

7. Federal Law "On personal subsidiary plots" № 112-FZ, dated July 7, 2003. Available at : <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=168304;fld=134;dst=1000000001,0;rnd=0.9945675878823798>.
8. The legal status of private (peasant) farms. Available at : <http://studopedia.org/9-110668.html>.
9. The Republic of Kazakhstan Law "On peasant or farm» № 214-I of March 31, 1998. Available at : http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1009109.
10. Kazakhstan: Ministry of Agriculture intends to impose taxes on private farms in the village. Available at : <http://kazakh-zerno.kz/novosti/obzory-pressy-agronovosti/165291-kazakhstan-minselkhoz-nameren-oblozhit-nalogami-lichnye-podsobnye-khozyajstva-na-sele>.
11. Types of Agriculture of the world. Available at : <http://ekonomgeo.ru/Booc/book45.php>.
12. Materials to discuss the draft Law of Ukraine "On Land Market". Available at : www.myland.org.ua.
13. Materials Europe regional conference dedicated to the International Year of family farms in Europe and Central Asia. Available at : <http://www.fao.org/docrep/meeting/030/mj624r.pdf>



УДК 378.146

JEL Classification I230

Морозевич Ольга

к.э.н., доцент кафедры маркетинга, Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск, Республика Беларусь

E-mail: moroa@yandex.ru

Голомазова Елена

м-р.э.н., ассистент кафедры маркетинга, Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск, Республика Беларусь

E-mail: elena-golomazova@yandex.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ С УЧЕТОМ ТРЕБОВАНИЙ РАБОТОДАТЕЛЕЙ

Morozevich Olga

PhD, Associate Professor, Assistant Professor of Chair of Marketing, Educational establishment "Belarus State Economic University", Minsk, Belarus

E-mail: moroa@yandex.ru

Holomazova Olena

Master of Economics, Assistant, Chair of Marketing, Educational establishment "Belarus State Economic University", Minsk, Belarus

E-mail: elena-golomazova@yandex.ru

RESEARCH OF COMPETITIVENESS OF GRADUATES CONSIDERING THE REQUIREMENTS OF EMPLOYERS

Аннотация

Актуальность работы обусловлена необходимостью обеспечения соответствия компетенций выпускников вузов требованиям рынка труда.

Цель. Целью является разработка и проведение пилотных исследований авторской методики оценки конкурентоспособности выпускников вузов с учетом требований работодателей. Для достижения данной цели были поставлены и решены следующие задачи: проведен анализ существующих методик изучения конкурентоспособности выпускников вузов, определены ключевые параметры оценки конкурентоспособности выпускников, предложены методы сбора и анализа данных, необходимых для измерения ключевых параметров, проведено исследование конкурентоспособности выпускников белорусских вузов по специальности «Маркетинг».

Методы. В исследовании использованы методы парсинга, лексического и синтаксического анализа, сопоставления, методы маркетинговых исследований.

Результаты. Предложена методика оценки конкурентоспособности выпускников вузов, включающая показатели конкурентоспособности образовательного, аналитического, информационного, коммуникационного, социально-личностного, мультиатрибутивного профессионального и прикладного уровней. В отличие от существующих, она позволяет выявить как индивидуальную, так и групповую конкурентоспособность выпускников исходя из требований предприятий и организаций к содержанию и уровню компетенций, а также сформулировать возможные стратегии карьеры выпускника на основании индекса конкурентоспособности.

Перспективы. Планируется апробация предложенной методики на основе большего объема эмпирического материала.

Ключевые слова: методика оценки конкурентоспособности выпускников вузов, индекс конкурентоспособности выпускников, карьерные стратегии выпускника.

Abstract

Introduction. The competencies of graduates of high school have to correspond to the needs of the labor market.

Purpose. The aim of the study is to develop and verify the author's methodology of assessment of graduates competitiveness with considering of the requirements of employers. To achieve this goal the following objectives have been solved: analysis of existing methods of studying the competitiveness of high school graduates, identification of the key parameters to assess the competitiveness of graduates, proposition of the methods of collecting and analyzing the data needed to measure key parameters, study the competitiveness of graduates of Belarusian universities with the specialty "Marketing".

