

демонструвати, що вони домоглися певних результатів у навчанні, отримали навички та компетенції, передбачені курсом.

О.В. Громова

РОЗВИТОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ОСОБИСТОСТІ В СИСТЕМІ ОСВІТИ

До найважливіших особливостей сучасного етапу соціально-економічного розвитку суспільства належить зростання конкуренції практично в усіх сферах життєдіяльності. Тому провідною вимогою до системи освіти, по суті, критерієм оцінки її якості, є становлення конкурентоспроможної особистості.

Невирішеність проблем підготовки конкурентоспроможної особистості у системі загальної та професійної освіти гальмує розуміння і прийняття суспільством і громадянами тенденцій розвитку країни, знижує конкурентоспроможність усіх сфер життєдіяльності держави.

Становлення конкурентоспроможності особистості в системі освіти є умовою і чинником її життєвої і професійної успішності надалі, запорукою ефективного саморозвитку та самовдосконалення. У контексті цільових орієнтирів модернізації української освіти в напрямку її безперервності, гуманізації та демократизації, інтеграції в загальноєвропейський освітній простір особливої актуальності набуває забезпечення особистості в освітньому процесі стартовими умовами для розвитку і саморозвитку її конкурентоспроможності протягом усього життя.

Як інтегративна характеристика особистості конкурентоспроможність представлена структурними компонентами: компетентністю, акмеологічною спрямованістю особистості і конкурентовизначальними особистісними якостями. Будучи динамічною якістю особистості, конкурентоспроможність включає базову соціальну конкурентоспроможність, основи якої закладаються в системі загальної освіти; соціально-професійну конкурентоспроможність, розвиток якої здійснюється в системі професійної освіти як процес вдосконалення соціальної конкурентоспроможності та становлення на цій базі основ професійної конкурентоспроможності; професійно-соціальну конкурентоспроможність, яка розвивається в процесі самореалізації особистості як громадянина та спеціаліста.

Розвиток соціальної конкурентоспроможності особистості забезпечується становленням:

- соціальної компетентності, яка передбачає володіння такими компетенціями: політичною та соціально-економічною, соціально-комунікативною, полікультурною, інформаційно-інструментальною, індивідуально-особистісною;

- соціально-акмеологічної спрямованості особистості як сукупності соціально-ціннісних орієнтацій, соціального цілепокладання і мотивації, прагнення до досягнення успіху в соціальній взаємодії;

- соціально значущих особистісних якостей: толерантності, активності, гнучкості, громадськості, порядності, здатності до самопрезентації, креативності, комунікабельності, надійності, мобільності, готовності «почати все з нуля».

Важливими показниками професійної конкурентоспроможності є вузька спеціалізація і поліпрофесіоналізм фахівців. Для різних видів професійної діяльності характерні різні цілі та цінності, предмети і засоби, дії та операції, особливості професійного середовища. Освоєння студентами всіх видів професійної діяльності, що визначаються кваліфікаційними характеристиками фахівця, забезпечує поліпрофесіоналізм фахівців як їх конкурентну перевагу. З іншого боку, ефективність професійної діяльності забезпечується його більш вузькою спеціалізацією. Консенсус між поліпрофесіоналізмом і вузькою спеціалізацією може бути досягнутий за умови забезпечення студентам можливості освоєння видів професійної діяльності, що корелюють між собою. Така можливість забезпечується конструюванням індивідуальних освітніх маршрутів студентів на основі виділення найбільш значущого для конкретних видів праці змісту структурних компонентів конкурентоспроможності, що підлягає освоєнню професійного досвіду і розробки необхідного для цього методичного інструментарію.

А.О. Дергоусова, О.В. Сиволовська

ФОРМУВАННЯ ПРАКТИЧНИХ НАВИЧОК У СТУДЕНТІВ-МАРКЕТОЛОГІВ

Сьогодні програма підготовки маркетологів у вищих навчальних закладах включає комплекс дисциплін, які дозволяють теоретично засвоїти технології маркетингової діяльності. Але основна проблема випускників-маркетологів – відсутність практичних навичок і системного використання теорії і практики.

Сприйняття маркетингу можливе лише при оптимальному поєднанні теорії і практики. Ступінь оволодіння практичними навичками багато в чому визначається насиченістю навчальної програми підготовки маркетологів курсовими роботами, які мають прикладний характер. Це і маркетингові дослідження, і проектування рекламних кампаній, розроблення плану маркетингу тощо. Не менш важливу роль при підготовці фахівців з маркетингу відіграє виробнича професійна практика.

Випускаючись з вишу, випускнику доведеться зіштовхнутися із досвідченими керівниками в галузі маркетингу. Вони чекають від