

## ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЛИЧНОСТИ – ОТ ШКОЛЬНИКА ДО ВЫПУСКНИКА ВУЗА

И. А. Соболенко

*Белорусский национальный технический университет, г. Минск*

Одной из первоочередных задач современного высшего образования становится создание новых условий для формирования и развития конкурентоспособной личности, способной самостоятельно, качественно и эффективно решать профессиональные проблемы и задачи.

Современные ученые и специалисты в сфере образования трактуют понятие конкурентоспособности по отношению к специалисту как динамическое, интегративное, многоуровневое качество личности, содержащее мотивационные, информационные, эмоционально-волевые и операционно-практические компоненты.

В 2022 г. были проведены исследования, позволяющие узнать представления и мнения учеников средних школ о конкурентоспособности личности. Участникам исследования было предложено написать эссе, в котором нужно было дать характеристику конкурентоспособной личности. В конце исследования были констатированы те признаки конкурентоспособной личности, которые чаще всего встречались в работах школьников (55 % и более). Были выделены основные признаки конкурентоспособной личности, такие как четкие жизненные цели в будущем; высокая работоспособность; развитие творческих способностей; умение самостоятельно принимать решения; сильная вера в успех; умение коммуницировать в социуме; постоянное саморазвитие; умение преодолевать различные трудности; способность быть лидером.

Все вышеизложенное свидетельствует, что мышление школьной молодежи о конкурентоспособности личности много в чем совпадает с методологическими подходами ученых к данному феномену.

Закончив школу, многие индивидуумы решают продолжить учебу в вузах. Система надления студента конкурентоспособными качествам в высшей школе более сложная и дифференцированная. Это позволит наделять будущих специалистов не только высоким уровнем hard и soft skills, но и развивать творческие способности и личностный потенциал каждого студента.

Формирование конкурентоспособности личности тесно связано с развитием рынка труда и «рынка личности», которые предъявляют к учащейся молодежи высокие профессиональные требования. В современных реалиях жизни студентам как гуманитарных, так и технических вузов, предстоит взять на себя ответственность за решение сложных и неоднозначных проблем, возникающих в постиндустриальном обществе.

## ДИПЛОМНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «МАРКЕТИНГ»

Л. Л. Соловьёва

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Дипломную работу студенты специальности «Маркетинг» пишут на четвертом курсе в 8 семестре, после преддипломной практики. На дипломное проектирование отводится 10 недель [1, 2]. Перед выпускающей кафедрой стоит вопрос обеспечения качества дипломных работ. Дипломная работа является выпускной квалификацион-

ной работой студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг», которая показывает уровень приобретенных знаний по специальным дисциплинам.

Целью данной статьи является разработка рекомендаций на основе опыта деятельности кафедры «Маркетинг и отраслевая экономика» по организации дипломного проектирования для специальности «Маркетинг».

Специалист по маркетингу должен ориентироваться в вопросах исследования товарного рынка, разработки и продвижения товаров и услуг, формирования рыночной стратегии, товарной и ценовой политики предприятия, формирования спроса и стимулирования сбыта, организации деятельности служб маркетинга, товародвижения и сбыта, системы управления маркетингом.

Решение данных вопросов для конкретного предприятия и составляет основное содержание дипломной работы.

Структурно дипломная работа специальности «Маркетинг» состоит из четырех разделов: теоретический, аналитический, научно-исследовательский и проектный. По содержанию включает теоретические аспекты по теме исследования, анализ макро- и микросреды, а также разработку мероприятий по улучшению маркетинговой деятельности предприятия.

Качественный уровень дипломной работы опирается на следующие слагаемые: изучаемые дисциплины, курсовые работы и производственная практика.

Для написания частей дипломной работы необходимы навыки, приобретенные при изучении дисциплин, перечисленных в нижеприведенной таблице.

