

О ГОТУЄМОСЯ ДО АКРЕДИТАЦІЇ

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ – ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

*Чим чесніша людина,
тим менше вона
підозрює інших у безчесності.*

Марк Туллій Цицерон

Академічна доброчесність є частиною академічної спільноти, що впливає на позитивний імідж закладу вищої освіти, адже нехтування її правилами і нормами шкодить репутації як здобувачів вищої освіти, так і викладачів.

Академічна доброчесність – це сукупність етичних принципів і визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень.

З метою вдосконалення роботи щодо популяризації академічної доброчесності відповідно до вимог Закону України «Про вищу освіту» і Правил академічної доброчесності учасників освітнього процесу нашого університету нещодавно на факультеті управління та бізнесу відбувся семінар «Академічна недоброчесність і запобігання її проявам» для здобувачів вищої освіти першого року навчання за ОПП «Економіка», ОПП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», ОПП «Менеджмент організації і адміністрування та логістика», а також ОПП «Облік і оподаткування».

Під час семінару було розглянуто такі питання.



● Академічна недоброчесність та її види: нормативно-правовий аспект. Положення ХНАДУ, що регламентують питання дотримання академічної доброчесності (спікер: доц. каф. обліку і оподаткування Л.В. Леонтьєва).

● Академічна недоброчесність як перепона акредитації освітньої програми (спікер: зав. каф. менеджменту, експерт з акредитації освітніх програм проф. О.М. Криворучко).

● Плагіат як прояв академічної недоброчесності. Програмні продукти для виявлення плагіату (спікер: директор Центру освітніх послуг, доц. каф. економіки і підприємництва О.М. Шершенюк).

Академічна доброчесність ґрунтується на таких засадах як: довіра (вільний обмін інформацією та поширення нових ідей); повага як до себе, так і до інших; чесність (добросовісна поведінка); відповідальність (перешкоджання та запобігання неправомірній поведінці інших), а також справед-

ливість (передбачуваність, прозорість і розумні очікування).

Спікери заходу акцентували увагу слухачів на тому, що дотримання академічної доброчесності передбачає самостійне виконання всіх завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання; посилення на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень та відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право, а також незаохочування інших осіб до вчинення дій, що суперечать нормам академічної доброчесності.

Здобувачів вищої освіти особливо зацікавило питання плагіату як прояву академічної недоброчесності.

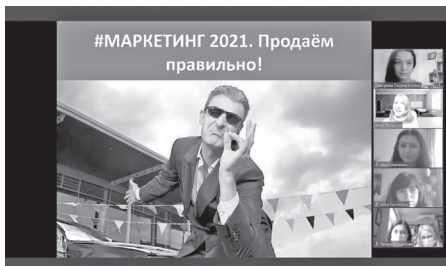
Значний інтерес у учасників семінару викликав також перелік заходів, пов'язаних з виявленням академічної недоброчесності здобувачів вищої освіти, серед яких і процедура повторного проходження оцінювання результатів навчання.

Проведений нами семінар носив суто консультативно-інформаційний характер, втім його змістовна та організаційна складові були схвально оцінені здобувачами вищої освіти, що, безумовно, є для усіх нас приємним бонусом.

О.М. Криворучко,
зав. каф. менеджменту, проф.;
О.М. Шершенюк,
директор ЦОП, доц. каф. ЕП;
Л.В. Леонтьєва,
доц. каф. ОіО

О ФАХОВІСТЬ

ТРЕНДИ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ



У сучасних умовах посиленої конкурентної боротьби між закладами вищої освіти на ринку освітніх послуг наразі неможливо залишитися конкурентоспроможним без повсякчасного забезпечення якості вищої освіти на тому рівні, який відповідає очікуванням усіх груп стейкхолдерів.

Однією з фокус-груп стейкхолдерів є випускники, які разом із працевдавцями забезпечують зворотний зв'язок щодо якості освітніх програм, їх практикоорієнтованості, перспективності для початку та розвитку кар'єри.

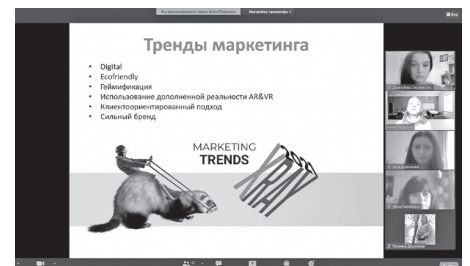
У випуску «Автодорожника» №12 (1683) від 24 грудня 2020 р. (С. 4) ми презентували результати опитування випускників ОПП «Економіка» та ОПП «Підприємництво, тор-

гівля та біржова діяльність». Однією з рекомендацій наших випускників було залучення до навчального процесу фахівців-практиків. Також серед освітніх компонент, які випускники воліли б бачити у навчальному плані, називалися варіанти «Сучасний маркетинг» і «Основи SMM». Ми вирішили об'єднати ці дві цінні рекомендації задля втілення в життя побажань наших випускників.

Саме з цією метою наприкінці березня відбулася лекція фахівця-практика з digital-маркетингу, випускниці факультету управління та бізнесу нашого університету Г.О. Першиної на тему «Маркетинг 2021. Продаємо правильно» для здобувачів вищої освіти за ОПП «Економіка» та ОПП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Ганна Олександрівна розповіла здобувачам вищої освіти про такі тренди сучасного маркетингу як «digital», «ecofriendly», «гейміфікація», «використання доповненої реальності AR&VR», «клієнтоорієнтований підхід», «сильний бренд» і поділилася власним досвідом щодо їх практичної реалізації.

Спікер приділила велику увагу «воронкам продажів», особливостям їх формування



в залежності від товару (продукція/послуга/робота), типу взаємодії учасників (B2B/B2C), каналів збуту (реальні/віртуальні).

Особливу цікавість у слухачів викликала «теорія поколінь», яку Ганна Олександрівна пояснила в контексті особливостей застосування інструментів маркетингу для кожного покоління клієнтів – «бебі-бумери», «Х», «Y/міленіали», «Z».

Красно дякуємо пані Першиній за цікаву лекцію та цінні практичні поради, а також надані рекомендації з оновлення змісту освітніх компонент ОПП «Економіка» та ОПП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»!

О.І. Дмитрієва,
зав. каф. ЕП, доц.