

**ZHEMBROVSKYI S. M. Battlefield survival and endurance course organization special features during the military management magisters preparation.**

*The article deals with the special features and implementation to the educational process the facultative battlefield survival and endurance course for operational tactical level students. The objectives, structure, content and phases of its conduction considering service battle activities extreme conditions modelling with heightened physical and psycho-emotional stress level are grounded. The survey results of similar courses in NATO-members armies implementation, as well as the abilities and ways to implement such courses in the education process of higher military educational institutions and battle training system of the Armed Forces of Ukraine are generalized.*

**Keywords:** survival and endurance course, military management magister, program, physical training.

УДК 378.1: 658.8

Захарченко Ю. В.

## СПРЯМОВАНІСТЬ НА ДОСЛІДНИЦЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК УСПІШНОЇ РОБОТИ МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

*У статті досліджено спрямованість майбутніх маркетологів на дослідницьку діяльність як педагогічна умова. Запропоновано структурування освітнього процесу на структурно-функціональні блоки, реалізації яких зумовлює досягнення кінцевої педагогічної мети – формування у майбутніх фахівців з маркетингу компетентностей щодо роботи в умовах невизначеності. Здійснено обґрунтування педагогічних методів формування здатності застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Звернута увага, що важливою складовою запропонованої стратегії є формування навчальних завдань, під час виконання яких студенти стикаються з неповною базовою інформацією. Одночасно, вони мають чітке уявлення щодо результату виконання завдання. У такому випадку відбувається процес відновлення вихідної інформації, що й відтворює процес прийняття рішення в умовах невизначеності в реальних умовах під час виконання власних професійних обов'язків.*

**Ключові слова:** Професійна спрямованість, спрямованість на дослідницьку діяльність, педагогічна умова, зміст навчання фахівців з маркетингу, дослідницька компетентність.

У сучасному інформаційному суспільстві підготовка конкурентоздатного фахівця з маркетингу на ринку праці, підвищення його якості, потребує суттєвих змін у процесах формування дослідницької компетентності в умовах вищого навчального закладу.

Якісні характеристики підготовки фахівців демонструють результати освітньої діяльності та рівень професійно-практичної підготовки: наскільки успішно виконані комплексні контрольні роботи з фахових дисциплін [1, 2]. Кваліфікаційні характеристики до маркетологів зумовлюють необхідність формування гнучких знань, навичок та здатностей адаптуватися до

несталих ринкових умов.

Обґрунтоване вище дозволяє відокремити актуальну складову освітньої діяльності – дослідницьку діяльність, що, в свою чергу, суттєво змушує вдосконалювати освітню методику в напрямі спеціалізації та наданні широкого комплексу знань щодо здатності прогнозувати можливий сценарій розвитку подій в умовах обмеженої інформаційної складової, що описує проблемну ситуацію.

**Метою дослідження** є обґрунтування професійної спрямованості на дослідницьку діяльність як важливого чинника успішної роботи в умовах невизначеності майбутніх фахівців з маркетингу.

Досліджуючи проблему формування дослідницької компетентності майбутніх фахівців маркетингу, можна виділити наступні групи необхідних умов:

– психологічні, які конструюються і створюються у процесі навчання, стимулюючи рефлексивний розвиток та мають бути адаптовані до змісту і методів навчання [6];

– соціально-економічні, що зумовлюють значні зміни в освіті, створенні інноваційних технологій підготовки фахівців, модернізації змісту освіти;

– фізіологічні – чинники, спрямовані на формування системи знань про закономірності збереження і розвитку здоров'я і прагнення до самоосвіти в питаннях збереження здоров'я,

– педагогічні, як комплекс спеціально спроектованих генеральних чинників впливу на зовнішні та внутрішні обставини навчально-виховного процесу й особистісні параметри всіх його учасників.

На формування дослідницької компетентності майбутніх фахівців з маркетингу мають суттєвий вплив такі педагогічні умови як:

– професійна спрямованість майбутніх фахівців з маркетингу на дослідницьку діяльність;

– розвиток критичного мислення за допомогою використання методів проблемно-орієнтованого навчання;

– професійна мобільність.

Зупинимось на першій умові, а саме спрямованості майбутніх маркетологів на дослідницькій діяльності.

