

УДК 37.046.16

Образовательные стандарты и запросы современности: противоречия или возможности

Ольга Б. Ярош¹, Игорь Ф. Зиновьев²

¹ Крымский Федеральный университет им. В.И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

E-mail: iarosh.olga@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1288-4582>

² Крымский Федеральный университет им. В.И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

E-mail: izinovjev@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1941-3994>

DOI: 10.26907/esd16.1.10

Аннотация

Целью данной работы является эмпирическое исследование профессиональных компетенций. В соответствии с указанной целью в работе поставлены две основные задачи: оценить запросы рынка труда, предъявляемые к специалистам в сфере торговли и маркетинга; выявить, какие профессиональные компетенции формирует стандарт подготовки ФГОС ВО 3+ и отвечает ли он современным требованиям, предъявляемым работодателями. Исследуются две проблемы: могут ли компетенции, заложенные в образовательный стандарт, сформировать необходимые навыки, которые предъявляются к данной профессии на современном рынке труда; формируют ли профессиональные компетенции необходимые личностные качества, которые будут востребованы работодателями. Анализ показывает, что образовательный стандарт ФГОС ВО 3+ довольно слабо адаптирован к современным требованиям рынка труда, а профессиональные компетенции, заложенные в нем, формируют, как правило, специалиста, готового заниматься собственной предпринимательской деятельностью, в то время как подготовка подобных кадров осуществляется за счет государственного бюджета, а значит, подразумевает необходимость работы в крупных организациях и обладание более широким набором навыков, включающих способности к экспертной и аналитической работе, системному мышлению и т.д. Увеличение числа инноваций в высокотехнологичные отрасли по мере продвижения России к цифровой экономике будет увеличивать спрос на маркетологов, владеющих дизайном, проектированием, визуализацией и навыками работы с BigData. Именно эти навыки и должны быть интегрированы в новый ФГОС ВО 3++ для подготовки специалиста, соответствующего требованиям XXI века.

Ключевые слова: образовательный стандарт, торговое дело, трудоустройство, интересы студентов, формирование компетенций.

Educational Standards and Modern Requirements: Contradictions or Opportunities

Olga B. Yarosh¹, Igor F. Zinoviev²

¹ V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

E-mail: iarosh.olga@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1288-4582>

² V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

E-mail: izinovjev@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1941-3994>

DOI: 10.26907/esd16.1.10

Abstract

This is an empirical study of professional competencies. The article addresses two main tasks: the demands of the labor market presented to specialists in the field of trade and marketing; and the identification of the professional competencies formed by the standard for the preparation of FSES HE 3+ and whether it meets the modern requirements of employers. Two hypotheses are investigated: (i) can the competencies inherent in the educational standard develop the necessary skills required by this profession in the modern labor market; and (ii) do the professional competencies reflect the necessary personal qualities demanded by employers. The analysis shows that the educational standard of the FSES HE 3+ is rather poorly adapted to the modern requirements of the labor market. As a rule the professional competencies in it develop a specialist who is ready to engage in his own entrepreneurial activity, while the training of such personnel is carried out at the expense of the state budget. This implies the need to work in large organizations and to possess a wider set of skills, including the ability for expert and analytical work, systemic thinking, etc. The increasing innovation in high-tech industries as Russia moves towards a digital economy will increase the demand for labor marketers who have design, engineering, visualization and skills for working with BigData. It is these skills that should be integrated into the new FSES of HE3 ++ to train a specialist to meet the requirements of the 21st century.

Keywords: educational standard, trade, employment, students' interests, the formation of competencies.

Введение

Цифровая экономика предъявляет новые запросы к уровню компетенций работников. В динамично развивающемся мире необходимо думать о том, какой будет рынок труда через несколько лет и может ли современная российская образовательная система подготовить в соответствии с требованиями XXI века специалиста, который будет востребован в будущем.

Прогнозы развития рынка труда, которые были опубликованы в рамках работы Университета Феникса (США), показывают, что современный рынок диктует шесть основных требований: автоматизация рабочих мест и рост числа умных технологий; необходимость постоянного обучения в течение всей жизни и высокая скорость адаптации работника; значительное улучшение его вычислительных способностей и хорошие навыки программирования; повышение медиа грамотности, основанной на использовании средств массовой информации; свободное использование социальных сетей при формировании стоимости произведенных продуктов; способность к глобальному взаимодействию в использовании данных (Big Data).

Наступает эпоха новых мультимедийных технологий (цифровой анимации, дополненной и виртуальной реальности и т.д.), которая постепенно проникает во все сферы жизни – от бизнеса до образования. Подготовка специалистов, способных

быть конкурентоспособными на рынке труда, является одной из наиболее актуальных проблем в России, особенно в контексте изменения стандартов в сфере бизнес-образования.

Целью данной работы является эмпирическое исследование профессиональных компетенций, заложенных в образовательный стандарт ФГОС ВО 3+ по направлению подготовки «Торговое дело».

