АВЄРІНА ЖАННА

СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ НАВЧАННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОГО ФАХІВЦЯ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ

**ЗМІСТ**

ВСТУП………………………………………………………………………………..3РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОГО ФАХІВЦЯ З ЕКОНОМІКИ…………………………6

1.1. Теоретичні засади формування конкурентоздатного фахівця економічного профілю………………………………………………………………………………6

1.2. Структура та компоненти культури конкурентних відносин у фахівців економічної освіти…………………………………………………….…………....13

Висновки до розділу 1…………….………………………………………………..22

РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ТА ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ПІДГОТОВКИ КОНКУРЕНТОЗДАТНОГО ФАХІВЦЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ…………….23

2.1. Методологічні підходи до формування культури конкурентних відносин у фахівців-економістів………………………………………………………………..23

2.2. Педагогічні умови підготовки конкурентоздатного фахівця з економіки…29

Висновки до розділу 2……………………………………………………………...44

РОЗДІЛ 3. ПЕДАГОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ НАВЧАННЯ

КОНКУРЕНТОЗДАТНОГО ФАХІВЦЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ…………….45

3.1. Запровадження педагогічного експерименту в навчання…………………...45

3.2. Реалізація педагогічних умов формування культури конкурентоздатного фахівця в системі економічної освіти…………………………………………….52

Висновки до розділу 3……….……………………………………………….…….63

ВИСНОВКИ………………………………………………………………...………64

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……………………………….…………66

**ВСТУП**

**Актуальність теми дослідження.** Динамічні зміни, розвиток сучасної економіки, подолання економічної кризи, вихід України на міжнародний ринок торгівлі зумовлюють потребу у кваліфікованих фахівцях економічного профілю, компетентних, готових до інноваційної діяльності, здатних конкурувати у мінливому ринковому середовищі та реалізувати стратегію сталого економічного і соціального розвитку держави.

В умовах постійних економічних, політичних і культурних змін заклад вищої освіти має залучати студентів до широкого спектру різних видів діяльності, що формують ті професійно важливі особистісні якості, які будуть сприяти успішній соціалізації й адаптації випускника в умовах конкуренції.

Для забезпечення практико-орієнтованої і інноваційно-педагогічної діяльності вищої школи України виникає необхідність у розробці нових наукових підходів до навчання майбутніх фахівців, переорієнтації освітнього процесу закладів вищої освіти на розвиток особистості майбутнього фахівця з економіки, який володіє високим рівнем професійної культури, має широкий світогляд, бажання безперервно навчатися, здатен ефективно організувати та планувати власну самостійну діяльність, аналізувати та оцінювати свої дії і приймати самостійні рішення для забезпечення ефективної діяльності суб’єктів господарювання. Відповідно виникає необхідність формування культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців економічного профілю та підготовки конкурентоздатного економіста, що згодом позитивно вплине на розвиток бізнесу й економіки на всіх рівнях.

Важливе значення для дослідження мають наукові праці вчених, у яких розкривається проблема формування конкурентоспроможного фахівця з економіки та культури конкурентних відносин, зокрема таких як: І. Бех, В. Воропаєва, О. Даниленко, Л. Зеліско, М. Дуранов, С. Матушкін, М. Мартиненко, Н. Шоєв, О. Бондар, Я. Шведова. Дослідженням проблем економічної освіти і професійної підготовки фахівців економічного профілю займалися М. Вачевський, З. Ватаманюк, А. Гальчинський, Л. Дибкова, М. Євтух, І. Каленюк, В. Кулішов, Р. КубановС. Мочерний, О. Шпак. Незважаючи на значну кількість дослідників з даної проблематики, подальшого вивчення потребує сутність культури конкурентних відносин як складного педагогічного феномена та технологій її при навчанні майбутніх фахівців економічного профілю.

**Мета** дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні та експериментальній перевірці соціально-педагогічних умов формування конкурентоздатного фахівця економічного профілю.