Дослідники розглядають спрямованість як провідну характеристику особистості, хоча тлумачать її сутність по-різному. Так, для С. Рубінштейна спрямованість – це “динамічна тенденція”, для О. Леонтьєва – “системотвірний мотив”, для В. М'ясищева – “домінуюче відношення”, для Б. Ананьєва – “основна життєва спрямованість”, для А. Прангішвілі – “динамічна організація сутнісних сил людини”. Дослідження спрямованості особистості здійснюється шляхом вивчення всієї системи психічних властивостей і станів особистості: потреб, інтересів, схильностей, мотиваційної сфери, ідеалів, ціннісних орієнтацій, переконань тощо [4].

У психолого-педагогічній літературі професійна спрямованість – це

розуміння і внутрішнє прийняття особистістю цілей і завдань професійної діяльності, а також співзвучних із нею інтересів, настанов, переконань і поглядів. Усі ці ознаки і компоненти професійної спрямованості є показниками рівня її сформованості у студентів. Вона характеризується стійкістю (нестійкістю), домінуванням соціальних або вузько особистісних мотивів, далекою чи близькою перспективою [5].

Під професійною спрямованістю майбутнього фахівця з маркетингу розуміємо ставлення до даної професії та її змісту, а саме:

- ціннісне ставлення до професії “маркетолог” та професійної діяльності;
- усвідомлення значущості обраної професії;
- наявність професійних інтересів та бажання фахівця з маркетингу займатися саме цією професійною діяльністю;
- розуміння цілей та завдань професійної діяльності маркетолога;
- постійне прагнення до самоосвіти та професійного самовдосконалення.

Результати досліджень свідчать, що дослідницька компетентність фахівців з маркетингу забезпечує повноцінну реалізацію процесу індивідуального пізнання, результатом якого є вироблення системи пізнання, як особистісно-діяльнісна характеристика, з однієї сторони, та здійснення процесу саморозвитку і самореалізації як особистісно-ціннісна характеристика, з іншої сторони.

Під час дослідно-експериментальної роботи розроблено та адаптовано методичне забезпечення дисципліни “Маркетинг промислового підприємства” та “Рекламний менеджмент” для студентів спеціальності “Маркетинг” з урахуванням спрямованості на дослідницьку компетентність як педагогічної умови процесу формування дослідницької компетентності майбутніх фахівців з маркетингу, головним компонентом якого є освітні завдання дослідницької спрямованості. Зміст робочих програм визначено на підставі пізнавальних потреб майбутніх фахівців-маркетологів. Ціль таких програм – формування дослідницької компетентності через виконання, реалізацію “методу вправ” та підготовку і захист власної дослідницької роботи. Темпи засвоєння освітньої програми визначено строками виконання завдання.

Таким чином, можливості та способи засвоєння освітньої програми є індивідуальними, орієнтованими на особистісні потреби майбутнього фахівця з маркетингу та мають можливість поглибленої диференціації знань, умінь та навичок під час навчального процесу. Забезпечується безперервний педагогічний процес на підставі спільної діяльності студента та викладача.

Під час формування дослідницької діяльності майбутніх фахівців з маркетингу результативний аспект визначається сукупністю знань, навичок та умінь, що складають дослідницьку компетентність. Змістовний компонент

системи, в якій здійснюється педагогічний процес відображає сутність того, що реалізується в процесі досягнення як загальної мети, так і кожного завдання окремо [2]. Структура змістового компоненту педагогічної діяльності щодо реалізації дослідницької діяльності та формування, як наслідок, дослідницької компетентності наведена на рисунку 1.



Рис. 1. Структура змістового компоненту педагогічної діяльності щодо реалізації дослідницької діяльності та формування дослідницької компетентності

Структурно-функціональні блоки програми відокремлені з урахуванням виявлених під час дослідницько-експериментальної роботи визначених етапів формування дослідницької компетентності майбутніх фахівців з маркетингу:

**Етап 1.** Ознайомлення з основами дослідницької діяльності, що пов'язаний з формуванням у майбутнього фахівця з маркетингу мотивації на виконання дії (блок ознайомлення).

До даному етапі рекомендовано застосування як загальноосвітніх, так і спеціальних (дослідницьких) методів навчання. Результатом педагогічного процесу передбачено здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

Наступні етапи педагогічної діяльності щодо реалізації дослідницької діяльності та формування дослідницької компетентності можна поділити лише умовно.