В связи с указанной целью в работе поставлены две основные задачи: оценить запросы рынка труда, предъявляемые к специалистам в сфере торговли и маркетинга; выявить, какие профессиональные компетенции формирует стандарт подготовки ФГОС ВО 3+ и отвечает ли он современным требованиям, предъявляемым работодателями.

Обзор литературы

Исследования, посвященные оценке навыков и опыта, имеют длительную историю. Начиная с 1960-х годов стали применяться аналитические инструменты при выявлении эффективности профессионального обучения. Тем не менее, включение в исследовательский алгоритм агрегированных показателей, полученных из баз данных о профессиональных требованиях к трудовым навыкам и компетенциям выпускников вузов, является сравнительно новым подходом, который стал применяться только последние несколько лет (Granovetter, 2017).

В 2003 г. было опубликовано исследование (Autor & Murnane, 2003), которое показало, как изменились требования, предъявляемые работодателями с 1960 по 1998 гг. На базе сравнения задач, поставленных перед работниками, было выявлено, что со временем произошел переход от репродуктивного труда к творческому, рутинные задачи стали заменяться нестандартными. Рост творческих когнитивных задач, требующих экспертного мышления, стал часто фигурировать среди основных требований работодателей к специалистам в области маркетинга в XXI веке. Это подтвердили и исследования (Levy & Murnane, 2004), отмечавшие необходимость у работников аналитического мышления и способностей к экспертизе. Работодатели требуют от маркетологов владения социальными навыками и лидерскими качествами (Consoli, Marin, Marzucchi, & Vona, 2016), способность быстро адаптироваться (Dessein & Santos, 2006) и принимать решения. Навыки, востребованные в XXI веке, имеют индивидуализированный характер со специфическими наборами когнитивных, внутриличностных и межличностных компетенций (National Research Council, 2012). Тем не менее, по-прежнему остается дискуссионным вопрос по поводу того, что первично – навыки или знания?

С одной стороны, многие исследования указывают на то, что учебные стандарты должны развивать способности к командной работе, критическое мышление, креативные подходы в решении задач, а с другой – есть мнение, что навыки приобретаются только на основе строго организованной системы знаний (Christodoulou, 2014). Прогнозы развития рынка труда в основном связаны (Fung, Fung, & Wind, 2008) с усилением виртуализации бизнес-процессов из-за активного развития цифровой экономики, а это значит, что в результате будут востребованы такие качества, как работа в виртуальных командах (Gratton, 2010), управление партнерскими сетями на основе современных способов социальных коммуникаций. Поэтому ключевыми знаниями, которые будут необходимы в новом, изменяющемся мире, будут междисциплинарные компетенции и навыки в использовании различных интерфейсов и программных сред.

Требования работодателей к конкурентоспособному специалисту в области торгового дела также претерпели изменения. Это связано как с ожидаемым сниже-

нием спроса на традиционную профессию менеджера по продажам за счет автоматизации систем закупочной деятельности и массового перехода к онлайн торговле, так и с увеличением спроса на навыки в области программирования и системной аналитики в онлайн ритейле. Кроме того, в связи с увеличением числа каналов товародвижения, наблюдается усиление спроса на знания и навыки в сфере транспортно-складской логистики. Большинство рабочих мест, предлагаемых в настоящее время на рынке труда в сфере торговли, требует знаний новых технологий и программ, обеспечивающих управление закупками и продажами. Требования, предъявляемые рынком к руководителям высшего звена, занимающимся продажами, – это интеграция своих технических навыков с деловыми, способность анализировать и работать с Big Data, используя при этом как знания потребительских товаров, так и индивидуализированный маркетинг.

Во многом это связано с началом новой эры 4.0 в развитии самого маркетинга (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2016), эпохи, когда растущая потребность рынка в поддержании сложных механизмов вовлечения клиентов будет характеризоваться увеличением лояльности к брендам, управление клиентами на основе новых моделей обслуживания, сочетающих профилирование целевой аудитории, сегментацию и индивидуализацию.

Материалы и методы

На основе контент-анализа пятнадцати профессиональных компетенций образовательного стандарта 38.03.06 «Торговое дело» выделены пять групп навыков, которые предъявляются к специалистам подобного профиля. Среди них способность к управлению, которая встречается в 20% упоминаний; аналитическая работа (20%), маркетинговая деятельность (13%), товароведческие навыки (13,7%). Компетенции, касающиеся разработки, прогнозирования и реализации, составили в общей сложности еще 33,3% упоминаний. При этом в объявлениях о найме работодателей ищут аналитика, работающего с большими объемами информации, эксперта по работе с социальными сетями, исследователя, психолога, умеющий определять потребности клиента. Среди основных личностных качеств, на которые обращают внимание работодатели при приеме на работу специалистов по торговому делу, отмечаются инициативность, общительность, коммуникабельность, аналитические способности, активность, креативность, работоспособность, системное мышление, личная самоорганизация, готовность рисковать, ориентированность на результат, решительность, ответственность и способность к командной работе.