Methods. The authors have used the methods of parsing, lexical and syntactic analysis, comparisons, market research methods.

Results. The authors have developed methodology of assessment of graduates competitiveness, including indicators of competitiveness of educational, analytical, informational, communicational, social, personal, multiattributive professional and practical levels. In contradistinction to existing methodologies, it allows to identify both individual and group competitiveness of graduates on the basis of the requirements of enterprises and organizations to the content and level of competence and to develop the possible career strategies of graduates on the basis of Competitiveness Index.

Discussion. Planned to verify the methodology on the basis of a larger volume of empirical data.

Keywords: methodology of assessing the competitiveness of high school graduates, the index of competitiveness of graduates, graduate career strategy.

Актуальность. Систематический контроль вузом уровня конкурентоспособности своих выпускников создает возможности для оперативного принятия мер по повышению качества подготовки специалиста, с целью наращивания конкурентных преимуществ

выпускника на различных этапах его профессионального становления (выбор профессии, обучение, трудоустройство, адаптация, повышение квалификации).

Анализ последних исследований и публикаций. Конкурентоспособность выпускников вузов на рынке труда обеспечивается за счет совокупности характеристик, которые влияют на успех при трудоустройстве и определяют условия труда [1, с. 53]. Уровень конкурентоспособности специалиста зависит от того, насколько его личностные и профессиональные качества соответствуют требованиям работодателей [2]. Анализ существующих методик выявления уровня такого соответствия (табл. 1) позволил выявить ряд общих недостатков.

Таблица 1

Анализ существующих методик оценки конкурентоспособности выпускника вуза

Автор методики	Методология оценки	Недостатки
О.В. Киржбаум [3]	Опрос работодателей для определения весов и значений следующих показателей: профессиональная квалификация, мотивационный потенциал, маркетинговый потенциал выпускников	Трудоемкость, необходимость привлечения к сбору данных большого количества работодателей, не учитываются отличия показателей для различных видов экономической деятельности
Специалисты Центра экспертиз Санкт-Петербургского государственного университета [4]	Построение рейтинга востребованности выпускников вузов на уровне региона и страны на основании сбора статистической информации, опроса выпускников, опроса экспертов компаний ТОП 100	Не учитываются качественные показатели, характеризующие профессиональные и личностные качества выпускников
О.А. Шавандина [5]	Сбор данных о деятельности вуза: успеваемость студентов, процент трудоустроенных по специальности выпускников, стоимость обучения, рейтинг вуза, кадровая обеспеченность вуза и т.п.	Необходимость рассчитывать влияния конкурентоспособности вуза на конкурентоспособность выпускника
Т.А. Лапина [6]	Опрос выпускников о соответствии их требованиям работодателей по следующим показателям: профиль образования, специальность, наличие дополнительного образования, уровень владения компьютером, участие во внеучебных мероприятиях, уровень владения иностранным языком, планирование продолжения обучения, наличие опыта работы	Не учитываются профессиональные компетенции, формируемые в процессе образования, личные оценки выпускников своей конкурентоспособности могут не совпадать с требованиями работодателей
Л.И. Мошкович, А.В. Новачук [7]	Расчет конкурентоспособности как отношения нормы потребительной стоимости выпускника к цене образовательной услуги. Потребительная стоимость выпускника определяется исходя из мультиатрибутивной модели специалиста - востребованные рынком труда компетенции в сочетании с личными качествами специалиста	Необходимость строить сразу две модели – модели выпускника и модели специалиста; необходимость проводить гармонизацию данных моделей для того, чтобы их можно было сравнить
Л.Ю. Сальникова [8]	Расчет конкурентоспособности выпускника исходя из уровня образования, среднего балла за обучение, наличия дополнительного образования и рабочего стажа	Не охвачены такие показатели, как качество образования, полученных компетенции и их соответствие требованиям работодателей

Примечание – Источник: Разработано автором на основании [3-8]

Так, большинством методик не учитывается способность приложения знаний выпускников на практике, обусловленное как качеством образования, так и личными характеристиками выпускников. Методики, которые все же предлагают оценку профессиональных и личных качеств выпускника, достаточно сложны в использовании и трудоемки, т.к. требуют проведения опросов большого круга лиц.