Відповідно до поставленої мети були сформульовані наступні завдання:

* розкрити теоретичні засади формування конкурентоздатного фахівця економічного профілю;
* охарактеризувати структуру та основні компоненти культури конкурентних відносин в фахівців з економіки;
* окреслити методологічні підходи до формування культури конкурентних відносин у фахівців-економістів;
* теоретично обґрунтувати педагогічні умови підготовки конкурентоздатного фахівця з економіки;
* запровадити педагогічний експеримент у навчання конкурентоспроможних фахівців економічного профілю;
* запропонувати шляхи реалізації педагогічних умов формування культури конкурентоздатного фахівця в системі економічної освіти.

**Об’єктом дослідження** є навчання конкурентоздатних фахівців в системі економічної освіти.

**Предметом дослідження** є соціально-педагогічні умови підготовки та формування культури конкурентних відносин майбутніх фахівців з економіки.

**Методи дослідження.** Теоретичні методи: аналіз економічної, психологічної, методичної та педагогічної наукової літератури з метою визначення понятійно-категоріального апарату досліджуваної проблеми; синтез, порівняння, систематизація теоретичних і дослідних даних; емпіричні: педагогічне спостереження; експертне оцінювання; тестування, групові бесіди, вправи; педагогічний експеримент під час проведення експерименту та визначення його результатів.

**Наукова новизна результатів** дослідження полягає в удосконаленні підготовки і навчання конкурентоздатних фахівців для економіки завдяки розробленні соціально-педагогічних умов формування культури конкурентних відносин таких фахівців та запровадженні педагогічних експериментів.

**Практичне значення.** Результати дослідження можуть бути використані під час розроблення навчальних програм і навчально-методичного забезпечення професійної підготовки майбутніх фахівців з економіки.

## Апробація результатів дослідження. Результатами кваліфікаційної випускної роботи опубліковано в 2021 році у вигляді тез у збірниках наукових праць кафедри фінансового менеджменту та страхування.

**Структура та обсяг випускної кваліфікаційної роботи.** Випускна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел з 74 найменувань, 3 таблиці, 1 рисунок. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи – 65 сторінок.

**РОЗДІЛ 1**

**СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОГО ФАХІВЦЯ З ЕКОНОМІКИ**

1. **Теоретичні засади формування конкурентоздатного фахівця економічного профілю**

Однією з соціально-педагогічних умов підготовки конкурентоздатного фахівця економічного профілю є формування професійної культури такого фахівця.

З огляду на педагогічну спрямованість нашого дослідження, ми будемо дотримуватися визначення, даного в педагогічному словнику, де «…культура – це історично визначений рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей людини, виражених у типах і формах організації життя і діяльності людей, їх взаємини, а також у створюваних ними матеріальних і духовних цінностях. Культура в освіті виступає як її змістовна складова, джерело знань про природу, суспільство, способи діяльності, емоційно-вольового та ціннісного ставлення людини до оточуючих людей, праці, спілкування» [1, с. 68].

Відзначимо, що, незважаючи на високий інтерес до культури, серед вчених, немає єдиної думки в трактуванні даного поняття.

Під терміном «культура» розуміють: 1) сукупність досягнень людства; 2) ступінь розвитку будь-якої галузі людської діяльності (педагогічна, економічна тощо); 3) рівень розвитку суспільства, здібностей людини.

Так, В. Воропаєва вважає, що «…культура – це складне поняття, яке включає в себе продукти діяльності, вірування, мистецтво, звички людини, а також діяльності, зумовленої цими звичками» [2, с. 182].

Для нас принциповим є розуміння культури як комплексного особистісного утворення, яке може формуватися завдяки педагогічним впливам і зусиллям з боку самого суб’єкта.

На сучасному етапі розвитку науки проблема культури досліджується досить активно, виділяють багато видів культури: мовна, інформаційна, економічна, професійна. Для нашого дослідження актуальним є поняття «професійна культура».