Таким образом, перед нами встали два исследовательских вопроса:

1. Могут ли компетенции, заложенные в образовательном стандарте, сформировать навыки, которые предъявляются к данной профессии на современном рынке труда?

2. Формируют ли данные компетенции необходимые личностные качества, которые будут востребованы работодателями.

Для решения этих проблем нами были протестированы методом анонимного опроса 55 студентов ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», обучающихся с 1 по 4 курс по направлению подготовки «Торговое дело». Данные были обработаны, рассчитана описательная статистика в специализированной программе SPSS. В расчетах использовались методы корреляционного анализа по Пирсону, графическая и табличная визуализация данных.

Результаты исследования

Изменения в склонностях к аналитической работе представлены на рис. 1 (снизу вверх с первого курса по четвертый).

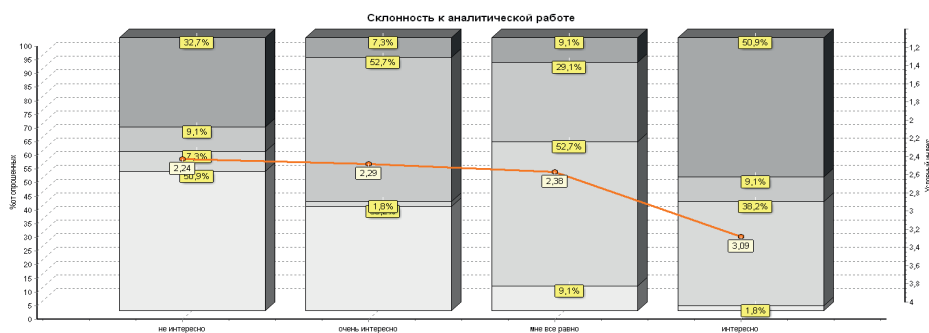


Рис. 1. Интерес обучающихся к аналитической работе
Составлено авторами на основе собственных исследований

Данные, полученные при обработке анкет, показывают, что на 1 курсе больше 50,9% студентов не проявляют никакого интереса к аналитической работе, в то время как к 4 курсу эта доля составляет 32,7%, что позволяет предположить: учебная программа только отчасти развивает этот вид компетенций. Наибольшая склонность к аналитической работе наблюдается у студентов 3 курса, а самая большая доля индифферентных к подобному виду деятельности студентов – на 2 курсе. При этом стандартное отклонение составило (в разрезе параметров): не интересно – 1,37; очень интересно – 1,07; мне все равно – 0,78; интересно – 0,99. Эти результаты показывают, что треть студентов при завершении обучения по программе бакалавриата не готовы к адаптивному мышлению, склонности к продуцированию не проявляют, а это означает, что они не смогут работать с большими данными (Big Data). Поэтому для развития данной компетенции необходимо вводить блок дисциплин по основам программирования, работу с виртуальной и дополненной реальностью. Наш опыт показывает, что этот пробел можно восполнить за счет применения в учебном процессе бизнес-симуляций. Результаты вовлеченности в подобный вид работ мы рассматривали ранее (Yarosh, Zinovjev, & Reutov, 2017). Кроме того, необходимо усиление компонентного состава дисциплин, связанных с аналитикой и статистикой для развития навыков аналитического мышления и принятия самостоятельных решений в маркетинговой деятельности.

Способность к критическому мышлению в контексте развития новых коммуникационных медиа форм, занимающих в настоящее время доминирующее место в бизнесе, связано с компетенциями в области использования социальных сетей и блогов при продвижении продукции к потребителю путем таргетированного привлечения и убеждения целевой аудитории.

Уровень развития интереса студентов к экспертной деятельности в социальных сетях приведен на рис. 2.

Стандартное отклонение в исследуемых параметрах составило: не интересно – 1,15; мне все равно – 0,83; очень интересно – 1,08; интересно – 0,83. Очевидно, что интерес к подобной работе возрастает по мере взросления студентов. Это связано как с технологическим развитием общества, так и с общими тенденциями в развитии социального интеллекта. Для работодателей востребованность социально вовлеченных сотрудников весьма высока, поскольку такие маркетологи будут

способны оценить эмоции групп и потенциальных покупателей, а следовательно, будут иметь навыки построения виртуального сотрудничества. Рабочая среда Интернета требует нового набора компетенций, таких как работа в виртуальных командах, развитие собственных проектов. При этом в стандарте 3+ только одна из 15 профессиональных компетенций посвящена проектной деятельности, что не отвечает требованиям современного мира.