Цель исследования состоит в том, чтобы разработать методику оценки конкурентоспособности выпускников вузов, сконструировать показатели и определить их вес с учетом требований работодателей. Возможности использования авторской методики рассмотрена на основе сведений о выпускниках белорусских вузов по специальности «Маркетинг» в сфере информационных технологий (индустрии компьютерного ПО, компьютерных и мобильных игр, мобильных приложений, разработки сайтов и т.п.).

Методы. Авторская методика оценки конкурентоспособности выпускников вузов предполагает использование инструментов самооценки показателей образовательного, аналитического, информационного, коммуникационного, социально-личностного, мультиатрибутивного профессионального и прикладного уровней, содержание и значимость которых формируется исходя из требований работодателей. Алгоритм реализации предлагаемой методики представлен на рисунке 1.

Этап 1. Определение задач исследования конкурентоспособности: оценка индивидуальной конкурентоспособности выпускника согласно полученной специальности и специализации; оценка групповой конкурентоспособности выпускников согласно полученной специальности и специализации; оценка индивидуальной конкурентоспособности выпускника в конкретной отрасли работы компании.

Этап 2. Подготовка предварительного варианта показателей конкурентоспособности. Для формирования избыточного массива характеристик, описывающих требования работодателей к компетенциям соискателей, проводится синтаксический анализ сайтов по тематике трудоустройства вручную либо с использованием парсинговых инструментов. Далее осуществляется лексический анализ собранных показателей: исключение идентичных показателей и выбор наиболее точных формулировок. Формируется предварительный список показателей конкурентоспособности.

Этап 3. Кластеризация показателей конкурентоспособности выпускника. Путем сопоставления предварительного списка показателей с перечнем компетенций согласно образовательному стандарту по анализируемой специальности составляется укрупненный перечень показателей конкурентоспособности выпускника.

Этап 4. Присвоение весов показателям. В собранном массиве характеристик соискателей, сформированных работодателями, проводится приведение формулировок к единообразию путем замены первоначальных формулировок на аналогичные формулировки из кластеров показателей конкурентоспособности выпускника. Далее производится подсчет частоты упоминания каждой формулировки и установление весов, рассчитанных как отношение суммы частоты показателя к суммарному числу формулировок. Веса групп показателей устанавливаются путем суммирования весов частных показателей.

