

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ



ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**Матеріали Всеукраїнської
науково-методичної конференції
(10 - 12 квітня 2019 року, м. Одеса)**



У збірнику опубліковано матеріали Всеукраїнської науково-методичної конференції «Забезпечення якості вищої освіти», яка проходила 10 - 12 квітня 2019 року на базі Одеської національної академії харчових технологій.

Для педагогічних та науково-педагогічних працівників, докторантів, аспірантів, усіх, хто цікавиться питаннями забезпечення якості вищої освіти.

Рекомендовано до друку Оргкомітетом Всеукраїнської науково-методичної конференції «Забезпечення якості вищої освіти»

Редакційна колегія:

Сгоров Б.В.	- ректор Одеської національної академії харчових технологій, д. т. н., професор (голова редакційної колегії)
Трішин Ф.А.	- проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи, к. т. н., доцент (заступник голови редакційної колегії)
Мардар М.Р.	- проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків, д. т. н., професор
Кананихіна О.М.	- проректор з науково-педагогічної та виховної роботи, соціальних питань, оздоровлення і спорту, к. т. н., доцент
Мураховський В.Г.	- директор Навчально-методичного центру забезпечення якості вищої освіти, к. ф.-м. н., доцент
Волков В.Е.	- д. т. н., професор кафедри Вищої та прикладної математики
Корнієнко Ю.К.	- директор центру дистанційної освіти, к. ф.-м. н., доцент
Радіонова О.В.	- к. т. н., доцент кафедри Технології вина та енології
Купріна Н.М.	- декан факультету економіки, бізнесу і контролю, к. е. н., доцент
Хобін В.А.	- директор Навчально-наукового центру інформаційних технологій, д. т. н., професор
Сярова А.С.	методист Навчально-методичного центру забезпечення якості вищої освіти

Оргкомітет Всеукраїнської науково-методичної конференції «Забезпечення якості вищої освіти» може не поділяти думку учасників. Відповідальність за зміст і достовірність поданого матеріалу несуть учасники.

теория и практика. Санкт-Петербург: Политехн. ун-та, 2017. 173-179 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://inecprom.spbstu.ru/files/inprom-2017/inprom-2017.pdf>.

6. Криворучко О.С., Краус Н.М. Імперативи формування та доміанти розвитку цифрової економіки у сучасному парадигмальному контексті. Парадигмальні зрушення в економічній теорії XIX ст. Київ: КНУ ім. Т. Шевченка, 2017. С. 681-685.

7. Taking leadership in a digital economy // Telstra corporation limited, Deloitte digital. 2012. URL: [deloitte.digital.com.au / telstra.com](http://deloitte.digital.com.au/telstra.com).

8. Цифрова адженда України - 2020 (Цифровий порядок денний - 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти цифровізації України до 2020 року. NITECH office, 2016. 90 с. [Електронний ресурс]. URL: <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.

РОЛЬ HR-БРЕНДИНГУ В РОЗВИТКУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

К.Б. Козак

Відповідно до закону «Про вищу освіту» [5] - освіта є основою інтелектуального, духовного, фізичного і культурного розвитку особистості, її успішної соціалізації, економічного добробуту, запорукою розвитку суспільства, об'єднаного спільними цінностями і культурою, та держави. Метою освіти є всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, її талантів, інтелектуальних, творчих і фізичних здібностей, формування цінностей і необхідних для успішної самореалізації компетентностей, виховання відповідальних громадян, які здатні до свідомого суспільного вибору та спрямування своєї діяльності на користь іншим людям і суспільству, збагачення на цій основі інтелектуального, економічного, творчого, культурного потенціалу Українського народу, підвищення освітнього рівня громадян задля забезпечення сталого розвитку України та її європейського вибору [5].