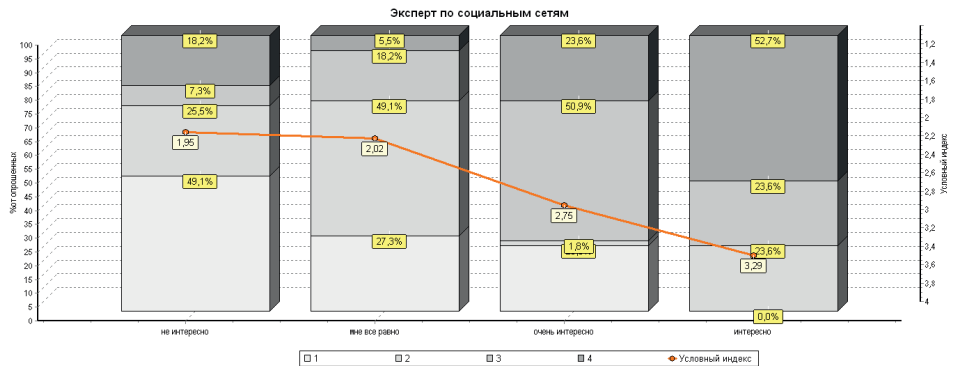


Рис. 2. Интерес обучающихся к экспертной работе в социальных сетях
Составлено авторами на основе собственных исследований

В мире, насыщенном информационными потоками, необходимым навыком становится управление когнитивной перегрузкой. Это связано с реализацией таких практик фильтрации информации, как ранжирование, тегирование, добавление метаданных и др. Интерес к работе с информацией обусловлен склонностью к исследовательской работе студентов (рис. 3).

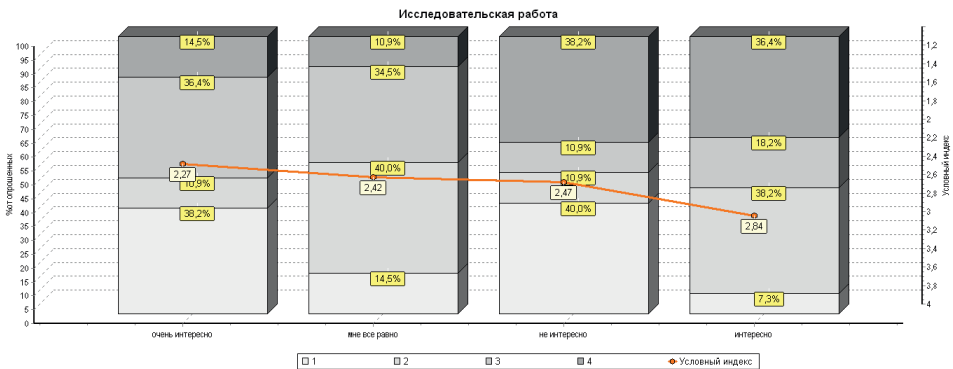


Рис. 3. Интерес обучающихся к исследовательской работе
Составлено авторами на основе собственных исследований

Стандартное отклонение в исследуемых параметрах составило: очень интересно – 1,13; мне все равно – 0,88; не интересно – 1,36; интересно – 1,01. Следовательно, наблюдается снижение интереса к исследовательской работе по мере изучения образовательной программы. Очевидно, это связано с тем, что блоки дисциплин в образовательном стандарте формируют интерес к прикладным и практическим навыкам, а не к фундаментальным и научным.

Развитие кросс-культурных компетенций у обучающихся обусловлено тем, что в глобальном мире необходимы навыки работы с представителями разных культур и национальностей. Наиболее успешными работниками в компаниях, связанных с продажами, становятся те, кто демонстрирует высокие коммуникативные навыки, умение общаться, работать с общим набором корпоративных целей, приоритетов и ценностей. Данные навыки связаны с интересом к потребностям других людей (рис. 4).

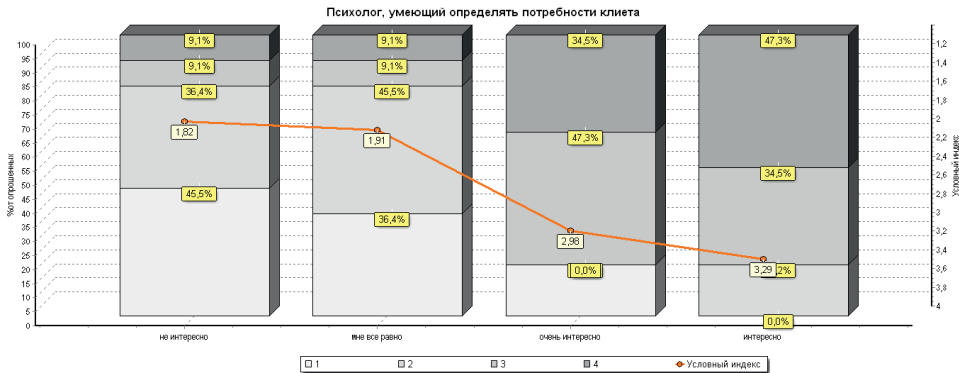


Рис. 4. Интерес обучающихся к работе с клиентами
Составлено авторами на основе собственных исследований

Стандартное отклонение в исследуемых параметрах составило: не интересно – 0,94; мне все равно – 0,91; очень интересно – 1,05; интересно – 0,76. По всей видимости, блоки преподаваемых дисциплин в целом формируют знания и навыки по работе с клиентами. Вовлеченность в подобный вид деятельности резко увеличивается к старшим курсам.

