

2. Битинас Б. П. Педагогическая диагностика: сущность, функции, перспективы / Б. П. Битинас, Л. И. Катаева // Педагогика, 1993. – № 2. – С. 10–15.
3. Давыдова Л. Н. Педагогическое диагностирование как компонент управления качеством образования : дисс. ... доктора пед. наук : 13.00.01 / Л. Н. Давыдова. – Астрахань, 2005. – 342 с.
4. Ингенкамп К. Педагогическая диагностика / Карлхайнц Ингенкамп. – М. : Педагогика, 1991. – 240 с.
5. Магомед-Эминов М. Ш. Психодиагностика мотивации. Объект и методы / М. Ш. Магомед-Эминов // Общая психодиагностика / под ред. А. А. Бодалева, В. В. Столина. – СПб. : Речь, 2004. – С. 219–231.
6. Терминологический словарь по педагогике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nlr.cat/edict/PDict>.

## МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ДОСЛІДНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ

**Захарченко Ю. В.**

*старший викладач кафедри маркетингу*

**Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет  
м. Дніпро, Україна**

В сучасному інформаційному суспільстві підготовка конкурентоздатного фахівця з маркетингу на ринку праці, підвищення його якості, потребує суттєвих змін щодо 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, с. 5]. Кваліфікаційні характеристики до маркетологів зумовлюють необхідність формування гнучких знань, навичок та здатностей адаптуватися до несталих ринкових умов. Це, в свою чергу, суттєво змушує вдосконалити освітню методику в напрямі спеціалізації та наданні широкого комплексу знань щодо здатності прогнозувати можливий сценарій розвитку подій в умовах невизначеності.

Проведена дослідно-експериментальна робота довела, що дослідницька компетентність фахівців з маркетингу забезпечує повноцінну реалізацію про-

цесу 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.

Дослідницьку компетентність можна визначити через наступні складові:

- загальноосвітні способи навчання (аналіз, синтез і т.п.);
- специфічні дослідницькі способи навчання, що засновані на інноваційно-орієнтованому підході, ключовою відмінністю яких має бути цільова зорієнтованість на підготовку майбутнього фахівця до життя в умовах сучасного, динамічного суспільства (проведення експерименту, моделювання, аналіз отриманих результатів) [2, с. 30];
- мобільність (активність та самостійність в реалізації власних цілей) [3, с. 30].

Вищезазначене дозволило сформулювати кінцеві результати, що визначають напрямки педагогічної діяльності щодо реалізації дослідницької діяльності та формування, як наслідок, дослідницької компетентності. До них можна віднести:

- реалізація внутрішніх мотивів до дослідницької діяльності;
- формування загальнонавчальних та дослідницьких умінь і навичок;
- самоорганізація майбутніми фахівцями з маркетингу своєї дослідницької діяльності.

Під час дослідно-експериментальної роботи розроблено та адаптовано методичне забезпечення дисципліни «Маркетинг промислового підприємства» з урахуванням процесу формування дослідницької компетентності майбутніх фахівців з маркетингу, головним компонентом якого є освітні завдання дослідницької спрямованості. Зміст робочої програми визначено на підставі пізнавальних потреб майбутніх фахівців-маркетологів. Ціль такої програми – формування дослідницької компетентності через підготовку та захист власної дослідницької роботи. Темпи засвоєння освітньої програми визначено строками виконання завдання.

Таким чином, можливості та способи засвоєння освітньої програми індивідуальні, орієнтовані на особистісні потреби майбутнього фахівця з маркетингу та мають можливість поглибленої диференціації знань, умінь та навичок рід час навчального процесу.

Для успішного формування дослідницької компетентності майбутніх фахівців з маркетингу під час лекційних та практичних занять з фахових дисциплін

та дисциплін вільного вибору рекомендовано створювати умови для реалізації творчої активності студентів.

### **Література:**

1. Азюковський О.О. Шляхи підвищення успішності студентів технічних напрямів навчання / О.О. Азюковський, 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. 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)

3. Сушенцева Л. Л. Основи професійної мобільності: навч.-метод. посіб. / Л. Л. Сушенцева; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т проф.-техн. освіти. – Кривий Ріг : Видавн. дім, 2011. – 162 с.

## **ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ФАХОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ У СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 081 «ПРАВО»**

*Лутак Н. А.*

*викладач вищої категорії, викладач-методист, методист  
ДНЗ «Дніпровський транспортно-економічний коледж»  
м. Дніпро, Україна*

Якісна фахова підготовка молодшого спеціаліста в галузі 08 «Право» передбачає сформованість діалектичного мислення: вміння аналізу, синтезу, оцінки, порівняння, співставлення, узагальнення фактів, вміння робити логічні висновки, прогнозувати розвиток подій в сфері державотворення та правотворення, визначати закономірності процесів та ін. Зрозуміло, що студент віком 16-17 років не може досконало оволодіти таким науковим інструментарієм. Тому завдання педагога полягає в необхідності розвинути природні розумові здібності студента та сформувані у нього навички критичного, аналітичного та логічного мислення.