**Етап 2.** Засвоєння основних знань та умінь в галузі дослідницької діяльності (блок засвоєння).

**Етап 3.** Відпрацювання основних дослідницьких умінь у процесі

професійної підготовки або безпосереднє виконання самої дії (блок відпрацювання).

**Етап 4.** Системний аналіз результатів застосування знань та умінь з дослідницької діяльності або контроль результатів навчання (блок аналізу та контролю).

Педагогічні процес на цих етапах передбачає збір та аналіз необхідної інформації, розрахунок економічних та маркетингових показників, обґрунтування управлінських рішень на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Як результат – здатність застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу та навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань.

Для успішного формування дослідницької компетентності майбутніх фахівців з маркетингу під час лекційних та практичних занять з фахових дисциплін та дисциплін вільного вибору кращі результати отримано під час активного створення та використання умов для реалізації творчої активності студентів. Важливою складовою цієї стратегії є формування завдань, під час виконання яких студенти стикаються з неповною вихідною інформацією, водночас, мають чітке уявлення щодо того, що є результатом виконання завдання. У такому випадку відбувається процес відновлення вихідної інформації, що й відтворює процес прийняття рішення в умовах невизначеності в реальних умовах під час виконання власних професійних обов'язків.

Слід звернути увагу, що процес формування у студентів здібностей до синтезу нових знань за умови неповної вихідної інформації є безперервним та таким, що не містить різкі зміни за ідентифікаторами, що є однозначно виявленими. Важливим завданням є розробка нових та удосконалення тих інструментаріїв, що існують для виміру результативності педагогічного процесу. Вирішення цієї задачі ускладнюються необхідністю органічного поєднання процесу навчання з процесом виміру отриманих знань та навичок студентів. Також потрібно враховувати наявні інформаційно-комунікаційні технології надання знань та супроводу процесу навчання майбутніх фахівців з маркетингу. Так, можливість забезпечення цілодобового доступу до освітнього контенту протягом усього тижня обумовлює зміну до співвідношення теоретичного матеріалу та засобів самодіагностики, що є активним елементом процесу освіти. Під час виконання вправ, що спрямовані на самостійне виявлення студентом вад та недоліків у результаті оволодіння теоретичною частиною освітнього контенту та її проєкції на прикладну професійну діяльність, майбутній фахівець отримує досвід, що є елементом власного фахового зростання. Методи, що вже існують потребують своєї адаптації до використання у сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях. Сьогодні є можливість перейти від простої формалізації та упорядкування результатів тестування

до активного безперервного виміру ступеня готовності майбутнього фахівця до самостійної роботи, особливо в умовах невизначеності. Є цілком доцільним одночасне використання як прямих, так й опосередкованих вимірів результатів навчання. Під прямими вимірами слід розуміти прості тестові виміри, що вимагають, як зазвичай, простої відповіді як правило з чисельною фіксацією характеристик будь якого процесу або результатів його завершення. Такий простий підхід є цілком прийнятним для формування стійкого базового інформаційного вектору, що насамперед складається зі значної кількості чисельних характеристик або нескладних визначень. Також найбільш простим щодо отримання первинних результатів так й їх інтерпретації є обробка результатів, що отримана на основі прямих вимірів проте інших педагогічних величин, що характеризують рівень засвоєння та мають два вихідних стани – вірно або невірно. Якщо додати часову складову, то отримаємо певну комбінацію щодо результатів прямого виміру результатів навчання, які визначаються як певна кількість правильно названих чисельних характеристик або визначень, що описують процес або явище, що вивчається.

Щодо опосередкованих вимірів – вони є найбільш привабливими враховуючи характеристики об'єкту виміру та результати, що очікуються. До того ж, якщо обрати в якості законну виміру, що спирається на співвідношення величини, що вимірюється до сталої величини, що обрана за базове значення, то є можливість відслідковувати динаміку успіхів студентів за часом. Це, в свою чергу, надає можливість поточного корегування параметрів освітнього процесу, його інтенсивності тощо.