Заключительный этап наших исследований был связан с выявлением склонности к индивидуальной работе обучающихся в сфере бизнеса – к предпринимательству (рис. 5).

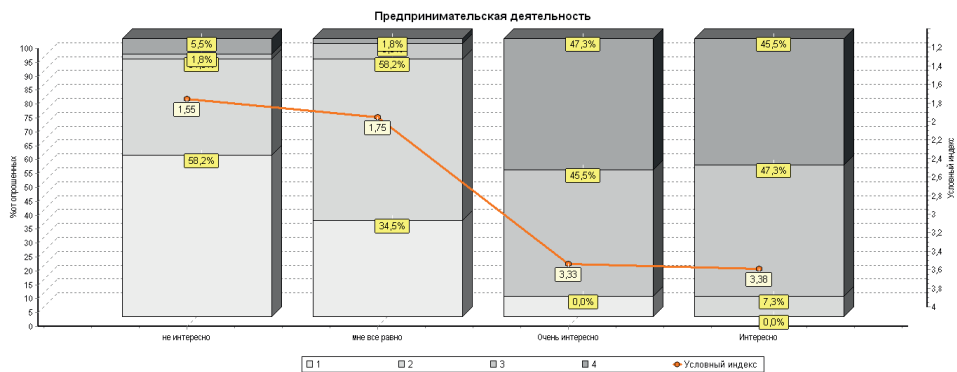


Рис. 5. Интерес обучающихся к предпринимательской деятельности
Составлено авторами на основе собственных исследований

Стандартное отклонение в исследуемых параметрах составило: не интересно – 0,79; мне все равно – 0,64; очень интересно – 0,82; интересно – 0,62. Наибольший интерес к предпринимательской деятельности проявляется у студентов в рамках обучения по направлению подготовки «Торговое дело». Почти 50% выпускников планируют после освоения образовательной программы заниматься собственным бизнесом. Совокупную акцентуацию интересов можно проследить на сравнительном графике, отображающем полярные профили: не интересно – очень интересно (рис. 6).

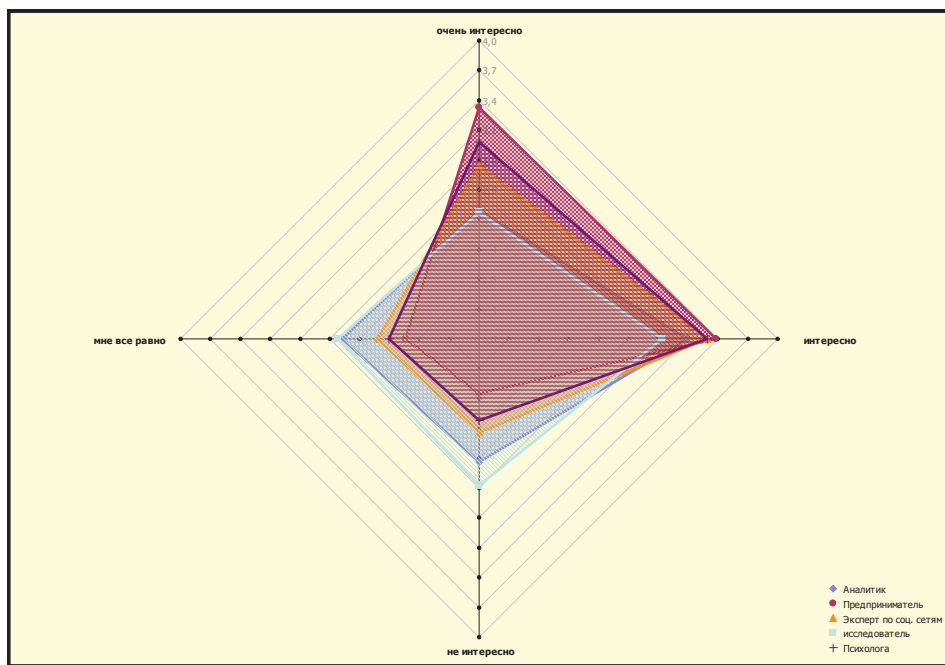


Рис. 6. График интересов по полярным профилям выраженности интересов
Рассчитано авторами на основе собственных исследований

Образовательная программа наиболее значительно формирует у обучающихся интерес к предпринимательской деятельности, на втором месте по выраженности – интерес к психологии и потребностям клиента, а также к экспертной работе в социальных сетях. Не интересна обучающимся по данному направлению подготовки исследовательская и аналитическая работа. Эта закономерность находит свое подтверждение и в планах студентов на будущую деятельность по окончании обучения (рис. 7).

