

# ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ У СУМДУ

Ілляшенко Сергій Миколайович  
Сумський державний університет (СумДУ),  
40007, м. Суми, вул. Р.-Корсакова, 2  
тел. (0542) 687-844, e-mail: [isn\\_dom@mail.ru](mailto:isn_dom@mail.ru)

Статистика свідчить, що в останні роки попит на фахівців з маркетингу (як і фахівців з ІТ-технологій) зростає випереджаючими у порівнянні з іншими спеціальностями темпами. Особливо це стосується фахівців-маркетологів, що спеціалізуються в галузі Інтернет-маркетингу.

Своєчасне і адекватне реагування на потреби ринку, прогнозування тенденцій зміни попиту і відповідне коригування навчальних планів є запорукою успіху ВНЗ, який проявляється як високий попит на його випускників на ринку праці. Враховуючи це на кафедрі маркетингу та управління інноваційною діяльністю (УІД) постійно моніториться ринок праці, аналізуються тенденції його розвитку та змін попиту на фахівців з маркетингу різного профілю. Результати моніторингу служать підставою коригування навчальних планів у частині дисциплін за вибором ВНЗ і студента, а також змісту нормативних дисциплін.

Зокрема, введено ряд нових дисциплін, що відображають вимоги ринку праці: "Інтернет-бізнес", "Інтернет-маркетинг", "Маркетинг у банку", "Економіка та маркетинг ЗМІ", "Прогнозування науково-технічного розвитку машин", "Екологічний маркетинг", "Технології проведення ринкових досліджень", "Мерчандайзинг" та ін.

Значної уваги при підготовці маркетологів відводиться науковій складовій. Практично всі студенти задіяні у виконанні наукових досліджень. Так минулого навчального року при вивченні базового курсу "Маркетинг" (3-й курс) тематика більшості ОДЗ та курсових робіт носила практично-орієнтований характер і передбачала обов'язкові опитування споживачів чи експертні опитування фахівців підприємств та установ (вивчалось ставлення споживачів до

екологічних проблем сьогодення, їх готовність сплачувати цінову надбавку за екологічність продукції, ставлення керівництва підприємств до екологічності їх продукції як фактору конкурентоспроможності тощо). Інші дослідження з передбачали аналіз і узагальнення вторинних джерел інформації: сайтів Інтернет, ЗМІ, статистичних матеріалів тощо.

Результати досліджень доповідалися і обговорювалися на науковій конференції, що проходила у СумДУ, були опубліковані відповідні тези доповідей, а за матеріалами кращих робіт були опубліковані статті у фахових наукових журналах, у т.ч. у закордонних. Ряд робіт були направлені на Всеукраїнські конкурси наукових робіт студентів, окремі з них стали їх призерами. Ці дослідження виконувалися у рамках наукових робіт кафедри маркетингу як ініціативних, так і за держбюджетною та госпдоговірною тематикою.

Аналіз показав, що у ході проведення досліджень студенти набули практичних навиків, освоїли технології проведення маркетингових досліджень у них різко зріс інтерес до професії маркетолога, а частина студентів самі стали ініціювати наукові дослідження.

Кафедрою стимулюється участь студентів у конкурсах наукових робіт різних рівнів (від обласного до міжнародного), предметних і фахових олімпіадах. Відповідні відрядження оплачуються з субрахунку кафедри.

Наші студенти мають змогу публікувати (і публікують) результати своїх досліджень (самостійно, чи у співавторстві з викладачами) у міжнародному фаховому (за переліком ВАК України) журналі "Маркетинг і менеджмент інновацій", який видається кафедрою. Цей журнал входить до міжнародних баз реферування та індексування.

Іншим напрямком підвищення якості навчального процесу, його зорієнтованості на потреби сьогодення стала практика направлення студентів у ВНЗ інших країн для навчання у т.ч. за методом включеного семестру. Наші кращі студенти вивчали окремі курси у ВНЗ Польщі та Болгарії, а зараз

навчаються у Литві (включений семестр). Окрім того, ряд студентів навчається у літніх школах, зокрема у Німеччині.

Такий підхід дозволяє студентам розширити уявлення про систему підготовки маркетологів у різних країнах, набути нових знань і досвіду, розширити мовну практику, зарекомендувати себе за кордоном.

Такий підхід вже проявив себе. Наші випускники працюють за фахом не лише в Україні, але і у країнах Євросоюзу, зокрема у Німеччині.

Ще одним напрямком підготовки фахівців є залучення студентів до організації проведення Міжнародних науково-технічних конференцій "Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу", студентських конференцій з маркетингу у рамках щорічних конференцій викладачів, співробітників, аспірантів і студентів СумДУ (при цьому студенти старших курсів опікуються молодшими), проведення "Дня маркетолога", проведення конкурсів для школярів Сумської області "Знайди себе в маркетингу" тощо. Це дозволяє нашим випускникам набути досвіду в організації різних заходів, проявити свої лідерські якості, стати контактнішими у спілкуванні.

Слід зазначити і те, що значна частина наших студентів, починаючи з 4-го курсу, а окремі і з 3-го, навчається за індивідуальним графіком, оскільки навчання вони успішно суміщають з працею за фахом. Така практика цілком виправдовує себе.

Для зручності студентів навчальні матеріали практично з усіх дисциплін (підручники, навчальні посібники, конспекти лекцій, методичні вказівки тощо) викладено на сайті кафедри у вільному досвіді (у .pdf форматі). Там же викладено і методичні матеріали до підготовки курсових робіт, ОДЗ та дипломних робіт. Всі дипломні і курсові роботи, ОДЗ носять практично-зорієнтований характер, або ж є дослідницькою роботою

З ряду дисциплін розроблено дистанційні курси, які можуть бути використані для самопідготовки. Окрім того на сайті кафедри для більшості дисциплін є гіперпосилання на додаткову літературу та сайти, що містять потрібні матеріали.