

Таким чином, авторами вдосконалено методику розробки робочої програми навчальної дисципліни на засадах використання принципів компетентнісного підходу, що сприяє використанню знань, навичок, особистісних та соціальних спроможностей фахівця з метою забезпечення його безперервного професійного й особистісного розвитку, підтримання соціальної єдності співтовариства, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних трудових ресурсів на світовому ринку праці та покращення загального рівня добробуту і життя.

Література: 1. Круглый стол: проблемы реформирования высшего образования: качество, обучение, кадры, самоуправление // Голос Украины. – 2005. – №106. – С. 16 – 17. 2. 200 років історії Харківського університету. Доповідь ректора Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна В. С. Бакірова на пленарному засіданні наукової конференції 17 листопада 2004 р. // Університети. – 2004. – №4. – С. 4 – 11. 3. Міненко М. Підвищення кваліфікації управлінських кадрів у розвинених європейських країнах: досвід для України // Вісник національної академії державного управління при Президенті України. – 2004. – №4. – С. 464 – 470. 4. Пономаренко В. С. Концептуальні засади розвитку економічного університету // Економіка розвитку. – 2006. – №1(3). – С. 5 – 10. 5. Інструкція щодо складання форм державних статистичних спостережень зі структурної статистики. Державний комітет статистики України. – К., 2006. – 96 с. 6. Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2005. – К. Держспожстандарт України, 2005. – 616 с. 7. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників. Вип. 1: Професії працівників, що є загальними для всіх видів економічної діяльності. Розділ 1: Професії керівників, професіоналів, спеціалістів та технічних службовців. – Харків: Фактор, 2007. – 384 с. 8. Богданович В. Обґрунтування критеріїв оцінки ефективності механізмів державного управління підготовкою молоді до служби в Збройних силах України на контрактній основі / В. Богданович, М. Єжеев, М. Левченко // Вісник національної академії державного управління при Президенті України. – 2004. – №4. – С. 459 – 464.

Стаття надійшла до редакції
6.10.2007 р.

УДК 378.147:658.8-051

Борисенко М. А.

КОМПЕТЕНТНІСНИЙ ПІДХІД У ПІДГОТОВЦІ МАРКЕТОЛОГІВ

The modern system of higher education is oriented on the forming of future specialist's key competencies, that students must gain after studying every educational discipline. Determination of key competencies and appropriate skills, which the graduating students of speciality "Marketing" (educational qualifying level bachelor) must own after the study of discipline "Infrastructure of commodity market", creates pre-conditions in relation to the improvement of both essence of discipline and technology of studies.

На теперішній час одним із ключових факторів конкурентоспроможності сучасних фахівців виступає рівень їхньої компетентності. При цьому головними відмінними складовими такої ком-

петентності є наявність творчих та дослідницьких навичок, вміння вирішувати проблеми. Зважаючи на зміст і спрямованість вітчизняної системи фахової освіти, актуальною постає необхідність упровадження компетентнісного підходу щодо формування її змісту. Нова парадигма вітчизняної освіти має бути орієнтована на формування в майбутнього фахівця потреб у постійному поповненні та оновленні знань, удосконаленні вмінь і навичок, їх закріпленні й перетворенні у фахові компетенції [1].

У вітчизняній системі вищої освіти існувала багаторічна практика складання кваліфікаційних характеристик фахівця, у яких були закріплені вимоги до знань, вмінь та навичок випускників різних спеціальностей. Запровадження компетентнісного підходу зумовлює необхідність визначення й опису професійних компетенцій випускника вищого навчального закладу. Метою даної статті є розгляд компетентнісних засад формування фахівця з маркетингу в аспекті навчальної дисципліни "Інфраструктура товарного ринку".