Професійна культура взаємопов’язана із загальною культурою, проте вона має свої специфічні ознаки. «Якщо загальна культура особистості – вказує М. Віленський – відображає оволодіння ціннісним змістом духовної і матеріальної культури, ступінь залучення особистості до створення їхніх цінностей, здатність до їх продукування, то професійна культура особистості відображає прояв загальної культури у специфічних умовах професійної діяльності» [3, с. 28].

На основі результатів соціально-філософського аналізу професійної культури В. Москаленко вважає, що «…це соціальний феномен, котрий представляє відносно самостійну суспільну підсистему – сукупність всього матеріального і духовного, виробленого в професійній сфері людини. Типологічними особливостями такої підсистеми є цілісність і взаємозв’язок структурних елементів на основі загальнолюдських цінностей, акумуляція накопиченого досвіду і діяльності, функціональність з притаманними механізмами підтримки життєдіяльності і розвитку, обумовленість соціальним середовищем» [4, c. 9]. Автор стверджує, що головним елементом професійної культури виступає історично сформований конкретний рід діяльності, його ціннісно-смислове значення і результати в системі людських відносин.

Соціолог Л. Максимова розуміє професійну культуру «…як ціннісно-смисловий конструкт, який має складну багатовимірну семантику діалогу професійних ідентичностей, етносу професійного співтовариства, професійної культури конструювання професії, а також синтезу індивідуальних свідомостей професіоналів як її носіїв, споживачів і творців» [5, c. 14]. Авторка вважає, що поле професійної культури включає істотні відмінності в регіональному вимірі, вони обумовлені розмірами міст і ступенем розвитку промислового виробництва.

Вважаємо, що центральним елементом професійної культури є якийсь конкретний рід діяльності, а саме поняття виступає як ціннісно-смисловий конструкт, який має складну багатовимірну семантику і зв’язок із професійними поглядами та особливостями етносу професійного співтовариства.

Так, Г. Гущина розкриває зміст поняття «професійна культура економіста» з точки зору педагогічної науки. Авторка вважає, що «…це є інтеграційна система загальнокультурних і професійних компетенцій фахівця економічної сфери діяльності, що дозволяє йому вирішувати професійні завдання на рівні сучасних досягнень економічної науки і досвіду, а також відчувати задоволення в обраній професійній сфері» [6, c. 13]. Ми вважаємо, що дану точку зору можна прийняти за основу, якщо спроектувати її на професійну діяльність майбутніх фахівців з економіки в умовах конкуренції.

Погоджуючись у деяких аспектах із сучасними вченими, професійну культуру в галузі економіки будемо розуміти як характеристику фахівця, що охоплює комплекс знань, умінь, особистісних якостей і цінностей, які забезпечують ефективність його професійної діяльності в сфері економіки.

З метою розкриття сутності професійної культури конкурентоздатного фахівця в сфері економічної освіти розглянемо спершу поняття «конкурент», «конкуренція» та «конкурентоздатність».

Аналіз літератури [7; 8; 9] показав, що термін «конкурент» і проблема конкуренції давно і досить плідно вивчається різними науками. Однак є низка моментів, за якими до сих пір немає єдиної думки. В першу чергу, це стосується визначення понять.

У словнику Д. Дмитрієва зазначено, що термін «конкурент» походить від німецького слова «konkurrent», який походить від латинського «concurrere» – «збігатися, сходитися» і праіндоеврпейскому «ers» – «бігти» [10].

У сучасних словниках поняття «конкурент» визначається як: 1) «…особа або група осіб, фірма, підприємство, що змагаються в досягненні ідентичних цілей, у прагненні володіти тими ж ресурсами, благами, займати положення на ринку» [11, с. 374]; 2) «…людина, яка змагається в чому-небудь зі співрозмовником, прагне домогтися тих же цілей [12, с. 486].

Термін «конкуренція», в свою чергу, трактується як: 1) «…суперництво в чому-небудь, боротьба за досягнення кращих результатів на якому-небудь поприщі» [7, с. 17]; 2) «…одна з форм взаємодії двох або більше суб’єктів, а також значних за чисельністю груп, що носить характер суперництва, боротьби за обмежені ресурси і прагнення до більш швидкого та ефективного досягненню подібних цілей» [10, с. 68].