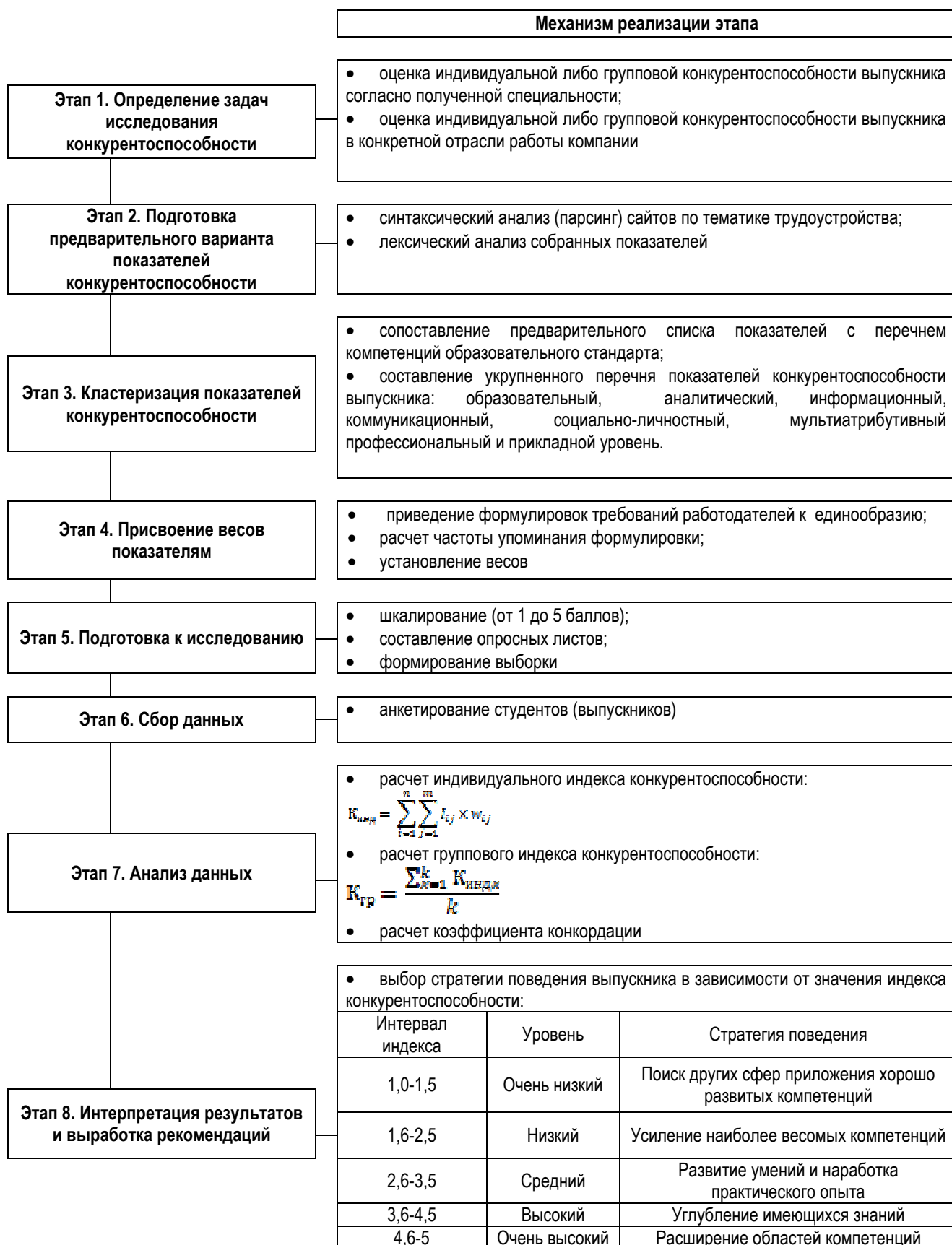


Рис. 1. Алгоритмоценки конкурентоспособности выпускников вузов

Источник: собственная разработка

Этап 5. Подготовка к исследованию. Сформированный на предыдущем этапе список показателей оценки конкурентоспособности необходимо формализовать в виде опросных листов с указанием шкалы оценки. Оценка единичных показателей для образовательного, аналитического, информационного, коммуникационного и социально-личностного уровней производится по шкале от 1 до 5, где 1 – означает абсолютное отсутствие компетенции у выпускника либо его отрицательная оценка, 5 – наличие компетенции у выпускника в абсолютном проявлении.

Оценка мультиатрибутивного профессионального уровня проводится по шкале от 1 до 5 балла, где 1 балл означает, что выпускник не знает, не умеет и не имеет опыта, как выполнять оцениваемый круг задач; 2,5 балла – выпускник лишь знает в теории, как выполнять задачи; 3,5 балла – выпускник знает в теории и выполнял на практических занятиях оцениваемый круг задач; 5 баллов – выпускник знает, умеет и имеет опыт по выполнению оцениваемого круга задач.

Прикладной уровень оценивается следующим образом. Опыт работы по специальности на момент окончания вуза оценивается по 5 балльной шкале, где 1 – отсутствие опыта работы, 3 – наличие минимально требуемого опыта работы по профессии, 5 – наличие максимально требуемого опыта по профессии. Опыт работы, либо учебы, либо стажировок за рубежом оценивается по 5 балльной шкале, где 1 – отсутствие такого опыта, 3 – наличие краткосрочного опыта профессионального либо образовательного пребывания за рубежом, 5 – наличие долгосрочного опыта образовательного пребывания за рубежом. Наличие портфолио выполненных проектов оценивается в 1 балл в случае отсутствия портфолио, 5 баллов – в случае наличия.

Для проведения групповой оценки конкурентоспособности проводится формирование выборки.

Этап 6. Сбор данных. По разработанным на предыдущем этапе формам проводится анкетирование студентов (выпускников).