Зазвичай для визначення "рівня" фахівця використовувався термін "кваліфікація". Головна відмінність компетентного фахівця від кваліфікованого полягає в тому, що перший має не тільки певний рівень знань, вмінь та навичок, а й здатен ініціювати й реалізовувати їх у своїй професійній діяльності. Існує багато точок зору щодо визначення сутності та змісту поняття "компетентність". Деякі дослідники вважають, що засновником компетентнісного підходу був Арістотель, який вивчав можливості стану людини, що позначається грецьким "atere" – "сила, яка розвивалася й удосконалювалася до такого ступеня, що стала характерною властивістю особи" [2, с. 155]. Інші вважають, що поняття "компетентність" і "компетенція" почали використовуватися з 1958 року [3]. На сьогоднішній день поняття "компетентність" та "компетенція" застосовуються як для опису кінцевого результату навчання, так і для опису різних властивостей особистості (що властиві їй або надбані в процесі навчання) [4].

Так, згідно з міжнародною програмою "DeSeCo" [5] ("Визначення й відбір компетентностей: теоретичні та концептуальні засади"), компетентність – це здатність успішно задовольняти індивідуальні та соціальні потреби, діяти й виконувати поставлені завдання. Кожна компетентність побудована на поєднанні взаємовідповідних знань, вмінь і практичних навичок, ставлень та цінностей, поведінкових компонентів, усього того, що особистість може мобілізувати для активної дії.

Англійський психолог Дж. Равен визначає компетентність як специфічну властивість ефективного виконання конкретних дій у предметній галузі, враховуючи вузькопредметні знання, певні предметні навички, способи мислення, усвідомлення відповідальності за свої дії [6]. На його думку, головними факторами, що визначають компетентну поведінку, є наступні: мотивація та здатність брати участь у діяльності високого рівня; готовність брати участь у суб'єктивно значущих діях, наприклад, намагатися вплинути на ситуацію, що склалася у власній організації; готовність і спроможність формувати клімат підтримання та заохочення новаторів; адекватне розуміння того, як функціонує організація і суспільство в цілому, й адекватне сприйняття власної ролі та ролі інших людей в організації і суспільстві; адекватне уявлення щодо ряду понять, пов'язаних з управлінням організацією та суспільством (наприклад, ризик, ефективність, лідерство, відповідальність, підзвітність, комунікація, рівність, демократія та ін.).

Слід відзначити, що при визначенні проблем удосконалення системи освіти та вимог до випускників вищих навчальних закладів широко використовується термін "професійна компетентність", який загалом трактується як готовність і спроможність фахівця приймати ефективні рішення при здійсненні професійної діяльності. Так, на думку Є. Ф. Зее-ра [7], професійна компетентність передбачає не стільки наявність у спеціаліста значного обсягу знань і досвіду, скільки вміння актуалізувати накопичені знання та вміння в необхідний момент і використовувати їх у процесі реалізації своїх професійних функцій. Інше визначення професійної компетентності дає М. М. Нечаєв: "Досконале знання своєї справи,

сутності роботи, що виконується, складних зв'язків, явищ та процесів, можливих способів і засобів досягнення намічених цілей" [8, с. 10].

Таким чином, можна зробити висновок, що компетентний фахівець має володіти внутрішньою мотивацією щодо якісного здійснення своєї професійної діяльності на фоні додержання певних професійних цінностей. Більш того, вимоги сучасного середовища поряд із зазначеним вище вимагають від компетентного фахівця здатності та прагнення аналізувати явища і ситуації навколишнього середовища, аналізувати минулий досвід; передбачення можливих перепон; ініціативності та креативності; здатності підкорятися й підкорювати. Отже, компетентістський підхід освітньої системи має сприяти розвитку в індивіда схильності до усвідомлення тих або інших дій, контролю результатів цих дій та на основі сформованих висновків вивчення існуючої проблеми з метою оцінки ефективності обраної стратегії дій.