Узагальнивши та проаналізувавши наукові публікації, доходимо висновку, що в словниках поняття «конкуренція» і «конкурент» розглядаються як пов’язані з термінами «суперництво» і «боротьба» між індивідами або групами індивідів. До цієї ж точки зору приєднується ряд вчених. Так, С. Ярошенко, аналізуючи думки економістів і фахівців із менеджменту, показує, що конкуренція розглядається дослідниками «…як: 1) суперництво на якомусь поприщі; 2) процес управління суб’єктом своїми конкурентними перевагами з метою досягнення перемоги в конкурентній боротьбі» [13, с. 65].

Ф. Туктаров визначає конкуренцію, як версію архетипу суперництва (ширше змагання), що виступає загальним і організуючим початком для всіх людей, і робить глибокий вплив на їх поведінку. Дослідник стверджує, що ефективна життєва стратегії особистості в сучасному інформаційному суспільстві – це «…забезпечення стану конкурентної переваги, утримання його максимально довго в непередбачуваних умовах, безперервних спробах конкурентів різними методами, в тому числі і не завжди сумлінними, змінити (нейтралізувати) досягнуту перевагу» [14, с. 18]. Зазначена точка зору, яка розкриває ключову атрибутивну властивість конкуренції, є значущою для нас і наших подальших висновків, пов’язаних із пошуком способів грамотного вибудовування майбутніми фахівцями конкурентних відносин.

Погоджуючись з думкою даного автора, ми вважаємо, що перманентні зміни зовнішнього середовища і повсюдна конкуренція перетворюються для особистості професіонала в постійну проблему конкурентоспроможності. Досліджуючи конкурентоспроможність та конкурентоздатність, Е. Галузо розглядає ці поняття робочої сили в різних проекціях: «…як здатність суб’єкта управляти своїми конкурентними перевагами, як властивість людського капіталу, як джерело максимального задоволення працівником потреби ринку в товарах і послугах» [8, с. 30]. Конкурентоздатність працівника можна визначити як ступінь розвитку здібностей і кваліфікацій, що реалізуються на підприємстві при даному рівні організації економічних відносин, виробництва і праці. З іншого боку, з позиції працівника, рівень його конкурентоспроможності є показником стійкості його положення на підприємстві.

Інший дослідник, Ю. Дмитрієва, в своїй роботі виявляє взаємозв’язок понять «конкурентоспроможність особистості», «конкурентоспроможність працівника», «конкурентоспроможність випускника університету». З точки зору автора, «…конкурентоспроможність особистості – це цілісне поняття, яке включає в себе єдність мотиваційних, кваліфікаційних, особистісних, ділових структурних елементів і виражає внутрішнє ставлення людини до професійної діяльності та виконання певних творчих функцій. Учений досліджує конкурентоспроможність особистості в двох взаємопов’язаних аспектах: як конкурентоспроможність працівника (особистість професіонала), і як конкурентоспроможність випускника ЗВО (людини, готового, але поки не зайнятого професійною діяльністю)» [15, с. 9-12].

Таким чином, одні автори практично ототожнюють поняття «конкурентоспроможності» та «конкурентоздатності», інші їх чітко розмежовують.

Зокрема, науковці Бусел В. Т. та Родзевич Н. С. наголошують, що «терміни «конкурентоспроможність» та «конкурентоздатність» тільки етимологічно мають один корінь, похідний від слова «конкуренція», що означає суперництво, змагання, зіткнення» [16, с. 551]. Вченні вказують на те, що «…друга частина терміну має певні розбіжності, «спроможність» походить від слова «спроможний», тобто який має здатність виконувати, здійснювати що-небудь або який може, має можливості здійснити що-небудь» [17, с.1378]; «здатність» – від слова «здатний», тобто який може, уміє здійснювати, виконувати, робити що-небудь, поводити себе певним чином» [17, с.453].

Розбіжність виникає в тому, що «…спроможність – це можливість це «уміння−реалізувати уміння», а здатність, притаманна об’єктові, здійснити задумане» [16; 17].

