

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 умінь 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.