Згідно з Тимчасовим положенням "Про організацію навчального процесу в кредитно-модульній системі підготовки фахівців", затвердженого Міністерством освіти і науки України, компетенція – це знання та вміння, які характеризують здатність студента виконувати, розуміти, відображати й пізнавати те, що вимагається освітньо-кваліфікаційною характеристикою (далі ОКХ) фахівця, після завершення процесу навчання. Зміст компетенції визначається ОКХ. У свою чергу, освітньо-кваліфікаційна характеристика спеціаліста є державним нормативним документом, у якому має узагальнюватися зміст освіти, відображатися цілі освітньої та професійної підготовки, визначатися місце фахівця у структурі господарства держави і вимоги до його компетентності, інших соціально важливих властивостей та якостей. З викладеного вище стає очевидним, що саме ті характерні властивості, які є кваліфікаційними для маркетолога, будуть визначати його компетенції. Після закінчення навчання у випускника вищого навчального закладу мають бути сформовані відповідні компетенції, тобто знання та вміння, які характеризують його здатність виконувати, розуміти, відображати й пізнавати те, що вимагається освітньо-кваліфікаційною характеристикою фахівця, після завершення процесу навчання. Для досягнення визначеної мети автор вважає за доцільне розглянути певні аспекти ОКХ спеціаліста з маркетингу в аспекті навчальної дисципліни "Інфраструктура товарного ринку" (далі ІТР).

Згідно з Державним класифікатором видів економічної діяльності (ДК 009-05) [9] визначимо основні види економічної діяльності, які здатен здійснювати фахівець освітньо-кваліфікаційного рівня "бакалавр" після вивчення дисципліни "ІТР" (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація видів економічної діяльності

Код	Вид діяльності
Код G 50	Торгівля автомобілями та мотоциклами, їх технічне обслуговування й ремонт
Код G 51	Оптова торгівля і посередництво в оптовій торгівлі
Код G 52	Роздрібна торгівля; ремонт побутових виробів та предметів особистого вжитку
Код J 67	Допоміжні послуги у сфері фінансового посередництва та страхування
Код K 70.31	Діяльність агентств нерухомості
Код K 72.4	Діяльність, пов'язана з банками даних
Код K 73.20.2	Дослідження й розробки в галузі суспільних робіт
Код K 74.13.0	Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення суспільної думки
Код K 74.14.0	Консультації з питань комерційної діяльності та управління
Код 74.15.0	Управління підприємствами
Код K 74.40	Рекламна діяльність
Код K 74.87	Надання інших комерційних послуг
Код M 80.3	Вища освіта

Означені в табл. 1 види економічної діяльності визначають кваліфікаційний рівень робіт, що виконуються. На первинних засадах спеціаліст з маркетингу здатен самостійно виконувати діагностичні та частково евристичні професійні й соціально-виробничі завдання, робити економічні розрахунки, збирати, систематизувати, нагромаджувати первинну та вторинну інформацію як для виконання закріплених за ним посадових обов'язків, так і для потреб структурного підрозділу, де він працюватиме (табл. 2).

Таблиця 2

Класифікація професій (КП) спеціаліста з маркетингу освітньо-кваліфікаційного рівня "бакалавр" [10]

Код КП	Професійна назва роботи
Професіонали	
2413.1	Науковий співробітник (біржові операції)
2419.1.23667	Науковий співробітник (маркетинг, ефективність підприємництва, раціоналізація виробництва)
2419.2.25371.1	Економіст зі збуту
2419.2	Консультант з ефективності підприємництва
2419.2	Консультант з маркетингу
2419.2	Рекламист
2419.2	Фахівець з ефективності підприємництва
2419.2.18,65	Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)
2419.2.65	Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку
2441.1.23667	Науковий співробітник (економіка)
2441.2.25351.1**	Економіст
2441.2.25362.1	Економіст з матеріально-технічного забезпечення
2441.2.25368.1	Економіст з планування
2441.2	Економічний радник
2441.2.23068	Консультант з економічних питань
2441.2.4191	Оглядач з економічних питань
Фахівці	
3411	Дилери (біржові торговці за свій рахунок) та брокери (посередники) із заставних і фінансових операцій
3419	Інші молодші фахівці в галузі фінансів і торгівлі
3429	Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери
3434	Помічники керівників

Слід відзначити, що дисципліна "Інфраструктура товарного ринку" має передбачити вивчення економічних категорій та закономірностей розвитку, які є основою організаційного оформлення товарно-грошових і натурально-речових відносин у ринковому господарстві. Оскільки, поєднуючи в собі організаційно-правові форми обслуговування товаропотоків, які переміщуються в межах ринкової системи під впливом маркетингових стимулів, ІТР забезпечує еквівалентність ринкового обміну результатами праці та безперервність процесу суспільного відтворення.

