

Успішному кар'єрному зростанню вчителя сприяють відповідна трудова мотивація, рівень кваліфікації, формування професійної самосвідомості, реалістичного мислення, комунікативних вмінь і навичок, оволодіння педагогічним досвідом, прагнення до самоосвіти і самовдосконалення.

Таким чином, професійна мобільність є одним із ключових факторів, що впливають на професійне становлення та кар'єрне зростання вчителя початкових класів, спонукають до швидкого адаптування до змін у професійній сфері та на сучасному ринку праці, прийняття нестандартних рішень, творчого мислення та ефективного вирішення різноманітних професійних завдань.

Список використаних джерел

1. Брижак Н. Ю. Професійна мобільність як фахова якість майбутнього вчителя / Н. Ю. Брижак // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота». – 2016. – Випуск 1 (38). – С. 67 – 70.
2. Гончарова Н. О. Кар'єрне проектування як фактор професійної підготовки майбутніх учителів / Н. О. Гончарова // Психологія і особистість. – 2015. – № 2 (8). Ч. 1. – С. 258 – 271.
3. Пілецька Л. С. Мобільність як необхідна умова професійного становлення особистості / Л. С. Пілецька // Психологія і особистість. – 2015. – № 2 (8). Ч. 1. – С. 243 – 257.
4. Пріма Р. В. Професійна мобільність фахівця як наукова проблема / Р. М. Пріма // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. Наукова монографія за ред. проф. С. Єрмакова. – Харків, 2008. – Випуск № 1. – С. 127 – 131.
5. Професійна кар'єра особистості в сучасних умовах: монографія / В. Т. Лозовецька. – Київ: 2015. – 279 с.
6. Професійна освіта: словник: навч. посіб. / уклад. С. У. Гончаренко та ін.; за ред. Н. Г. Ничкало. – К.: Вища школа, 2000. – 380 с.

Юлія Захарченко

*Старший викладач кафедри маркетингу
Дніпропетровський державний
аграрно-економічний університет*

ТЕХНОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ МОБІЛЬНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ

jvzakharchenko@gmail.com

В Законі України «Про вищу освіту», що діє з 1 липня 2014 року, зазначено, що з метою розвитку міжнародного співробітництва у сфері вищої освіти та інтеграції системи вищої освіти до світового освітнього простору, держава сприяє узгодженню Національної рамки кваліфікацій з рамкою

кваліфікацій Європейського простору вищої освіти для забезпечення академічної та професійної мобільності та навчання протягом життя [1].

Під поняттям «професійна мобільність» розуміємо володіння фахівцем компетентностями, що зумовлюють гнучкість, швидку орієнтацію у професії та у суміжних галузях знань, конкурентоздатність на ринку праці, готовність до підвищення кваліфікації, перекваліфікації та самоосвіти [2, с. 570]. Професійна мобільність багато у чому зумовлена дослідницькою компетентністю фахівця, її практичною реалізацією у професійній площині. Так, здатність здійснювати процес прийняття рішення за умови обмеженої інформації про систему, яка опрацьовується та породжує проблемну ситуацію, тобто в умовах невизначеності, надає змогу коректно поставити освітні цілі.

Зазначимо, що під час здійснення вибору та формування освітньої траєкторії з підвищення кваліфікації або з перекваліфікації вирішуються аналогічні завдання. Фахівець з маркетингу не має можливості мати тих фахових здібностей та компетентностей, що будуть йому надані під час підвищення кваліфікації. Тобто, він не може у повному сенсі спрогнозувати власну професійну траєкторію з новими компетентностями та знаннями (уміннями), що набуде в майбутньому. Водночас, рішення щодо формування освітнього замовлення потрібно приймати у поточний проміжок часу в умовах обмеженої інформації, що збігається з типовими дослідницькими фаховими завданнями. Водночас, варто зауважити, що в цьому випадку має місце суттєва відмінність. Оволодіння новими, додатковими фаховими компетентностями на основі тих, що вже існують забезпечує синергетичний ефект з наслідками та результатами, що складно підлягають прогнозуванню. Це зумовлено тим, що під час реалізації професійних здібностей результати є цілком прогнозовані або успішне досягнення кінцевої мети не вдається повною мірою забезпечити бажане позиціонування товару на ринку. У будь-якому випадку результат підлягає грошовому виміру. Враховуючи освітню траєкторію фахівець з маркетингу потрапляє в іншу ситуацію. Нові знання та компетентності зумовлюють зміни у алгоритмі прийняття рішення та надають більш широкий спектр можливих сценаріїв щодо майбутньої реалізації.

Професійна мобільність, як умова формування дослідницької компетентності, є характеристикою особистісних якостей, що проявляються у відповідності до ціннісних орієнтацій та пріоритетів майбутнього фахівця в умовах невизначеності. Під час підготовки фахівців з маркетингу, а, як наслідок, у результаті – професійно мобільних фахівців – важливим завданням є створення освітнього середовища, що сприятиме максимальному розкриттю особистісного потенціалу майбутнього фахівця-маркетолога, який володіє інтелектуальним інструментарієм синтезу нових знань на основі результатів дослідження ринку.

З метою досягнення вищезазначеного, під час дослідно-експериментальної роботи розроблено та адаптовано методичне забезпечення дисципліни «Маркетинг промислового підприємства» та «Рекламний менеджмент» для студентів спеціальності «Маркетинг» з орієнтацією на розвиток професійної мобільності як однієї з педагогічних умов процесу формування дослідницької компетентності майбутніх фахівців з маркетингу, головними завданнями якого є:

- актуалізація в теоретичній підготовці майбутніх фахівців з маркетингу проблеми впливу елементів маркетингу як на особистість студентів, так і на їх професійну позицію;

- підвищення рівня медіаграмотності майбутніх фахівців з маркетингу при визначенні позитивного та негативного контенту реклами на основі її класифікації за спільними ознаками;

- орієнтація навчального процесу на розвиток умінь студентів критично сприймати маркетингову інформацію, що дозволить їм цілеспрямовано використати отриманий досвід у практичній діяльності;

- динаміка розвитку критичного мислення студентів-маркетологів у процесі осмислення маркетингової інформації;

- діагностика стану критичного мислення майбутніх фахівців з маркетингу у процесі осмислення маркетингової інформації;

- технологічне забезпечення маркетингової діяльності.

Формування професійної мобільності передбачає використання на занятті активних та сучасних методів та форм навчання.

Таким чином, формування дослідницької компетентності майбутніх фахівців з маркетингу залежить від формування та розвитку професійної мобільності студентів-маркетологів.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/print1486399237428158>.

2. Сушенцева Л. Л. Вплив професійної мобільності на конкурентоздатність фахівця на сучасному ринку праці [Електронний ресурс] / Л. Л. Сушенцева, О. О. Сушенцев // Молодий вчений. - 2016. - № 4. - С. 568-572. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_139.