Около 58,2% опрошенных планируют быть предпринимателями, 20% маркетологами, 9,1% работать по специальности не планируют, 7,3% – менеджерами по продажам, 3,6% – специалистами по рекламе, 1,8% – товароведом.

Оценка статистически значимой корреляции между выбором профессии и преобладающими интересами на основе статистических комбинаций показывает следующие закономерности:

1. Студенты, которым не интересна исследовательская работа, выбирают профессию «товаровед». Коэффициент корреляции = 0,331. Зависимость слабая, вероятность ошибки менее 0,01.

2. Отсутствие интереса к аналитической работе ведет к выбору профессии «менеджер по продажам». Коэффициент корреляции = 0,69. Зависимость сильная, вероятность ошибки менее 0,01.

3. Отсутствие интереса к предпринимательской деятельности ведет к выбору «работать по специальности не планирую», корреляция между параметрами = 0,465 и «специалистом по рекламе», коэффициент корреляции = 0,39, вероятность ошибки менее 0,05.

4. Высокий уровень интереса к работе эксперта в социальных сетях связан с выбором профессий «менеджер по продажам». Корреляция между указанными признаками значимая = 0,505 и для профессии «маркетолог», коэффициент корреляции = 0,409. Вероятность ошибки менее 0,01.

5. Высокий уровень интереса к предпринимательству связан с выбором профессии «предприниматель», здесь коэффициент корреляции = 0,67; «маркетолог» – коэффициент корреляции = 0,36; «специалист по рекламе», коэффициент корреляции = 0,335, вероятность ошибки менее 0,01.

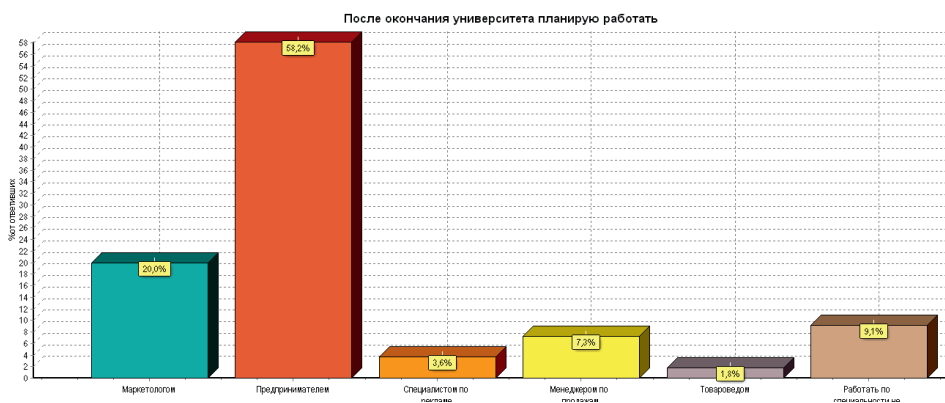


Рис. 7. Планируемый выбор профессии обучающимися
Составлено авторами на основе собственных исследований

В рамках решения второго из поставленных исследовательских вопросов проведена оценка личностных качеств студентов по 14 критериям (инициативность, общительность, коммуникабельность, аналитические способности, активность, креативность, работоспособность, системное мышление, личная самоорганизация, готовность рисковать, ориентированность на результат, решительность, ответственность и способность к командной работе), которые встречаются в объявлениях работодателей. Оценка проведена по шкале Лайкерта: совсем не согласен, не согласен, может быть, возможно, согласен полностью (рис. 8).

К старшему курсу у студентов ярче выражены такие качества, как ответственность, решительность и склонность к риску, общительность, а меньше всего – системное мышление. Данный набор качеств наиболее соответствует личностной акцентуации предпринимателя (табл. 1).