У таких умовах з'явилась потреба проаналізувати концепцію брендингу ЗВО та зокрема HR-брендингу, оскільки HR-брендинг - це комплекс цілеспрямованих заходів щодо формування позитивного іміджу роботодавця з метою постійного залучення кращих фахівців у своїй галузі та формуванні лояльності з боку споживачів продукції чи послуг. Бренд роботодавця складається з двох складових: маркетингової (положення компанії на своєму галузевому ринку, імідж продукту, його популярність) і HR-складової (корпоративна культура, система оплати праці і компенсацій). Будь-якій компанії необхідно займатися HR-брендингом для того, щоб залучити професіоналів, зберегти власний кваліфікований персонал, підвищити

продуктивність його праці. Але, важливо розуміти, що HR - бренд і товарний бренд - це різні речі.

Все більше уваги HR-бренду приділяють зарубіжні та вітчизняні вчені та практики, такі, як Балабанова Л.В., Гаркавенко С.С., Секерин В.Д., Старостіна А.О., Шульгіна М.В. та ін. Безпосередньо дослідженнями брендингу ЗВО займаються науковці Дагаєва Є., Котлер Ф., Спіріна Н.А., Уїллер А., однак дискусії та подальшого вивчення потребують питання формування бренду саме освітнього закладу.

В сучасних умовах пошук нових підходів підвищення ефективності використання та управління персоналом стає головною конкурентною перевагою будь-якого підприємства та ЗВО. Сучасні концепції управління персоналом ґрунтуються на визнанні зростаючої ролі особистості працівника, на знанні його мотиваційних установок, вмінні їх формувати і направляти на досягнення завдань, що стоять перед компанією. У зв'язку з цим в управлінні персоналом використання маркетингового інструментарію є своєчасним і обґрунтованим. Однак, на даний момент в практиці сучасних вітчизняних ЗВО такий підхід застосовується в незначній мірі. Причиною цього є недостатня висвітленість в наукових працях вітчизняних і зарубіжних економістів практичних аспектів досліджуваного питання та відсутність механізмів адаптації закордонного досвіду до процесу формування системи HR-брендингу. Так, цільовими групами для формування бренду ЗВО є: співробітники закладу вищої освіти, колишні співробітники, здобувачі професії, випускники профільних спеціальностей. Крім того, робота з HR-брендом важлива для забезпечення лояльності співробітників, зменшення плинності кадрів та розвитку ЗВО.

Отже, тема HR-брендингу доволі нова для українських ЗВО та співробітників відділів кадрів, її фундаментальна основа лише формується. Даний напрямок в науці перебуває в процесі становлення та уточнення деяких визначень. Але, в сучасних умовах перед ЗВО стоїть задача оптимального використання людських ресурсів в об'ємі збалансованих потреб та інтересів, що забезпечить його розвиток. Досягти цієї збалансованості та розвитку можна шляхом формування та впровадження системи HR-брендингу. Формування HR-брендингу ЗВО повинен бути цілеспрямованим і системним процесом, який має містити комплекс заходів [2].

Таким чином, можливо припустити що HR-брендинг сприятиме розвитку бренду ЗВО, дозволить приваблювати сильних абітурієнтів та надавати впевненості студентам щодо правильності вибору закладу, а подальші дослідження в галузі формування HR-брендингу ЗВО та бренду ЗВО будуть надзвичайно актуальними і затребуваними.

Література

1. Cotler F. Lateral Marketing: New Techniques for Finding Breakthrough Ideas. M.: Neva, 2004. 192 p.

2. Сорока О.В., Кривцова М.С. Бренд закладу вищої освіти - основа конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/7702> (дата звернення: 06.03.2019).

3. Селюков М., Шалыгина Н. Бренд-технологии в системе управления высшим учебным заведением. Современные проблемы науки и образования. 2012. Вип. 5. URL: <http://www.science-education.ru/105-7193> (дата звернення: 05.03.2019).

4. Томилова М. Модель имиджа организации. Маркетинг в России и за рубежом. URL: https://www.cfin.ru/press/marketing/1998-1/05.shtml?ck_url=1 (дата звернення: 11.03.2019).

