

3. Кісіль М. В. Оцінка якості вищої освіти / М. В. Кісіль // Вища освіта України. – 2005. – №4 (14). – С. 82-87.
4. Колот А. Реалізація основних принципів Болонської декларації при підготовці фахівців економічного профілю / А. Колот // Вища школа. – 2004. – №2-3. – С. 20-33.

*Іванова Л. О., к. е. н., доц
(кафедра маркетингу)*

ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ І ОЦІНЮВАННЯ КУРСОВИХ РОБІТ З ДИСЦИПЛІНИ „КОН'ЮНКТУРА РИНКІВ” ЗА ВИМОГАМИ БОЛОНСЬКОЇ ДЕКЛАРАЦІЇ

Розвиток ринкових відносин в Україні, формування сучасної моделі економічного зростання, забезпечення інтеграції України у світове господарство, підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку потребує, безумовно, висококваліфікованих кадрів. Вирішенню багатьох завдань, що постають перед економікою України, значною мірою сприяє підготовка фахівців з напрямку „Маркетинг” – основоположного для професійних діячів ринку. Сьогодні маркетинг є ключовим елементом у будь-якій сфері бізнесу. Фахівці усіх галузей економіки використовують інструменти маркетингу для управління попитом на їх товари та послуги.

Навчальний план підготовки фахівців з напрямку „Маркетинг” у Львівській комерційній академії передбачає вивчення курсу „Кон'юнктура ринків”, який входить до блоку професійно-орієнтованих дисциплін. Цей курс, серед інших, охоплює коло питань, пов'язаних із структурними змінами пропозиції, попиту, рівня цін, оцінкою поточної ринкової кон'юнктури та перспективами розвитку товарного ринку, характеристикою його фірмової структури, визначенням

місця та значення конкретного товарного ринку в системі світового, спрямуванням основних експортно-імпортних потоків.

Глибшому вивченню дисципліни „Кон’юнктура ринків” сприяє виконання студентами курсової роботи, що входить до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра з напрямку „Маркетинг”. Виконання курсової роботи з дисципліни „Кон’юнктура ринків” має на меті:

- по-перше, систематизувати, закріпити та розширити теоретичні та практичні знання студентів щодо особливостей перебігу загальногосподарської кон’юнктури та кон’юнктури окремих товарних ринків в сучасних умовах;
- по-друге, допомогти студентам оволодіти методологію дослідження загальногосподарської кон’юнктури та кон’юнктури окремих товарних ринків;
- по-третє, сприяти здійсненню студентами самостійного аналізу економічних процесів на окремому товарному ринку, узагальненню результатів та визначенню тенденцій розвитку;
- по-четверте, розвинути у студентів навички використання комп’ютерних програм, економіко-математичних та статистичних моделей для ефективної обробки та аналізу інформаційного матеріалу;
- по-п’яте, навчити студентів кваліфіковано і переконливо викладати власні думки та професійно презентувати їх широкому загалу.

Окрім того, ця курсова робота є важливим підготовчим етапом для виконання дипломної та магістерської роботи з напрямку „Маркетинг”, об’єктивно відображає творчі та аналітичні якості студента.

Підготовка і виконання курсової роботи з дисципліни „Кон’юнктура ринків” водночас є однією з важливих та необхідних форм такої діяльності студентів у вищому навчальному закладі IV рівня акредитації як наукова робота. Безперечно, що основною метою наукової роботи є формування у студентів світогляду, активізації пізнавальної

діяльності, систематизації, закріплення та розширення отриманих знань і вмінь під час вирішення навчальних, наукових та підприємницьких завдань.

Понад це, сучасна модель підготовки фахівця з напрямку „Маркетинг” у Львівській комерційній академії передбачає комплексне взаємопоседнання теоретичної, практичної та наукової складових (рис.1). Важливу роль у забезпеченні агрегації цих складових відіграє якраз виконання студентами курсових робіт: спочатку з дисципліни „Кон’юнктура ринків” (6 семестр), потім з дисципліни „Маркетинг” (7 семестр).



Рис.1. Роль виконання курсових робіт у підготовці сучасного фахівця за напрямом „Маркетинг” у ЛКА

Практика підтверджує безумовну доцільність виконання курсових робіт як важливого елемента наукових робіт студентів у вузах IV рівня акредитації. Важливо, щоб тематика наукових робіт відповідала сучасним завданням підготовки фахівців, збігалася з основними напрямками і проблемами науково-дослідної роботи кафедри, була актуальною, відзначалась науковою новизною та практичною значимістю.