Этап 7. Анализ данных. На данном этапе проводится расчет индивидуального индекса конкурентоспособности по формуле:

$$K_{\text{инд}} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m I_{ij} \times w_{ij}, \quad (1)$$

где $K_{\text{инд}}$ – индивидуальный индекс конкурентоспособности выпускника-маркетолога;

I_{ij} – единичный показатель конкурентоспособности для i -ой группы показателей;

w_{ij} – вес единичного показателя;

n – число групп показателей конкурентоспособности;

m – число показателей конкурентоспособности.

Также проводится расчет группового индекса по формуле:

$$K_{\text{гр}} = \frac{\sum_{k=1}^k K_{\text{инд}k}}{k}, \quad (2)$$

где $K_{\text{инд}}$ – индивидуальный индекс конкурентоспособности выпускника-маркетолога x ;
 k – число выпускников, принявших участие в исследовании.

Этап 8. Интерпретация результатов и выработка рекомендаций. Для интерпретации индекса конкурентоспособности предлагается воспользоваться следующей шкалой, представленной в таблице 2.

Таблица 2

Интерпретация значений индекса конкурентоспособности выпускника вуза

Интервал значения индекса конкурентоспособности	Уровень конкурентоспособности	Возможные действия
1,0-1,5	Очень низкий	Анализ факторов низкой конкурентоспособности; поиск путей повышения уровня конкурентоспособности; разработка плана мероприятий повышения конкурентоспособности; поиск других сфер приложения хорошо развитых компетенций
1,6-2,5	Низкий	Анализ факторов низкой конкурентоспособности; выбор приоритетных направлений повышения конкурентоспособности; разработка плана мероприятий повышения значения приоритетных показателей
2,6-3,5	Средний	Анализ сильных и слабых сторон; поиск путей нивелирования слабых сторон за счет использования сильных сторон; развитие умений и наработка практического опыта
3,6-4,5	Высокий	Анализ сильных и слабых сторон; поиск путей применения знаний и умений на практике; углубление имеющихся знаний; расширение областей компетенций
4,6-5	Очень высокий	Анализ сильных и слабых сторон; разработка карьерного плана; разработка плана повышения квалификации

Источник: собственная разработка

Использование методики на стадии выпуска из университета позволяет определить качество подготовки специалистов с учетом их личностных характеристик, а также потребностей рынка труда. Использование методики на стадии обучения в вузе позволит студентам сформировать реальное представление о требованиях работодателей к компетенциям специалиста определенной отрасли. Также методика может быть использована предприятиями в процессе отбора кандидатов.

Результаты. Для апробации методики было проведено исследование конкурентоспособности студентов выпускного курса факультета маркетинга и логистики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (УО «БГЭУ») на рынке труда специалистов-маркетологов в отрасли информационных технологий (индустрии компьютерного ПО, компьютерных и мобильных игр, мобильных приложений, разработки сайтов и т.п.).

Для составления предварительного списка показателей конкурентоспособности был проведен анализ вакансий, представленных на интернет-платформе по трудоустройству jobs.tut.by в мае 2015 г. по следующим направлениям: обязанности специалиста, требования к соискателю, ключевые навыки. После сопоставления предварительного списка показателей конкурентоспособности маркетолога в области

информационных технологий с перечнем компетенций Образовательного стандарта для специальности первой ступени высшего образования «1 26 02 03 Маркетинг» [9], были сформированы группы показателей конкурентоспособности и присвоены веса. Результаты анализ ответов респондентов представлены в таблице 3.

Групповой индекс конкурентоспособности выпускников факультета маркетинга и логистики УО «БГЭУ» в сфере информационных технологий составил 3,04 балла (из 5 баллов).