5. Закон «Про вищу освіту» офіційний web-сайт <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення: 04.03.2019).

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ УПРАВЛІНСЬКИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

І.М. Агєєва, Є.М. Коренман, Ю.В. Дьяченко

Модернізація сучасної освіти в Україні потребує створення умов для розвитку потенціалу особистості та її самореалізації на ринку праці. Відповідно, головним завданням в підготовці спеціалістів з вищим ступенем освіти є забезпечення громадян країни такою освітою, яка б відповідала жорстким вимогам сучасності та постійно зростаючим потребам суспільства.

Основними напрямками удосконалення є розроблення сучасних навчальних і робочих навчальних планів, які є одним з найбільш відповідальних видів методичної роботи науково-педагогічних працівників академії. Навчальні і робочі навчальні плани розробляються робочими групами випускових кафедр із залученням представників кафедр, які є профільними з певних навчальних дисциплін.

З метою удосконалення змісту навчання, конкретизації планування навчального процесу, своєчасного внесення змін на виконання наказів та розпоряджень МОН України, рішень Вченої та Методичної рад академії, врахування регіональних потреб і вимог замовників фахівців, закріплення навчальних дисциплін за певними кафедрами щорічно, до 1 квітня поточного року, складаються (коригуються) робочі навчальні плани на наступний навчальний рік. Робочі навчальні плани складаються окремо для кожного освітньо-професійного рівня та форми навчання, у тому числі навчання зі скороченим терміном навчання.

Навчальний план складається на підставі відповідної освітньо-професійної програми (ОПП) і визначає:

- графік навчального процесу;

Вплив підвищення кваліфікації на професійний рівень викладачів А.Д. Салавеліс, Г.В. Дідух, О.В. Землякова.....	176
Проектна методика навчання іноземних мов у контексті сучасних педагогічних текстологій О.С. Зінченко, С.Я. Маслова, А.В. Руда.....	177
Репутаційна складова вибору закладу вищої освіти абітурієнтом О.І. Дроздов.....	179
Роль науково-дослідної роботи студентів у формуванні фахових компетенцій О.В. Шикіна, С.Г. Ярьоменко.....	180
Дуальна освіта у закладах вищої освіти: переваги та ризики Л.В. Агунова.....	182
Дуальна освіта: можливості майбутнього Л.О. Ланженко, Н.О. Дец, Є.О. Ізбаш, Д.В. Дец.....	183
Методологічний підхід до формування компетентності майбутніх фахівців у сфері акредитації випробувальних лабораторій К.І. Науменко, Н.К. Черно.....	184
Питання якісної підготовки фахівців-механіків технологічного обладнання М.І. Субботіна.....	186
Застосування проектного підходу в навчальному процесі А.Ю. Букарос.....	187
Питання культури мови у процесі викладання курсу «Українське наукове мовлення» Я.В. Машарова, Т.Г. Казарян, О.В. Шевчук.....	188
Цифрова економіка: нові орієнтири управління підприємствами І.О. Седікова, І.І. Савенко.....	189
Роль HR-брендингу в розвитку закладу вищої освіти К.Б. Козак.....	192
Напрями удосконалення підготовки фахівців управлінських спеціальностей І.М. Агесва, Є.М. Коренман, Ю.В. Дьяченко.....	194
Практика студентів як важлива складова якості підготовки майбутніх фахівців - менеджерів В.Д. Мужайло, І.Г. Кривоногова, В.О. Чабаров.....	197
Колаборація з фахівцями-практиками як шлях до інноваційного розвитку освітнього процесу О.О. Голубьонкова, М.Г. Брайко.....	199
Інновації у викладанні філософії Г.А. Шевченко, Ю.М. Мельник.....	200
Оновлення моделі здобуття вищої освіти при вивченні технічних дисциплін Н.В. Жихарєва.....	201
Особливості проведення лабораторних занять з фізики із студентами-заочниками С.Н. Федосов.....	203