Тому означену навчальну дисципліну спрямовано на забезпечення засвоєння та систематизації знань з теорії розвитку й функціонування інфраструктури товарного ринку та передавання досвіду, накопиченого у сфері організації та обслуговування товарного ринку, а також на формування вмінь, навичок і спроможності щодо використання отриманих знань у конкретних умовах та нових ситуаціях.

Отже, базуючись на викладеному вище та на галузевих стандартах освітньо-професійної програми підготовки фахівців магістерського рівня за напрямом 0501 "Економіка і підприємство", автором визначені та деталізовані професійні компетенції фахівця освітньо-кваліфікаційного рівня "бакалавр", які мають бути сформовані після вивчення дисципліни "ІТР" (табл. 3).

Таблиця 3

Професійні компетенції та відповідні їм вміння, якими мають володіти випускники спеціальності "Маркетинг" освітньо-кваліфікаційного рівня "бакалавр" після вивчення навчальної дисципліни "Інфраструктура товарного ринку"

Клас професійних завдань	Компетенції фахівця	Вміння фахівців освітньо-професійного рівня "бакалавр"
1. Планово-проектні	1.1. Здатність до стратегічного маркетингового планування й оперативного планування продуктової, цінової політики, політики розподілу та комунікацій 1.2. Здатність до ініціювання розробки планів запровадження заходів щодо підвищення ефективності діяльності підприємства	1.1.1. Прогнозувати й критично оцінювати можливе розширення/скорочення внутрішнього та зовнішнього ринку. 1.1.2. Визначати оперативні плани розвитку підприємства. 1.1.3. Розробляти перспективні плани ефективного поширення обсягів виробництва та збуту підприємств 1.2.1. Передбачати напрями інноваційного розвитку суспільства та певної галузі зокрема. 1.2.2. Передбачати й запобігати настанню ринкових та фінансових ризиків. 1.2.3. Нормувати виробничі та товарні запаси підприємств. 1.2.4. Розробляти плани підвищення економічної, соціальної та екологічної ефективності діяльності підприємства
2. Організаційні	2.1. Здатність до обґрунтування, організації та здійснення маркетингового забезпечення діяльності підприємства 2.2. Здатність до організації ефективної взаємодії структурних підрозділів підприємства та суб'єктів зовнішнього середовища	2.1.1. Створити та забезпечити здійснення конкретних маркетингових програм. 2.1.2. Організувати реалізацію оперативних планів діяльності підприємства. 2.1.3. Організовувати вивчення оперативної маркетингової інформації щодо поточної товарної пропозиції. 2.1.4. Реалізовувати заходи щодо підвищення економічної, соціальної та екологічної ефективності діяльності підприємства. 2.1.5. Регулювати виробничі та товарні запаси підприємства 2.2.1. Організовувати комерційні зв'язки з торговельно-посередницькими організаціями. 2.2.2. Обґрунтовувати доцільність та забезпечувати ефективність взаємовідносин із зовнішніми організаціями ринкової інфраструктури. 2.2.3. Організовувати та професійно брати участь у біржових торгах
3. Аналітично-інформаційні	3.1. Здатність до аналітичного та інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень	3.1.1. Збирати та обробляти первинну інформацію, яка використовується під час прийняття управлінських рішень. 3.1.2. Виявляти ринкові можливості та цільові ринки підприємства/його товарів. 3.1.3. Забезпечити формування обґрунтованої стратегії просування товару. 3.1.4. Ініціювати дослідження і критичний аналіз чинників зовнішньої та внутрішньої ефективності діяльності підприємства. 3.1.5. Ініціювати розробку та запровадження заходів щодо вдосконалення постачальницько-збутової діяльності підприємства
4. Облікові	4.1. Здатність до обліку та контролю за ефективністю діяльності підприємства	4.1.1. Здійснювати оперативний облік постачальницько-збутової діяльності підприємства та виконання договорів. 4.1.2. Здійснювати оперативний облік руху товарно-матеріальних цінностей, стан використання запасів. 4.1.3. Складати звітність з виконання маркетингових планів підприємства. 4.1.4. Контролювати виконання договірних зобов'язань
5. Соціально-побутові	5.1. Здатність до визначення цільового кола ділових партнерів та формування ефективних партнерських зв'язків 5.2. Здатність до ініціювання безперервності освіти, підвищення кваліфікації та вдосконалення професійної діяльності	5.1.1. Забезпечити встановлення ефективних контактів із потенційними діловими партнерами, формування та підготовку необхідних пакетів документів, угод, договорів. 5.1.2. Організувати інформаційне забезпечення прийняття рішень щодо доцільності ділової співпраці. 5.1.3. Реалізовувати заходи щодо забезпечення збереження довгострокових контактів із стратегічними діловими партнерами 5.2.1. Забезпечити об'єктивну оцінку власного освітньо-професійного потенціалу. 5.2.2. Відстежувати й використовувати новітні наукові та технічні досягнення у сфері маркетингової діяльності. 5.2.3. Ефективно застосовувати організаційні форми підвищення кваліфікації. 5.2.4. Розробляти документальне забезпечення здійснення робіт з організації та здійснення маркетингової діяльності підприємств. 5.2.5. Ініціювати організацію процесу відтворення та ефективного використання людського потенціалу підприємства