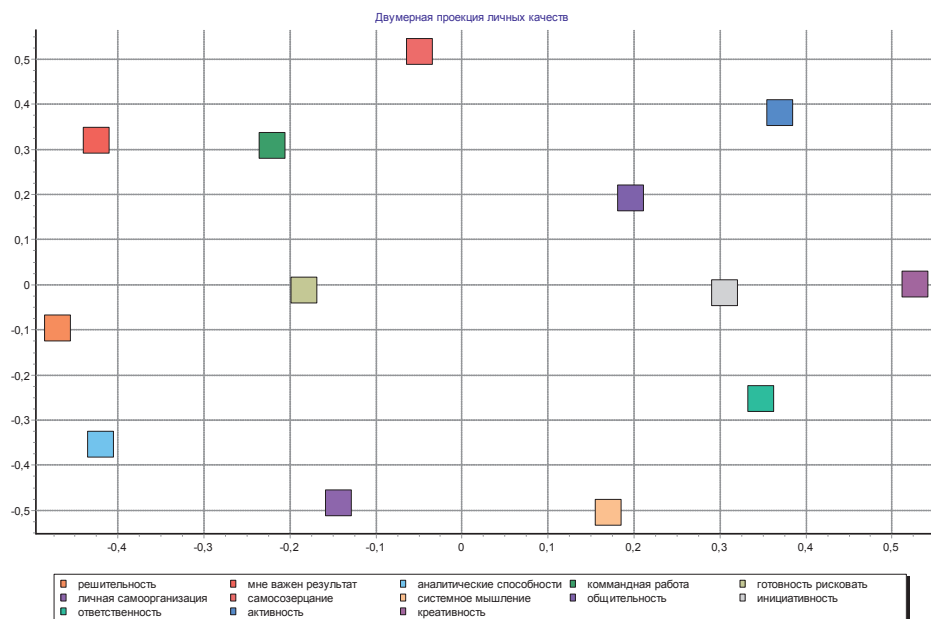


Рис. 8. Совокупная двумерная проекция личностных качеств обучающихся
 Рассчитано авторами на основе собственных исследований

Таблица 1. Распределение личностных качеств по степени выраженности

Личностные качества, %	Совсем не согласен	Не согласен	Может быть	Возможно	Согласен полностью
Инициативность	3,70%	3,60%	18,20%	40,00%	34,50%
Общительность, коммуникабельность	0%	3,60%	16,40%	36,40%	43,60%
Аналитические способности	0%	5,50%	30,90%	32,70%	30,90%
Активность	0%	10,90%	10,90%	41,80%	36,40%
Креативность	1,80%	3,60%	21,80%	40%	32,70%
Системное мышление	0%	9,10%	41,80%	38,20%	10,90%
Личная самоорганизация	0%	1,82%	12,73%	40%	45,45%
Готовность рисковать	3,60%	9,10%	18,20%	32,70%	36,40%
Ориентированность на результат	0%	3,60%	10,90%	11,00%	74,50%
Самосозерцание	1,80%	9,10%	38,20%	29,10%	21,80%
Решительность	0%	1,80%	25,50%	34,50%	38,20%
Ответственность	0%	1,80%	3,60%	40%	54,50%
Командная работа	7,30%	7,30%	25,50%	21,80%	38,20%

Составлено авторами на основе собственных исследований

Оценка статистически значимой корреляционной связи между выбором профессии и личностными качествами показывает:

1. Студенты с высоким уровнем ответственности планируют выбрать в будущем профессию «предприниматель». Коэффициент корреляции между параметрами = 0,40, а также с личностным качеством «аналитик» с коэффициентом корреляции = 0,35, вероятность ошибки менее 0,01.

2. Обучающиеся с преобладающей склонностью к командной работе предпочитают профессию «специалист по рекламе». Коэффициент корреляции = 0,33. Связь слабая, вероятность ошибки менее 0,01.

3. Такое личностное качество, как «ориентация на результат», ведет к выбору профессии «маркетолог», коэффициент корреляции = 0,40, и «предприниматель», коэффициент корреляции = 0,34, вероятность ошибки менее 0,01.

4. У студентов со склонностью к риску выбор профессии акцентирован на «менеджер по продажам», коэффициент корреляции = 0,65, также ее выбирают те обучающиеся, которые отметили в личностных качествах «креативность», коэффициент корреляции = 0,45, и «активность» с коэффициентом корреляции = 0,33. Вероятность ошибки менее 0,01.

5. Высокий уровень личной самоорганизации ведет к выбору «работать по специальности не планирую», коэффициент корреляции = 0,38, вероятность ошибки менее 0,01.

6. Аналитические склонности студентов приводят к предпочтению профессии «маркетолог», коэффициент корреляции = 0,35, вероятность ошибки 0,01.

Обсуждение и заключение

Анализ показывает, что образовательный стандарт ФГОС ВО 3+ довольно слабо адаптирован к современным требованиям рынка труда, профессиональные компетенции, заложенные в нем, формируют, как правило, специалиста, готового заниматься собственной предпринимательской деятельностью, в то время как подготовка подобных кадров осуществляется за счет государственного бюджета, а значит подразумевает необходимость работы в крупных организациях и требует обладания более широким набором навыков, включающих способность к экспертной и аналитической работе, системному мышлению и т.д.

