

ФОРМУВАННЯ СТУДЕНТОМ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЗА ДОПОМОГОЮ ОСВІТНЬОГО ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩА

Мардар М.Р., д-р техн. наук, проф.

Устенко І.А., канд. техн. наук, доц.

Одеська національна академія харчових технологій

Масанський С.Л., канд. техн. наук, доц.

Могильовський державний університет продовольства, Республіка Білорусь

Зміст сучасної вищої освіти істотно змінюється, що пов'язано з глибокими і динамічними змінами в основних сферах життєдіяльності внаслідок науково технічного прогресу. Принципово нові технології, системи управління, інформатизація зумовлюють появу нових професій і вихід з ринку праці або радикальну трансформацію старих. У цих умовах повинні змінюватися вимоги до компетентностей вже нинішнього покоління студентів. Змінюватися не тільки по відношенню до «жорстких» або професійних компетентностей, але перш за все, стосовно так званих «гнучких» або універсальних компетентностей, які затребувані в більшості професій. Такі компетентності дозволяють випускнику адаптуватися до мінливих умов ринку праці, вбудовуватися в нього і розвиватися, в тому числі, в інших професіях. Опитування, які традиційно проводяться роботодавцями про найбільш затребувані компетентності, підтверджують цю тенденцію. Так, в прогнозах на найближчі 10–15 років аналітиків Світового економічного форуму (World Economic Forum), найбільш затребуваними будуть компетентності – вміння вирішувати складні завдання, володіти критичним мисленням, креативністю, вміння управляти людьми, мати навички координації, взаємодії. У стандарті вищої освіти за спеціальностями 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» для самостійної роботи студента і для СВО «бакалавр» і для СВО «магістр» прописані такі компетентності: здатність проводити дослідження з використанням теоретичних та прикладних досягнень в сфері маркетингу, підприємництва, торгівлі та послуг; здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання у сфері підприємництва, торгівлі та послуг; здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі; здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності; здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. Очевидно, що формування таких компетентностей малоефективне з використанням лише традиційних методів навчання.

На нашу думку, навчання повинно орієнтуватися на методи проблемного навчання (дослідний, евристичний та інші) на основі підвищення значущості керованої самостійної роботи студентів у навчальному процесі. Недоліки методів як багатозадачність, невизначеність і відносна складність для частини студентів, враховуючи різний рівень підготовки навіть всередині однієї навчальної групи; більш високі витрати часу студентів і викладачів призводять до необхідності постійних комунікацій «студент – студент», «студент – викладач». Методичні завдання для самостійної роботи будуються у вигляді послідовності кроків, які повинен «пройти» студент. Кожен крок спрямований на розв'язання окремого міні завдання, доступного для вирішення більшості студентів в групі. Сукупність таких завдань забезпечує досягнення конкретної мети навчання з формування певних компетентностей. Кожне завдання підтримується необхідним інтернет-середовищем із використанням технології дистанційного навчання на платформі moodle.onaft.edu.ua. Студент приступає безпосередньо до виконання курсової, дипломної роботи, проходячи послідовно загальні кроки. Далі йдуть кроки безпосереднього вирішення завдань і досягнення мети курсової або дипломної роботи відповідно до розробленої проектної теми, змісту і методики. Цей алгоритм реалізується на кафедрі при виконанні всіх курсових і дипломних робіт, створене необхідне методичне забезпечення на платформі moodle.onaft.edu.ua., зокрема, інтернет-ресурс кафедри з курсових робіт з дисциплін «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика», «Комерційна діяльність», «Стратегічний маркетинг», «Рекламний менеджмент», дипломних робіт з спеціальностей 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» для СВО «бакалавр», СВО «магістр», також практикуми з окремих дисциплін. Звертаючись до цього алгоритму в кожній роботі, студент виробляє розуміння і навички самостійного вирішення проблем, формуючи при цьому найважливіші компетентності. При налагодженні самостійної роботи на основі покрокового алгоритму в освітньому інтернет-середовищі з використанням технології дистанційного навчання на платформі moodle.onaft.edu.ua така взаємодія викладача і студента можлива і ефективна. Студент при цьому більш мотивований до самостійної роботи, він не боїться, що не встигне або може чогось не знайти для роботи. Він більш усвідомлено ставиться до результатів своєї навчальної праці і своїх компетентностей в кінцевому підсумку, що дозволить йому бути конкурентоспроможним фахівцем на ринку праці і адаптуватися до його змін.