраміда навчання (% засвоєння матеріалу)

Щоб мінімізувати недоліки і підвищити ефективність навчання, необхідно використовувати при проведенні занять зі студентами з дисципліни менеджмент персоналу такі методи навчання:

Аналіз ситуацій — виділення з практичної діяльності типових ситуацій. Студенти аналізують ситуації, а потім пропонують свої рішення і формулюють сценарії розвитку подій. При цьому у студентів формується професійне мислення і здатність приймати рішення у ряді типових професійних ситуаціях.

Проект — один з найефективніших методів навчання. Проектуючи розвиток ситуації, аналізуючи дані, студент отримує можливість засвоїти способи виконання відповідних робіт. Групова форма організації навчального проекту змушує студентів органі-

зовувати спільну діяльність і налагоджувати комунікації, тобто навчитися діяти в команді.

Використання інноваційних методів з урахуванням сучасного рівня розвитку інформаційних і комунікаційних технологій у комп'ютерних класах дозволить підвищити ефективність навчання з дисципліни «менеджмент персоналу».

Отже, сучасні методи навчання — це активні методи формування компетенцій, засновані на взаємодії студентів та їх залученні в навчальний процес, а не тільки на пасивному сприйнятті матеріалу.

Завідонова Н. І., старш. викл.,
Копитько Т. В., старш. викл.,
кафедра іноземних мов
факультету управління персоналом та маркетингу

НОВІТНІ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ В СВІТЛІ ВИМОГ КРЕДИТНО-ТРАНСФЕРНОЇ СИСТЕМИ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

У контексті приєднання України до Болонського процесу та європейського мовного простору стало необхідним реформування системи освіти у нашій країні в напрямку гуманістично-інноваційної освіти нового типу, її конкурентоспроможності в світовому освітньому просторі.

Процес реформування освіти є складною, довготривалою справою, але в контексті глобалізації зміни в структурі освіти неминучі, і цей процес європейських реформ дуже швидко просувається вперед.

Кредитно-модульна система, розроблена українськими педагогами ще на початку 1990-х років, передбачає розподіл навчальних курсів на окремі модулі, кожен з яких повинен завершуватися певним видом письмової атестації (переважно — у формі тестів). Такі бюрократичні регулювання виявились особливо складними для гуманітарних спеціальностей, викладання яких не може бути загнано у чіткий формат тестів та розподілу на модулі.

Кредитно-модульній системі як невід'ємному атрибуту Болонської декларації, надаються дві основні функції. Перша — сприяння