

які широко використовують моделювання як метод дослідження (наприклад, вища математика, макро та мікроекономіка, моделювання економіки, системний аналіз, економічна кібернетика тощо) та будуть корисні при проведенні лабораторних робіт та практичних занять.

Підсумовуючи, зауважимо, що було б доцільно включити до навчальних планів вивчення сучасних пакетів комп'ютерного моделювання, зокрема пакету MATLAB. Особливо це важливо для підготовки висококваліфікованих фахівців з економічної кібернетики, менеджерів, фінансових та банківських аналітиків тощо.

Т. Є. Дерев'янченко, канд. екон. наук,
доцент кафедри маркетингу

ВПРОВАДЖЕННЯ ВИРОБНИЧИХ СИТУАЦІЙ ЯК ЗАСІБ АКТИВІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

У світлі Болонського процесу провідним завданням, яке стоїть перед кафедрою маркетингу, є досягнення вищої якості освітніх послуг і забезпечення на цій основі високої конкурентоспроможності випускників із спеціальності «Маркетинг». Особливого значення набуває оволодіння сучасними методами навчання та активізація науково-дослідної роботи з впровадженням її результатів у навчальний процес.

Важливе місце у підготовці фахівців з маркетингу належить «Маркетинговому аудиту» — дисципліні, яка надає змогу студентам оволодіти науково-теоретичними знаннями та практичними навичками з організації і проведення маркетингового аудиту, навчає методологічним та організаційним прийомам його використання за сучасних умов маркетингової діяльності підприємства.

Одним з інструментів підвищення ефективності навчального процесу, який максимально наближає студентів до складних реалій трудової діяльності, є використання ігрових методів навчання, головною метою яких є забезпечення швидкої адаптації майбутніх спеціалістів до жорстких умов ринку праці. Такі методи навчання, як моделювання виробничих ситуацій та ситуаційні розрахункові задачі надзвичайно результативні оскільки не потребують великих витрат часу на підготовку і проведення, досить легко розширюють більшість питань різних тем курсу навчання. Їх застосування ефективно лише тоді, коли вони базуються на фундаментальних науково-дослідних розробках з проблем маркетингового аудиту підприємства.

Виробничі ситуації та ситуаційні розрахункові задачі з дисципліни «Маркетинговий аудит» розроблені за матеріалами проведення маркетингового аудиту низки промислових підприємств верстатобудівної галузі України, науково-дослідних програм КНЕУ в розрізі тем кафедри маркетингу «Стан і розвиток маркетингової діяльності підприємств в умовах реформування економіки України» та «Маркетинговий стратегічний аналіз».

Застосування активних методів навчання у дисципліні «Маркетинговий аудит» надає студентам можливість знати, як результати маркетингового аудиту можуть бути використані підприємством у розробці маркетингової стратегії, прийнятті рішення щодо її зміни або коригування; при створенні коротко- та довгострокових планів маркетингової і виробничої діяльності, оцінюванні їх виконання; при прийнятті рішення щодо товарів, товарних груп, окремих клієнтів тощо (в рамках існуючої маркетингової стратегії); в оцінюванні становища підприємства та його бізнес-середовища.

Таким чином, за умови використання моделювання конкретних виробничих ситуацій основна увага при вивченні дисципліни приділяється постійній орієнтації на практичну корисність отримуваних знань і дозволяє студентові оцінити і розробити прогноз стану та розвитку ринку, визначити позицію підприємства на ньому (або його сегменті); з'ясувати реакцію ринку на маркетингові дії, моделювати закономірності попиту; виявити характеристики економічного і маркетингового потенціалу підприємства, визначити його конкурентоспроможність; забезпечити маркетингове обґрунтування розробки товару, організувати його тестування й оцінювання конкурентоспроможності; дати характеристику потенційних дистриб'юторів відповідно до критеріїв їх вибору; оцінити поведінку й потенційні можливості конкурентів, розробити прогноз їх дій; визначити і зробити прогноз поглядів, поведінки і переваг споживачів; оцінити ймовірність і рівень комерційного ризику.

М. І. Дуба, д-р. екон. наук, професор,
В. М. Дуба, канд. екон. наук, доцент

ЗАСТОСУВАННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИЩІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ОСВІТІ

Модернізація, осучаснення навчального процесу постає важливим заходом підвищення його ефективності для удосконалення вищої економічної освіти, яка, на відміну від інших видів фахової освіти, нині повинна спиратися на такі методи підготовки майбут-