Решение данной проблемы видится во введении нового стандарта ФГОС ВО 3++, который будет разработан на базе профессиональных стандартов, утвержденных Приказом Минтруда России № 667 н «О реестре профессиональных стандартов (перечне видов профессиональной деятельности)» от 29.09.2014. В настоящее время в перечне профессиональных стандартов указано около 1000 ед., но при этом далеко не все сферы деятельности ими охвачены. Поэтому при разработке ФГОС ВО 3++ по специальности «Торговое дело» будут включаться «требования, предъявляемые рынком труда с учетом отечественного и зарубежного опыта», а вот какими они могут быть – вопрос дискуссионный. Вероятней всего, для определения этих требований необходимо обратиться к прогнозам будущего развития рынка труда (World Economic Forum, 2016). Они связаны, по оценкам Мирового экономического форума, с усилением проектной деятельности в рамках виртуального сотрудничества, увеличением числа высококвалифицированных фрилансеров, ростом спроса на индивидуализированные бизнес-услуги, требованиям к навыкам, полученным из разных областей гуманитарного и естественнонаучного знания. Особенно востребованы будут способность к управлению информацией, умение анализировать и интерпретировать данные, наряду с глубокими предметными знаниями.

Увеличение числа инноваций в высокотехнологичные отрасли по мере продвижения России к цифровой экономике будет увеличивать спрос на маркетологов на рынке труда, владеющих дизайном, проектированием, визуализацией и навыками работы с BigData. Именно эти навыки и должны быть интегрированы в новый ФГОС ВО 3++ для подготовки специалиста, соответствующего требованиям XXI века.

Комментарий об открытом доступе к данным, этике, конфликте интересов

Доступ к данным является открытым, данные, изложенные в статье, являются результатом собственных эмпирических исследований авторов. Исследование проводилось в соответствии с этическими нормами и правилами. Статья прошла внутреннюю экспертизу. Конфликт интересов у авторов отсутствует.

Список литературы

Ярош О.Б., Зиновьев И.Ф., Реутов В.Е. Эффективность применения инновационных педагогических технологий в образовании экономистов: бизнес-симуляции и игровые решения // Проблемы современного педагогического образования. – 2017. – Вып. 55. – Ч. 1. – С. 348–359.

Autor D. H., Levy F., Murnane R. J. The skill content of recent technological change: An empirical exploration // *The Quarterly journal of economics*. – 2003. – Т. 118. – № 4. – С. 1279-1333.

Christodoulou D. Seven myths about education. – Routledge, 2014. – 133 с.

Consoli D, Marin, G., Marzucchi, A., Vona, F. Do green jobs differ from non-green jobs in terms of skills and human capital? // *Research Policy*. – 2016. – Т. 45. – №. 5. – С. 1046-1060.

Dessein W., Santos T. Adaptive organizations // *Journal of Political Economy*. – 2006. – Т. 114. – №. 5. – С. 956-995.

Fung V. K., Fung W. K., Wind Y. J. R. Competing in a flat world: building enterprises for a borderless world. – Pearson Education, 2008. – 225 с.

Granovetter M. Society and economy: Framework and principles. – Harvard University Press, 2017. – 256 с.

Gratton L. The future of work // *Business Strategy Review*. – 2010. – Т. 21. – №. 3. – С. 16-23.

Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. – Wiley, 2016. – 216 с.

Levy F., Murnane R. J. The new division of labor: How computers are creating the next job market. – Princeton University Press, 2004. – 192 с.

National Research Council. (2012). Education for life and work: Developing transferable knowledge and skills in the 21st century. The National Academies Press. Retrieved from <https://doi.org/10.17226/13398>.

World Economic Forum (WEF). The future of jobs: Employment, skills and workforce strategy for the fourth industrial revolution. World Economic Forum, 2016.

References

Autor, D. H., Levy, F., & Murnane, R. J. (2003). The skill content of recent technological change: An empirical exploration. *The Quarterly journal of economics*, 118(4), 1279-1333.

Christodoulou, D. (2014). Seven myths about education. Routledge.

Consoli, D., Marin, G., Marzucchi, A., & Vona, F. (2016). Do green jobs differ from non-green jobs in terms of skills and human capital? *Research Policy*, 45(5), 1046-1060.

Dessein, W., & Santos, T. (2006). Adaptive organizations. *Journal of Political Economy*, 114(5), 956-995.

Fung, V.K., Fung, W.K. and Wind, J. (2008). *Competing in a flat world*. Pearson Education, Upper Saddle River, NJ.

Granovetter, M. (2017). *Society and economy: Framework and principles*. Harvard University Press.

Gratton, L. (2010). The future of work. *Business Strategy Review*, 21(3), 16-23.

Kotler, Ph., Kartajaya, H., & Setiawan, I (2016). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Somerset: Wiley.

Levy, F., & Murnane, R. J. (2012). *The new division of labor: How computers are creating the next job market*. Princeton University Press.

National Research Council. (2012). *Education for life and work: Developing transferable knowledge and skills in the 21st century*. The National Academies Press. Retrieved from <https://doi.org/10.17226/13398>.

World Economic Forum (WEF) (2016). *The future of jobs: Employment, skills and workforce strategy for the fourth industrial revolution*.

Yarosh, O. B., Zinovjev, I. F., & Reutov, V. E. (2017). The effectiveness of innovative pedagogical technologies in the education of economists: business simulations and game solutions. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovanija - Problems of modern pedagogical education*, 55(1), 348-359.