Слід зазначити, що забезпечення формування викладачів у табл. 3 професійних компетенцій та відповідних їм вмінь фахівця освітньо-кваліфікаційного рівня "бакалавр" після вивчення навчальної дисципліни "ІТР" потребує відповідних змін системи організації та змісту навчального процесу. Спираючись на поточний досвід академічного викладання навчальної дисципліни "ІТР", можна відзначити доцільність додаткової зміни організації навчального процесу у бік балансування обсягу аудиторних/самостійних та лекційних/практичних занять.

Таким чином, переорієнтація змісту та системи організації навчання відповідно до викладених рекомендацій надасть можливість підвищити рівень вмінь, практичних навичок, самостійності та компетенції майбутніх фахівців з маркетингу.

Література: 1. Байдено В. И. Болонский процесс: структурная реформа высшего образования Европы. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, Российский новый университет, 2003. – 128 с. 2. Зимняя И. А. Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2004 // <http://www.eidos.ru/journal/2006/0504.htm>. 3. Концепция модернизации

российского образования на период до 2010 г. // Модернизация российского образования. Документы и материалы. – М.: Изд. ВШЭ, 2002. – С. 263 – 282. 4. Евдокимова Н. В. Становление понятий "компетентность" и "компетенция" в современной педагогической практике // <http://www.t21.rgups.ru/s1.php>. 5. http://www.portal-stat.admin.ch/deseco/deseco_report.htm. 6. Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация. – М.: Когито-Центр, 2002. – 396 с. 7. Зеер Э. Ф. Психология профессий. – М.: Академический проект, 2003. – 336 с. 8. Нечаев Н. Н. Формирование коммуникативной компетенции как условие становления профессионального сознания специалиста / Н. Н. Нечаев, Г. И. Резницкая // Вестник УРАО. – 2002. – №1. – С. 3 – 21. 9. Национальний Класифікатор України "Класифікація видів економічної діяльності" ДК 009:2005 // <http://ukrstat.kmu.gov.ua/statistics/wsite/niistat/work/klass200n.htm>. 10. Национальний Класифікатор України "Класифікатор професій" ДК 003:2005 // <http://ukrstat.kmu.gov.ua/statistics/wsite/niistat/work/klass200n.htm>. 11. Тимчасове положення "Про організацію навчального процесу в кредитно-модульній системі підготовки фахівців" // Наказ МОН від 21.01.2004. №48.

Стаття надійшла до редакції
8.10.2007 р.