З урахуванням своїх наукових зацікавлень, майбутньої практичної діяльності студент самостійно обирає тему курсової роботи з дисципліни „Кон'юнктура ринків”, користуючись рекомендованою тематикою, яка розробляється та щорічно оновлюється. Студент завжди має можливість обрати тему курсової роботи, не передбачену орієнтовною тематикою. В останньому випадку він повинен зазначити назву теми, належним чином обґрунтувати її актуальність, перспективність та відповідність курсу „Кон'юнктура ринків”.

Викладачі кафедри маркетингу, які здійснюють наукове керівництво курсовою роботою заполегливо рекомендують, щоб вибір теми курсової роботи був усвідомленим та зваженим, обумовленим врахуванням індивідуальних здібностей і зацікавлень студента або логічним продовженням його попередніх наукових досліджень: рефератів, доповідях на наукових студентських семінарах, конференціях тощо.

Процес підготовки студентом курсової роботи починається із ознайомлення з вимогами та методичними рекомендаціями щодо її виконання, які розроблені провідними науковцями кафедри маркетингу.

План курсової роботи студенту рекомендується розробляти після ознайомлення з літературними джерелами, які висвітлюють ті чи інші питання та проблеми з теми дослідження. При складанні плану студент може також скористатися орієнтовними планами, рекомендованими кафедрою маркетингу.

План курсової роботи залежить від того, що є об'єктом дослідження: загальногосподарська кон'юнктура чи кон'юнктура товарного ринку.

Попередній план курсової роботи студент у визначені терміни подає на розгляд науковому керівнику. Після обговорення чи необхідних уточнень план курсової роботи затверджується науковим керівником в остаточній редакції.

Кожного навчального року календарний план виконання курсової роботи для студентів третього курсу галузі знань „Економіка та підприємництво” напряму підготовки 6.030507 „Маркетинг” (як окремий внутрішньокафедральний документ) доводиться до їх відома науковими керівниками, постійно знаходиться на кафедральній дошці оголошень та академічному електронному ресурсі з однойменної дисципліни. Зазначений документ передбачає усі етапи виконання курсової роботи, включно з публічним захистом на кафедрі, та кінцеві терміни їх виконання. Показово, що дотримання визначених кафедрою термінів виконання курсової роботи носить не тільки рекомендаційний характер, але і враховується відповідними балами при оцінці курсової роботи за шкалою ECTS.

Враховуючи наведені на початку статті завдання, на досягнення яких спрямоване виконання курсової роботи з дисципліни „Кон'юнктура ринків”, у 2008/2009 навчальному році перед кафедрою маркетингу вперше постала необхідність розробки нових сучасних критеріїв її оцінювання згідно вимог ECTS. На наш погляд достатньо об'єктивними можуть бути такі складові оцінювання та їх врахування відповідними балами, які наведені у табл.1.

Важливо, що як і за п'ятибальною системою, яка діяла раніше, так і за 100-бальною шкалою, студент повинен доопрацювати курсову роботу згідно з зауваженнями рецензента.

Кожен студент намагається виконати курсову роботу на належному рівні, але з різних причин це не завжди вдається. Тому в будь-якому випадку – і коли курсова роботи отримала достатньо високі бали при оцінці рецензентом, і коли курсова робота отримала бали,

нижчі від бажаних, – наукові керівники рекомендують студенту особливо ретельно готуватися до захисту курсової роботи. Адже високі бали при оцінюванні змісту курсової роботи треба підтвердити таким же захистом, а невисоку бальну оцінку змісту роботи можна спробувати підвищити ефективним захистом.

Оцінка курсової роботи за шкалою ECTS (100 балів) передбачає отримання максимальних балів (понад 80) за умови ретельної підготовки як представлених на захист наочних матеріалів, так і самої доповіді. Студентів заздалегідь орієнтують, що максимальний бал – десять – на захисті отримують виступи у вигляді вільної доповіді, з невимушеним, але переконливим використанням унаочнень. До підбирання наочних матеріалів на захист курсової роботи наукові керівники радять підійти дуже уважно і зважено. Як правило, в роботі їх подається багато, але на захист студента рекомендують виносити тільки ключові.

Окрім цього, студенту наголошують, що методично правильна підготовка до захисту курсової роботи вимагає обов'язково здійснити хронометраж часу доповіді та його розподіл на висвітлення окремих частин, рекомендують відслідковувати емоційність виступу, тональність мови тощо.