Загальною вимогою для всіх типів виміру є потреба в чіткій характеристиці параметрів, що підлягають контролю або виміру. Обґрунтуванню підлягає також часовий інтервал, через який потрібно проводити вимір та в продовж якого часу потрібно здійснювати цю процедуру. Крім того, потрібно враховувати методологію вимірів, тобто наявність суб'єктивної та об'єктивної складової. Будь яка експертна оцінка містить суб'єктивну складову, яка доволі часто й є домінантною. Вимір виконаний будь яким програмно-апаратним комплексом, за умови коректно розроблених тестових завдань та процедури їх верифікації, є переважно об'єктивним, проте обмеженим у можливостях встановити таку фахову характеристику як здатність до роботи в умовах неповної визначеності базових параметрів. Визначити, спираючись тільки на результати об'єктивних вимірів, гарантовану здатність майбутнього фахівця з маркетингу до синтезу нових знань або інформації взагалі за умови обмеженої інформованості щодо об'єкту дослідження досить складно, оскільки сама професійна ознака, що підтверджує таку здатність є досить умовною категорією.

**Висновки.** Отже, спрямованість на дослідницьку діяльність є важливою педагогічною умовою для успішної роботи в умовах

невизначеності майбутніх фахівців з маркетингу.

З метою визначення перспектив подальшої роботи у даному напрямі, на підставі обґрунтування професійної спрямованості на дослідницьку діяльність як педагогічної умови та запропонованої структури змістового компоненту педагогічної діяльності щодо реалізації дослідницької діяльності та формування дослідницької компетентності майбутніх фахівців з маркетингу можливо стверджувати, що структурно-функціональні блоки забезпечують потрібне, враховуючи кінцеву мету освітнього процесу, структурування етапів педагогічного процесу. Відповідне структурування зумовлює етапи організації та реалізації освітнього процесу, які містять в собі виконання окремих завдань та отримання інформації студентами, які під час опрацювання інформаційного потоку реалізують пізнавальний процес.

Також є важливим побудова освітнього процесу таким чином, щоб процедури виміру знань були органічною частиною процесу надбання нових вмінь та формування нових компетентностей. З цією метою цілком доцільним є розробка системи ідентифікаторів, що максимально однозначно встановлюють ступінь сформованості дослідницької компетентності щодо можливості реалізації власних професійних функцій в умовах часткової або повної інформаційної невизначеності.

#### **Використана література:**

1. Азіюковський О. О. Шляхи підвищення успішності студентів технічних напрямів навчання / О. О. Азіюковський, Ю. М. Пазиніч // Управління якістю підготовки кадрів з вищою освітою через удосконалення процедур ліцензування, акредитації та рейтингування : наук.-метод. конференція, 15-16 березня 2012: Збірник тез доповідей – 2012. – С. 5-8.
2. Зайченко І. В. Педагогіка : підручник / І. В. Зайченко. – 3-тє видання, перероблене та доповнене – Київ : Видавництво Ліра-К, 2016. – 608 с.
3. Медведовська Т. П. Впровадження інноваційно-орієнтованого підходу у професійну підготовку фахівців / Т. П. Медведовська // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 16 : Творча особистість учителя: проблеми теорії і практики. – 2014. – Вип. 23. – С. 29-31. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu\\_016\\_2014\\_23\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_016_2014_23_8)
4. Павелків Р. В. Загальна психологія : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Р. В. Павелків. – Київ, 2002. – 506 с. – Режим доступу : [http://pidruchniki.com/1584072016173/psihologiya/zagalna\\_psihologiya](http://pidruchniki.com/1584072016173/psihologiya/zagalna_psihologiya)
5. Приходько Ю. О. Психологічний словник-довідник : навч. посіб. / Ю. О. Приходько, В. І. Юрченко. – К.: Каравела, 2012. – 328 с. – Режим доступу : <http://www.psyh.kiev.ua>
6. Фурман В. В. Проблеми розвитку особистісної рефлексії студентів технічного університету в процесі професійної підготовки / В. В. Фурман // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету: збірник наукових праць. – Чернігів. – Вип. 103/2. – С. 159-161. Режим доступу: <http://elibrary.kubg.edu.ua/13166/>