Таблица 3

**Показатели конкурентоспособности специалиста-маркетолога
в сфере информационных технологий**

Показатели конкурентоспособности	Вес	Групповая оценка	Групповая оценка, скорректированная на вес	Комментарий
Образовательный уровень	0,08	2,84	0,22	- хороший уровень профессионального образования; - хорошие знания иностранного языка; - низкий уровень понимания области работы; - отсутствие дополнительного профильного образования
Аналитический уровень	0,03	3,67	0,12	- умение проводить анализ и работать с большими объемами информации
Информационный уровень	0,03	2,47	0,07	- отсутствие знаний и умений по специализированному программному обеспечению
Коммуникационный уровень	0,07	3,67	0,29	- хорошие коммуникативные навыки и навыки деловой переписки
Социально-личностный уровень	0,14	4,08	0,56	- подходящие личные качества и умение работать в коллективе
Мультиатрибутивный профессиональный уровень	0,59	2,85	1,67	- хороший уровень знаний в профессиональной области; - отсутствие навыков в области работы с подрядчиками, проведении рекламных и маркетинговых мероприятий, анализа их эффективности; - низкий уровень знаний и навыков в привлечении и работе с клиентами; - низкий уровень знаний и навыков в узкоспециализированных областях интернет-маркетинга
Прикладной уровень	0,07	1,61	0,11	- отсутствие большого опыта по специальности; - отсутствие опыта работы, учебы, стажировок за рубежом; - отсутствие портфолио по выполненным проектам
ИТОГО: групповая конкурентоспособность			3,04	

Источник: собственная разработка по данным эмпирического исследования

Оценка за наиболее значимой группой показателей конкурентоспособности для работодателей данной сферы – показатели мультиатрибутивного профессионального уровня (вес – 0,58) – составила 2,85 балла. Для данной группы компетенции в области интернет-продвижения (вес – 0,17) были оценены в 2,75 балла и прямых продаж (вес – 0,12) – в 2,94 балла. Это свидетельствует о том, что по большей части показателей данной группы респонденты имеют хорошие теоретические знания, частично выработанные практические навыки, но в большинстве случаев отсутствует опыт практического применения знаний и навыков на реальных проектах.

Наиболее высокие баллы получили показатели социально-личностного (4,08 балла), коммуникационного (3,67 балла) и аналитического (3,67 балла) уровней. Суммарная оценка образовательного уровня (2,84 балла) снижается в виду низкой активности студентов в области получения дополнительного образования, а также в виду недостаточного понимания специфики отрасли информационных технологий. Показатели прикладного уровня, характеризующего опыт работы по полученной специальности либо наличие портфолио выполненных проектов, получили наименьшую оценку (1,61 балла).

Согласованность ответов студентов, полученная при расчете группового индекса конкурентоспособности, оценивалась по значению коэффициента конкордации. В рассматриваемом примере он составил 0,002, что говорит о значительном различии между индивидуальными результатами оценки и усредненными.

Выводы и перспективы. Использование разработанной методики оценки конкурентоспособности выпускников вузов на стадиях обучения и выпуска позволяет определить уровень освоения студентами компетенций, востребованных на рынке труда. Результаты расчета индивидуального индекса конкурентоспособности направлены на формирование у студентов реального представления о требованиях работодателей к компетенциям специалиста, оценку студентом собственных сильных и слабых сторон и выработку стратегии построения деловой карьеры. Методика также может найти применение на предприятиях в процессе отбора кандидатов на соискание определенных должностей.

Список использованных источников

1. Васильева, А. Что определяет конкурентоспособность организации [Текст] / А. Васильева, Т. Озерникова // Человек и труд. – №6. – 2011. – С. 53-55.
2. Хазова, С.А. Конкурентоспособность специалистов как акмеологическая категория [Текст] / С.А. Хазова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология [Электронный ресурс]. – 2009. – № 3. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. – Дата доступа : 10.05.2015.
3. Киржбаум, О.В. Повышение конкурентоспособности выпускников вузов на рынке труда: организационный аспект [Текст] / О.В. Киржбаум : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08 00 05. - Омский государственный университет имени Ф М Достоевского. – Омск, 2007. – 23 с.
4. Заключение о методиках расчёта показателя трудоустройства для мониторинга эффективности вузов по Информационным материалам к заседанию Межведомственной комиссии от 22.12.2014 по проведению мониторинга эффективности образовательных организацией высшего образования / СПбГУ[Электронный ресурс]. – 2015.– Режим доступа : <http://spbu.ru/files/upload/expert/exp-metodikakh-rascheta1902.pdf>. – Дата доступа : 15.04.2015.