Другим важливим компонентом захисту, який також оцінюється відповідними балами (максимально – десять) згідно з шкалою ECTS, є відповіді на запитання членів комісії та слухачів. Студенти мають бути зорієнтовані на підготовку відповідей на найімовірніші запитання, а також на повноту, логічність, чіткість і навіть дотепність відповідей на запитання.

Успішне виконання курсових робіт з дисципліни „Кон'юнктура ринків” (показник якісної успішності за останні п'ять років коливається в межах 71-78 %, показник абсолютної успішності за цей же період – 100 %) беззаперечно можна розглядати як вагомий внесок у підготовку сучасного фахівця з напрямку „Маркетинг” у Львівській комерційній академії.

Таблиця 1

Оцінювання курсової роботи з дисципліни „Кон’юнктура ринків” за шкалою ECTS

№ з/п	Критерій оцінювання	Максимальна кількість балів	Кількість балів конкретної курсової роботи	
			початкова	після доопрацювання
1	Оформлення роботи згідно з вимогами	5		
2	Свочасність подання роботи на кафедру	5		
3	Наявність вступу та висновків, відповідність їх змісту вимогам	5		
4	Дотримання календарного плану	5		
5	Теоретична частина роботи:			
	- глибока, з наведенням наукової полеміки	15		
	- достатня, з наведенням посилань на літературу	10		
	- поверхова, що базується лише на навчальній літературі	5		
6	Дослідницька частина роботи:			
	- глибока, з використанням сучасних методик аналізу, творчого підходу, оцінкою впливу кон’юктуроутворювальних факторів, власними розрахунками та інтерпретацією стану досліджуваного ринку за 5-7 років	30		
	- достатня, з використанням традиційних підходів до аналізу, статистичною і математичною обробкою даних стану досліджуваного ринку	25		
	- поверхова, з використанням простіших підходів до оцінки стану досліджуваного ринку, дані проаналізовані за 1-2 роки	20		
7	Прогноз кон’юнктури ринку:			
	- детальний розгляд у належній послідовності передбачуваних змін, правильно виявлені основні тенденції розвитку кон’юнктури ринку	15		
	- достатнє висвітлення передбачуваних змін, визначення основних тенденцій розвитку кон’юнктури ринку	10		
	- поверхове висвітлення передбачуваних змін на ринку, зазначення тенденцій розвитку кон’юнктури ринку	5		
	РАЗОМ			
	Захист курсової роботи:			
8	- підготовка роздаткових матеріалів та доповіді	10		
9	- відповіді на питання членів комісії та слухачів	10		
	РАЗОМ за шкалою ECTS (за максимальними балами)	100		

За багаторічним досвідом виконання курсових робіт з дисципліни „Кон’юнктура ринків”, можна стверджувати, що їх підготовка та захист значною мірою сприяють набуттю та розвитку дослідницьких, аналітичних, комунікативних навичок, критичного мислення у студентів.

Водночас у студентів розвиваються здібності до творчого мислення як найвищого типу інтелектуальної діяльності. Це ж стосується і розвитку у них ініціативи та новаторського потенціалу. Таким чином молоді люди стають більше пристосованими до життя у висококонкурентному середовищі та умовах нової економіки України.

*Канцір В. С., к.ю.н., доц.,
декан юридичного факультету,
(кафедра кримінального права та процесу),*

*Олашин М. М., асист.
(кафедра кримінального права та процесу)*

САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ ПРИ ВИВЧЕННІ КУРСУ „КРИМІНАЛЬНИЙ ПРОЦЕС”

Людство помітно змінює орієнтири в бік демократії шляхом піднесення авторитету особистості. Усе це робить своєрідний виклик освіті, зумовлює потребу її радикальної модернізації. Тому, починаючи з 2003 року Україна зробила значні кроки до реформування системи освіти в напрямку вимог Болонського процесу.

Болонська система пропонує кредитно-модульну технологію, яка має такі особливості, як індивідуальний режим навчальної роботи; домінування самостійної пізнавальної діяльності; створення спеціальних дидактичних матеріалів для самостійної роботи (тести, завдання для контрольних робіт, види доповідей, теми рефератів тощо); зміна функцій викладача (організація, керівництво, загальна орієнтація у навчальному матеріалі, консультування, контроль); зміна позиції студента (ініціативність у режимі роботи над навчальним