#### **References:**

1. Aziukovskiy O. O. Shliakhy pidvyshchennia uspishnosti studentiv tekhnichnykh napriamiv navchannia / O. O. Aziukovskiy, Yu. M. Pazynich // Upravlinnia yakistiu pidhotovky kadriv z vyshehoiu osvitoiu cherez udoskonalennia protsedur litsenzuvannia, akredyatsii ta reitynhuvannia : nauk.-metod. konferentsiia, 15-16 bereznia 2012: Zbirnyk tez dopovidei. – 2012. – S. 5-8.
2. Zaichenko I. V. Pedahohika : pidruchnyk / I. V. Zaichenko. – 3-tie vydannia, pereroblene ta dopovnene – Kyiv : Vydavnytstvo Lira-K, 2016. – 608 s

3. Medvedovska T. P. Vprovadzhenia innovatsiino-orientovanoho pidkhodu u profesiinu pidgotovku fakhivtsiv / T. P. Medvedovska // Naukovyi chasopys NPU imeni M. P. Drahomanova Seriia 16 : Tvorchia osobystist uchytelia: problemy teorii i praktyky. – 2014. – Vyp. 23. – S 29-31 – Rezhym dostupu : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu\\_016\\_2014\\_23\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_016_2014_23_8)
4. Pavelkiv R. V. Zahalna psykholohiia : pidruch. dla stud. vyshch. navch. zakl. / R. V. Pavelkiv – Kyiv, 2002. – 506 c. – Rezhym dostupu : [http://pidruchniki.com/1584072016173/psihologiya/zagalna\\_psihologiya](http://pidruchniki.com/1584072016173/psihologiya/zagalna_psihologiya)
5. Prykhodko Yu. O. Psykholohichniy slovnyk-dovidnyk : navch. posib. / Yu. O. Prykhodko, V. I. Yurchenko. – Kyiv : Karavela, 2012. – 328 s. – Rezhym dostupu : <http://www.psyh.kiev.ua>
6. Furman V. V. Problemy rozvytku osobystisnoi refleksii studentiv tekhnichnoho universytetu v protsesi profesiinoi pidgotovky / V. V. Furman // Visnyk Chernihivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu. zbirnyk naukovykh prats. – Chernihiv. – Vyp. 103/2. – S 159-161 Rezhym dostupu. <http://elibrary.kubg.edu.ua/13166/>

**ЗАХАРЧЕНКО Ю. В.** *Направленность на исследовательскую деятельность как педагогическое условие успешной работы в условиях неопределенности будущих маркетологов.*

В статье исследованы методы формирования у будущих маркетологов навыков исследовательской деятельности, как педагогические условия организации образовательного процесса. Предложено структурирование образовательного процесса на структурно-функциональные блоки, реализация которых приводит к достижению конечной педагогической цели – формирования компетенций по работе в условиях информационной неопределенности. Выполнено обоснование педагогических методов формирования способности применять полученные теоретические знания для решения практических задач. Обращено внимание, что важной составляющей предложенной стратегии является формирование учебных задач, при выполнении которых студенты сталкиваются с неполной базовой информацией. Одновременно, они имеют четкое представление о результате выполнения задачи. В таком случае происходит процесс восстановления исходной информации, и воспроизводится процесс принятия решения в условиях неопределенности в реальных условиях при выполнении профессиональных обязанностей.

**Ключевые слова:** профессиональная направленность, направленность на исследовательскую деятельность, педагогическое условие, содержание обучения специалистов по маркетингу, исследовательская компетентность.

**ZAKHARCHENKO Y. V.** *The focus on research as a pedagogical condition for successful work in the context of uncertainty for future marketers.*

In the article methods of formation in the future marketers of skills of research activity, as pedagogical conditions of the organization of educational process are described. Structuring of the educational process into structural and functional blocks is proposed, the implementation of which leads to the achievement of the ultimate pedagogical goal – the formation of competences for work in conditions of information uncertainty. The substantiation of pedagogical methods of formation of ability to apply the received theoretical knowledge for the decision of practical problems is carried out. Attention is drawn to the fact that an important component of the proposed strategy is the formation of learning tasks, in which students face incomplete basic information. At the same time, they have a clear idea of the result of the task. In this case, the process of restoring the initial information takes place, and the decision-making process is reproduced in conditions of uncertainty, both in real conditions when performing professional duties.

**Keywords:** professional orientation, orientation to research activity, pedagogical condition, content of training of specialists in marketing, research competence.