

окремих країнах світу, зокрема у Німеччині, обов'язковою умовою для отримання гарної роботи у майбутньому є хоча б короткотермінове (рік або півроку) навчання студента за кордоном.

В.А. Волохов, І.В. Волохова

ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

У будь-якій державі освіта є системоутворюючим фактором, а якісна освіта – основою соціокультурного розвитку. На цих постулатах базується і теорія людського капіталу, згідно з якою головна цінність сучасного суспільства є людський капітал, а інвестиції в нього вигідні як їх власнику, так і суспільству загалом.

В умовах трансформації економіки і зростання ролі інноваційних технологій у виробництві освіта стає визначальним фактором і основним засобом перетворення людського потенціалу на якісний людський капітал. Ефективний освітній сектор, який включає вищу освіту, а також відповідає потребам суспільства та ринку праці, дає змогу сформувати у кожної людини здатність швидко адаптуватись до сучасних соціально-економічних реалій, забезпечуючи їй належний життєвий рівень.

Процеси європейської інтеграції охоплюють дедалі більше сфер життєдіяльності, у тому числі вищу освіту. Україна чітко визначила орієнтир на входження в освітній і науковий простір Європи, здійснює модернізацію освітньої діяльності в контексті європейських вимог.

Євроінтеграційні процеси викликають потребу в теоретичному осмисленні проблем укладення європейського науково-освітнього простору, можливостей і перспектив входження в нього національного освітнього простору, зокрема українського. Європейський простір репрезентує, з одного боку, самодостатній цивілізаційний рівень освіти, її відповідність вимогам «суспільства знання», а з іншого – гуманістичні принципи західної цивілізації. Отож, європеїзація національного освітнього простору потребує, по-перше, його різнобічної модернізації, а по-друге – взаємоузгодження європейських світоглядних орієнтирів та національних духовних вартостей, традицій та установок.

Освітня система України до кінця 2016 року буде повністю реформована у межах урядової програми «Пріоритети освіти 2016». У Міністерстві освіти і науки України повідомили, що в цьому році уряд виділив 17,4 млрд грн, що на 600 млн більше, ніж у минулому.

Положеннями програми відзначено, що вища освіта повинна бути фактором підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Основними викликами системи вищої освіти є необхідність забезпечення підготовки кваліфікованих фахівців для ринку праці, перетворення економічної моделі на "економіку, що базується на знаннях", забезпечення інноваційності розвитку системи освіти й економіки, необхідність вищих

навчальних закладів готувати фахівців до вимог ринку праці, збільшення практичних навичок у випускників.

Виходячи з цього реформа повинна торкнутися підняття вимог до якості знань абітурієнтів, визначення пріоритетних галузей знань, механізму формування держзамовлення на підготовку фахівців, зміни концепції забезпечення якості вищої освіти, створення умов для формування освітньо-наукових кластерів, у яких фундаментальна наука повинна підтримуватися прикладними дослідженнями.

Отже, метою реформи вищої освіти є створення привабливої і конкурентоспроможної національної системи вищої освіти України, інтегрованої в європейський простір вищої освіти та європейський дослідницький простір.

А.О. Дергоусова

ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА СТУДЕНТІВ-МАРКЕТОЛОГІВ

Програма підготовки маркетологів у вищих навчальних закладах включає комплекс дисциплін, які дають змогу теоретично засвоїти технології маркетингової діяльності. Але основною проблемою випускників-маркетологів є відсутність практичної підготовки та системного використання теорії на практиці.

Лише при оптимальному поєднанні теорії і практики можливе сприйняття маркетингу. Ступінь оволодіння практичними навичками здебільшого визначається насиченістю навчальної програми підготовки маркетологів курсовими, розрахунковими роботами, які мають прикладний характер. Це і маркетингові дослідження, і проектування рекламних кампаній, і розроблення плану маркетингу тощо. Не менш важливу роль при підготовці фахівців з маркетингу відіграє виробнича професійна практика.

Оскільки, після закінчення ВНЗ випускнику доведеться зіштовхнутися з досвідченими керівниками в галузі маркетингу, важливо показати вміння здійснювати маркетинговий аналіз галузі, зіставляти маркетингові показники і робити на основі досліджень висновки. Керівники саме чекають від маркетологів уміння здійснювати комплексний аналіз поточної ситуації на ринку і прогнозів на найближчу перспективу. І головне для компаній – не гола аналітика, а конкретні цифри, синтезовані за напрямками: товарний асортимент, ціни, канали збуту і просування тощо.

Тобто сьогодні найважливішим завданням при викладанні маркетингових дисциплін є надання можливості студентам реалізувати свої теоретичні знання на практиці.