#### Дисциплины и их связь с содержанием дипломной работы

Дисциплина	Предметная область	Использование в дипломной работе
Теория маркетинга	Теоретическое содержание маркетинговой деятельности предприятия	Теоретическая глава: раскрытие сущности предмета исследования и методов его анализа
Стратегический маркетинг	Построение модели Портера, портфельный анализ, конкурентный анализ	Аналитическая и исследовательская главы: анализ внутренней среды, анализ микросреды
Поведение потребителей	Сегментация потребителей	Аналитическая глава: опрос потребителей, анализ результатов опроса и на его основе выделение целевого рынка
Маркетинговые исследования и аналитика	Методы сбора и анализа информации	Аналитическая глава: составление анкеты, обработка результатов опроса
Интегрированные маркетинговые коммуникации	Содержание рекламной кампании и оценка ее эффективности	Проектная глава: разработка рекламных мероприятий и оценка их эффективности
Анализ маркетинговой среды	Методы анализа внутренней и внешней среды	Аналитическая и исследовательская глава: анализ экономической и маркетинговой политики предприятия, анализ факторов макросреды
Маркетинг инноваций	Разработка и продвижение нового товара	Проектная глава: разработка мероприятий по предложению новинки на рынок

Окончание

Дисциплина	Предметная область	Использование в дипломной работе
Товарная политика и управление качеством	Методы анализа товарной политики и оценки конкурентоспособности	Аналитическая и проектные главы: анализ товарной политики, разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции и предприятия
Экономика предприятия	Расчет экономических показателей	Проектная глава

Знания, полученные при изучении дисциплин в разных семестрах, закрепляются при написании курсовых работ и производственных практик. Студенты пишут по специальности три курсовые работы: «Теория маркетинга», «Промышленный маркетинг» и «Анализ маркетинговой среды». Объектом исследования в этих курсовых работах является одно и то же предприятие, поэтому студент при написании диплома обновляет данные и может использовать мероприятия, предложенные в этих курсовых.

Еще одним элементом, работающим на дипломную работу, является производственная практика (аналитическая, организационно-экономическая и преддипломная). Сбор информации в течение трех лет на одном и том же предприятии позволяет своевременно и качественно написать аналитическую главу диплома по специальности «Маркетинг».

Для повышения уровня дипломного проектирования необходимо интегрировать в единое целое изучаемые дисциплины, практику и курсовые работы. Структура дипломной работы должна объединять полученные знания в единую систему. Работа студента над одним объектом исследования в различных дисциплинах приведет к тщательному и полному изучению предприятия и полноценному анализу в дипломной работе. Опыт разработки мероприятий в курсовых работах и выступлениях при их защите позволит студенту разработать наиболее рациональные предприятия и отстаивать свое мнение при защите дипломной работы.

#### Литература

1. Образовательный стандарт по специальности 1-26 02 03 Маркетинг ОСВО 1-26 02 03–2021. – Режим доступа: <https://edustandart.by/baza-dannykh/obrazovatelnye-standarty/item/2780-obrazovatelnyj-standart-po-spetsialnosti-1-26-02-03-marketing>. – Дата доступа: 01.09.2023.
2. Образовательный стандарт по специальности 6-05-0412-04 Маркетинг ОСВО 6-05-0412-04–2023 (Проект). – Режим доступа: <https://edustandart.by/proekty/proekty-obrazovatelnykh-standartov/item/4936-obrazovatelnyj-standart-po-spetsialnosti-6-05-0412-04-marketing>. – Дата доступа: 01.09.2023.

### **К ВОПРОСУ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИЛИАЛА КАФЕДРЫ «ТЕХНОЛОГИЯ МАШИНОСТРОЕНИЯ» В ИНСТИТУТЕ МЕХАНИКИ МЕТАЛЛОПОЛИМЕРНЫХ СИСТЕМ ИМЕНИ В. А. БЕЛОГО НАЦИОНАЛЬНОЙ АКАДЕМИИ НАУК БЕЛАРУСИ**

**Д. Л. Стасенко, И. В. Царенко, С. И. Красюк**

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

В учебных программах студентов старших курсов специальностей 1-36 01 01 «Технология машиностроения» и 1-53 01 01-01 «Автоматизация технологических процессов и производств (машиностроение и приборостроение)» есть ряд дисциплин,