

Л.О. Попова, канд. екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

О.В. Жегус, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

М.В. Михайлова, асист. (*ХДУХТ, Харків*)

КОМПЛЕКСНИЙ ТРЕНІНГ ЯК СКЛАДОВА ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 6.030507 «МАРКЕТИНГ»

Сучасна ринкова економіка характеризується мінливими та нестабільними умовами, в тому числі високою конкуренцією і тому маркетинг як сучасний бізнес-інструмент є актуальним.

У теперішній час на ринку праці України та м. Харкова зростає попит на фахівців в галузі економіки, а саме маркетологів. Це обумовлено тим, що саме ці спеціалісти володіють такими навиками роботи на підприємстві як: дослідження ринкових умов; вивчення поведінки споживачів; виявлення потреб та пошук шляхів задоволення їх кращим, ніж у конкурентів способом; вчасне прийняття управлінських рішень; вміння застосування антикризових заходів; здатність пошуку нових можливостей та швидкого реагування на зміни в умовах господарювання.

Перед студентами постає проблема застосування набутих теоретичних знань на практиці. Практична підготовка студентів вищих навчальних закладів є обов'язковим компонентом освітньо-професійної програми для здобуття кваліфікаційного рівня. Саме цим обумовлена актуальність «Комплексного тренінгу», який є складовою практичної підготовки студентів спеціальності 6.030507 «Маркетинг». Програма практичної підготовки та її терміни визначаються навчальним планом, він проводиться в умовах професійної діяльності під організаційно-методичним керівництвом викладача кафедри.

Одним з новітніх методичних підходів до організації практичної підготовки студентів є тренінг, який являє собою метод активного навчання, що спрямований на отримання нових або розвитку існуючих знань та набуття навичок застосування їх на практиці. «Комплексний тренінг» організується у вигляді практичних занять, під час яких студент використовує набуті теоретичні знання для розв'язання конкретних ситуацій та прийняття рішень за окремими аспектами практичної діяльності.

Метою курсу є ознайомлення (та повторення) й навчання студентів основним принципам і методам активної групової чи індивідуальної роботи.

Мета полягає у набутті студентами-маркетологами практичних знань та навиків розробки та прийняття маркетингових рішень. Під час роботи студент має змогу до саморозкриття або самостійного пошуку способів вирішення поставлених завдань.

У всіх сферах і на всіх рівнях організації, в тому числі під час прийняття маркетингових рішень, потрібна підготовка та впорядкування дій щодо визначення цілей, засобів і заходів, які повинні забезпечувати виробництво та реалізацію продукції та послуг, спрямованих на задоволення наявного попиту та перспективних потреб споживачів. За своїм змістом така діяльність є плануванням. Не виключенням є й маркетингова діяльність. В сучасних умовах маркетингове планування на підприємствах набуває все більшої актуальності. Тому зміст комплексного тренінгу для студентів спеціальності «Маркетинг» полягає у поетапному виконанні завдань з розробки маркетингового плану для діючого підприємства або для підприємства, яке планує своє господарювання у майбутньому.

Серед основних завдань, що постають під час складання плану маркетингу є:

- розробка та проведення дослідження галузі, ринку, конкурентів, споживачів, клієнтів та маркетингового середовища підприємства власними силами; аналіз отриманих результатів;
- визначення маркетингової стратегії підприємства та конкурентних переваг;
- розробка маркетингової програми для підприємства (складання плану товарної, цінової, збутової та комунікаційної політик);
- формування бюджету маркетингу;
- складання графіку контролю та виконання плану.

В процесі навчання передбачено поточний контроль виконання завдань, який передбачає оцінювання викладачем проміжного звіту, другий вид контролю – оцінка готового маркетингового плану та його захист в аудиторії.

Авторами кращих робіт було підготовлено маркетингові плани на замовлення Балакліівської облдержадміністрації: «Організація виїзної торгівлі комбікормами» та на замовлення Харківської облдержадміністрації «Соціальний магазин ТОВ «Рідний край», які взяли участь у Всеукраїнському конкурсі студентських маркетингових планів.