5. Шавандина, О.А. К вопросу о конкурентоспособности специалистов, подготовленных вузом [Текст] / О.А. Шавандина // Ползуновский вестник, в 2 частях. – 2005. - №4. – Ч.2. – С. 163-164.
6. Лапина, Т.А. Оценка конкурентоспособности выпускников вузов на рынке труда (на примере выпускников 2008 г. Экономического факультета ОмГУ им. Ф.М. Достоевского) [Текст] / Т.А. Лапина // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2009. – № 3. – С. 94–97.
7. Мошкович, Л.И. Формирование оценки конкурентоспособности выпускника вуза / Л.И. Мошкович, А.В. Новачук [Электронный ресурс]. – Режим доступа :http://umc.gu-unpk.ru/umc/arhiv/2006/2/Moshkovich_Novachuk.doc. – Дата доступа : 05.05.2015.
8. Сальникова, Л.Ю. Концепция управления конкурентоспособностью выпускников вузов на рынке труда [Текст] / Л.Ю. Сальникова // Фундаментальные исследования. – 2011. – №12. – С. 805-808.
9. Образовательный стандарт высшего образования первой ступени для специальности «1 26 02 03 Маркетинг» квалификации «Маркетолог-экономист» / Министерство образования Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://umo.bseu.by/doc/standart/1_26_02_03.pdf. – Дата доступа : 02.05.2015.

References

1. Vasil'eva, A., & Ozernikova, T. (2011) Chto opredeljaet konkurentosposobnost' organizacii [What determines the competitiveness of the organization]. *Chelovek i trud [Person and labor]*, 6, 53-55.
2. Hazova, S.A. (2009) Konkurentosposobnost' specialistov kak akmeologicheskaja kategorija [Competitiveness of the specialist as an acmeological category]. *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 3: Pedagogika i psihologija [Digest of Adygeya State University. Series 3: Pedagogy and psychology]*, 3. Available at: <http://cyberleninka.ru>.
3. Kirzhbaum, O.V. (2007). *Povyshenie konkurentosposobnosti vypusnikov vuzov na rynke truda: organizacionnyj aspekt* [Improving the competitiveness of high school graduates on the labor market: the organizational aspect]. Omsk State University behalf of F.M. Dostoevsky. Omsk.
4. Conclusion on the method of calculating the index of employment for monitoring the effectiveness of universities on the basis of materials of the meeting of the Interdepartmental Commission on 12.22.2014 for monitoring the effectiveness of the higher educational organization. Available at: <http://spbu.ru/files/upload/expert/exp-metodikakh-rascheta1902.pdf>.
5. Shavandina, O.A. (2005) K voprosu o konkurentosposobnosti specialistov, podgotovlennyh vuzom [Question of the competitiveness of high school graduates]. *Polzunovskij vestnik [Polzunovsky digest]*, 4, 163-164.
6. Lapina, T.A. (2009) Ocenka konkurentosposobnosti vypusnikov vuzov na rynke truda (na primere vypusnikov 2008 g. Jekonomicheskogo fakul'teta OMGU im. F.M. Dostoevskogo) [Assesment of competitiveness of graduates on the labor market (on the basis of graduates of the Faculty of Economics 2008 of OmSU behalf of F.M. Dostoevsky)]. *Vestnik Omskogo universiteta. Serija «Jekonomika»* [Digest of the University of Omsk. Series «Economy»], 3, 94–97.
7. Moshkovich, L.I., & Novachuk, A.V. Formirovanie ocenki konkurentosposobnosti vypusknika vuza [Developing of evaluation of the competitiveness of the university graduate]. Available at: http://umc.gu-unpk.ru/umc/arhiv/2006/2/Moshkovich_Novachuk.doc.
8. Sal'nikova, L.Ju. (2011). Konceptcija upravlenija konkurentosposobnost'ju vypusnikov vuzov na rynke truda [The concept of management of competitiveness of graduates on the labor market]. *Fundamental'nye Issledovanija [Fundamental research]*, 12, 805-808.
9. The educational standard of higher education for the first stage of the specialty «1 26 02 03 Marketing» qualification «Marketer-economist». Available at: http://umo.bseu.by/doc/standart/1_26_02_03.pdf.

