

УДК: 378.018.8:33-051]:374

Олександр Кірдан

д.пед.н., к.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки та соціально-поведінкових наук УДПУ імені Павла Тичини

kirdan_alex@ukr.net

ТЕНДЕНЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАРКЕТОЛОГІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

ТЕНДЕНЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ МАРКЕТОЛОГОВ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ УКРАИНЫ

TRENDS OF PROFESSIONAL TRAINING OF MARKETOLOGISTS IN INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION OF IN UKRAINE

Відповідно до даних ЄДЕБО [4] станом на 11.09.2021 р. 171 суб'єкт освітньої діяльності надавав освітні послуги з підготовки здобувачів вищої освіти початкового (короткого циклу), першого (бакалаврського), другого (магістерського) та третього (освітньо-наукового) рівнів вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг.

Аналіз акредитаційних справ у 2020/2021 н.р. зі спеціальності 075 Маркетинг, що представлені на сайті Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти [1], надав підстави для висновку про домінування освітньої програми «Маркетинг» у закладах вищої освіти України на різних рівнях вищої освіти. Водночас, аналіз спектру акредитованих програм, уможливило висновок, що низка закладів вищої освіти провадить освітню діяльність з підготовки майбутніх маркетологів за освітніми програмами «Маркетинговий менеджмент», «Промисловий маркетинг», «Бізнес-адміністрування і консультування», «Маркетинг товарів та послуг і рекламний бізнес» у розрізі досліджуваної спеціальності.

Завдання дослідження вбачаємо у виокремленні тенденцій професійної підготовки маркетологів у закладах вищої освіти України.

У публікаціях автора [2; 3; 5] деталізовано зміст та особливості удосконалення професійної підготовки майбутніх економістів.

На основі аналізу практики організації освітнього процесу у закладах вищої освіти України, відомостей про самооцінювання освітніх програм спеціальності 075 Маркетинг [1], виокремлено тенденцію модернізації професійної підготовки майбутніх маркетологів, що виявляється у наступності та спадкоємності формування професійних компетентностей на різних рівнях вищої освіти (молодший бакалавр, бакалавр, магістр, доктор філософії), варіативності освітніх компонентів та видів практичної підготовки (назви, обсяг, структурно-логічна схема) тощо. Отже, перша тенденція пов'язана змістовим та організаційним забезпеченням освітнього процесу, орієнтована на неперервність і наступність у професійній підготовці майбутніх маркетологів.

Друга тенденція, виокремлена нами, охоплює інноваційні форми і методи навчання і викладання й узалежнена від викладачів як суб'єктів освітнього процесу; охоплює використання сучасних технологій навчання (тренінг, ситуаційного, контекстного, проблемного тощо) в освітньому процесі. Отже, підвищення якості навчання та викладання у професійній підготовці майбутніх маркетологів зумовлено вимогами часу.

Третя тенденція зумовлена актуалізацією формування «м'яких навичок» в освітньому процесі професійної підготовки майбутніх маркетологів, адже сьогодення пред'являє нові вимоги, пов'язані з мобільністю і готовністю до швидкої зміни діяльності, прийняття самостійних рішень, вибору стратегій професійної діяльності та поведінки; усвідомленням ціннісних орієнтирів. Отже, формування «м'яких навичок» та загальних компетентностей майбутніх маркетологів сприяє підвищенню їхнього особистісно-професійного рівня та усвідомленню необхідності навчання упродовж усього життя.

Отже, для удосконалення процесу професійної підготовки майбутніх маркетологів необхідно: оновлювати зміст маркетингової освіти на основі наукових досягнень та кращих вітчизняних і зарубіжних практик; активно співпрацювати зі стейкхолдерами у визначенні програмних результатів навчання та його змістового наповнення; упроваджувати дуальну освіту та міждисциплінарні освітні програми з підготовки нового покоління маркетологів.

Література

1. Акредитаційні справи зі спеціальності 075 Маркетинг. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти. Режим доступу: <https://public.naq.gov.ua> (Дата звернення: 11.09.2021 р.)
2. Кірдан О.П. Контекстне навчання як сучасний тренд професійної підготовки майбутніх економістів у системі неперервної освіти. *Розвиток освітньої системи: європейський вектор : матеріали II Міжнародної науково-методичної конференції*. ХНУБА. Харків : ФОП Панов А.М., 2019 С. 63-65. <https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/10827>
3. Кірдан О.П. Моделювання інноваційних практик професійної підготовки майбутніх економістів у системі неперервної освіти. *Економіка і менеджмент 2019: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф.*, 18–19 квіт. 2019 р. : у 8 т. Дніпро: Видавець Біла К. О., 2019. С. 55-56. Режим доступу: <https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/10814>
4. Кірдан О.П. Професійна підготовка майбутніх економістів у контексті стандартизації вищої освіти. *Всеукраїнський науково-практичний журнал «Директор школи, ліцею, гімназії» Спеціальний тематичний випуск «Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору»*. №6. Кн.2. Том IV (82). К.: Гнозис, 2018. С. 28–36. Режим доступу: <https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/10823>
5. Підготовка здобувачів вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг. Режим доступу: <https://registry.edbo.gov.ua/search/> (Дата звернення: 11.09.2021 р.)