

КРИТЕРІЇ СФОРМОВАНOSTІ ДОСЛІДНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ

Головною метою підготовки майбутніх фахівців з маркетингу, які здатні до самостійного аналізу об'єкта професійного впливу в умовах неповної інформації щодо дій конкурентів, їх стратегій у створенні маркетингових заходів позиціонування та просування товару на ринку – є формування дослідницької компетентності.

У межах дослідження та на підставі обґрунтованих складових компонент виокремлено такі об'єктивні критерії сформованості дослідницької компетентності майбутніх фахівців з маркетингу: мотиваційний, інформаційний, когнітивний, комунікативний, рефлексивний, особистісний.

Мотиваційний критерій відображає готовність майбутнього фахівця з маркетингу до пізнавальної мотивації (допитливість, бажання відкривати нові знання), дослідницької мотивації (прагнення освоювати професію маркетолога і отримувати результати своєї праці), а також мотивації досягнення (бажання покращувати свою діяльність, прагнення до успіху). На підставі цього, до показників мотиваційного критерію віднесено готовність до дослідницької діяльності, ступінь дослідницької мотивації та мотивації досягнення.

В якості інформаційного критерію передбачено використання комп'ютерних технологій що дозволяють засвоїти та розвинути інформаційно-інтелектуальні знання, навички та спроможності до самоорганізації у вирішенні дослідницьких завдань із залученням інформаційних критеріїв та засобів. До показників цього критерію віднесено здатність інтеграції дослідницького маркетингового знання та знання інформаційних технологій, рівень володіння комп'ютерними технологіями та операційними системами для здійснення дослідницької маркетингової діяльності та рівень використання технічних засобів збору та обробки інформації, зв'язків і комунікацій.

Когнітивний критерій передбачає теоретико-педагогічні та психологічні поняття на практиці, взаємодію з колективом і окремою особистістю, знання і прояв загальнолюдських цінностей, професійних етичних принципів, правил спілкування і поведінки. Критерій визначає наступні показники: система дослідницьких знань та академічна оцінка.

Комунікативний критерій характеризує уміння створити сприятливу атмосферу, в якій відбувається мовне спілкування між учасниками педагогічного процесу, уміння донести необхідну інформацію, уміння розуміти і приймати індивідуальність іншої людини, уміння пристосовуватися до характеру, звичок і бажань іншого та уміння приховувати або згладжувати неприємні почуття при зіткненні з некоммунікбельними якостями людини. Наведений критерій характеризує такими показниками як вміння донести необхідну інформацію, організація якісної інформації та розуміння партнера і правильна оцінка його здібностей.

Рефлексивний критерій є ознакою уміння аналізувати використану систему спілкування і уточнювати варіанти майбутнього спілкування, уміння розуміти особливості, переваги і недоліки кожної людини. До показників цього критерію віднесено здатність до оцінювання своєї діяльності та вміння помічати свої помилки і прагнути їх виправити, задоволення потреби в професійному та особистісному зростанні. Особистісний критерій відображає наявність свободи самовираження, протистояння до зовнішніх впливів, уміння відстоювати свої погляди. Показниками цього критерію є здатність до самоаналізу, саморегуляції, саморозвитку та самовдосконалення та здатність до продукування принципово нових ідей (креативність).

Крім того, необхідно виділити серед критеріїв сформованості дослідницької компетентності майбутніх фахівців з маркетингу критерій прогнозування в умовах невизначеності. Останній є правилом прийняття рішення з передбачення майбутнього стану розвитку подій на основі аналізу його минулого або сучасного в умовах невизначеності, систематичне оцінювання інформації про якісні та кількісні характеристики розвитку подій в перспективі. Результатом є знання про майбутнє, про ймовірний розвиток подій в подальшому існуванні, а показником – здатності прогнозувати можливий сценарій розвитку подій в умовах невизначеності.