Дейнега О. В. з економічної точки зору визначає поняття «конкурентоспроможність» та «конкурентоздатність», зокрема: «…конкурентоспроможність – це комплекс характеристик об’єкта (товару, підприємства, регіону, країни), який визначає його потенційний результат на ринку; конкурентоздатність – це здатність певного об’єкта (товару, підприємства, регіону, країни) витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об’єктами на ринку» [18, с. 62].

Науковці Фатхутдинов Р. А Чернилевський Д. В. характеризують конкурентоздатного фахівця «…як продавця» професійних знань, умінь та навичок, а також зазначають, що фахівці конкурують між собою через робочі місця» [19-20].

Водночас Сергеєва Л. М. поняття конкурентоздатності трактує, виходячи з переліку особистісних компетенцій і визначає його «…як узагальнений показник, що характеризує рівень професійної, соціальної та особистісної компетенції випускника, який дає йому впевненість у своїх силах і здатність витримувати конкуренцію на ринку праці порівняно з випускниками аналогічних навчальних закладів» [21].

Узагальнивши різні підходи, виокремимо конкурентоздатність фахівця, як його здатність конкурувати, а саме за наявності в нього відповідних компетентностей та особистісних переваг, що дозволять перемогти в конкурентній боротьбі. Пропонуємо конкурентоздатність майбутніх фахівців з економіки розглядати як інтегративну характеристику особистості, що визначає внутрішню його готовність до ефективної професійної економічної діяльності, або ступінь відповідності можливостей майбутнього професіонала запитам роботодавців і здатність до досягнення професійного успіху в конкурентному середовищі.

Під формуванням професійної культури конкурентоздатного фахівця з економіки будемо розуміти досягнення діалектичної єдності окремих складових в спеціально організованому навчально-виховному процесі ЗВО, що має орієнтований напрямок на забезпечення засвоєння студентами системи компонентів, включених у культуру конкурентних відносин.

Щоб розробити коректні способи здійснення процесу формування культури конкурентних відносин, проаналізуємо результати вже виконаних наукових досліджень. Аналіз існуючих досліджень показав, що в руслі обраної нами проблематики існує мало досліджень. Тому ми будемо аналізувати гранично близькі по тематиці публікації, а саме, дослідження, пов’язані з формуванням професійної культури, і дослідження проблеми конкурентних відносин та конкурентоздатності.

У розглянутих і проаналізованих нами наукових працях спостерігається різноманітність застосовуваних методологічних підходів. Г. Гущина в своїх дослідженнях пише «…про рефлексивно-діяльнісний підход до формування професійної культури майбутніх економістів» [6], О. Горячук використовує «…компетентнісний, культурологічний, гуманітарний і технологічний підходи» [22], Н. Кабусь – «…діяльнісний підхід» [23], М. Ковбаса – «…компетентнісний і системний підходи» [24]. Таким чином, очевидно, що багато вчених вважають за краще спиратися в своїх дослідженнях відразу на кілька теоретико-методологічних підходів, але в більшій частині робіт використовується системний підхід.

Практично у всіх розглянутих педагогічних дослідженнях описані умови, при використання яких, формування необхідного педагогічного явища здійснюється більш ефективно. Зупинимося на деяких умовах, найбільш значущих для нашого дослідження:

- створення конкурентного освітнього середовища в процесі підготовки майбутніх випускників [25, с. 86];

- об’єднання зусиль освітнього закладу і роботодавців, що забезпечує залучення додаткових інтелектуальних і матеріально-технічних ресурсів [26, с. 8];

- дотримання духовно-моральної атмосфери, становлення толерантності та розвиток ментальності;

- створення інноваційного інформаційно-комунікаційного освітнього середовища на засадах компетентнісно орієнтованого та контекстного підходів навчання;

- зміна ставлення студентів до конкуренції і конкурентоздатності з негативного на позитивне [7, с. 8];

- підготовка професорсько-викладацького складу ЗВО до формування у майбутнього випускника готовності до конкурентних відносин у процесі комунікативної діяльності.

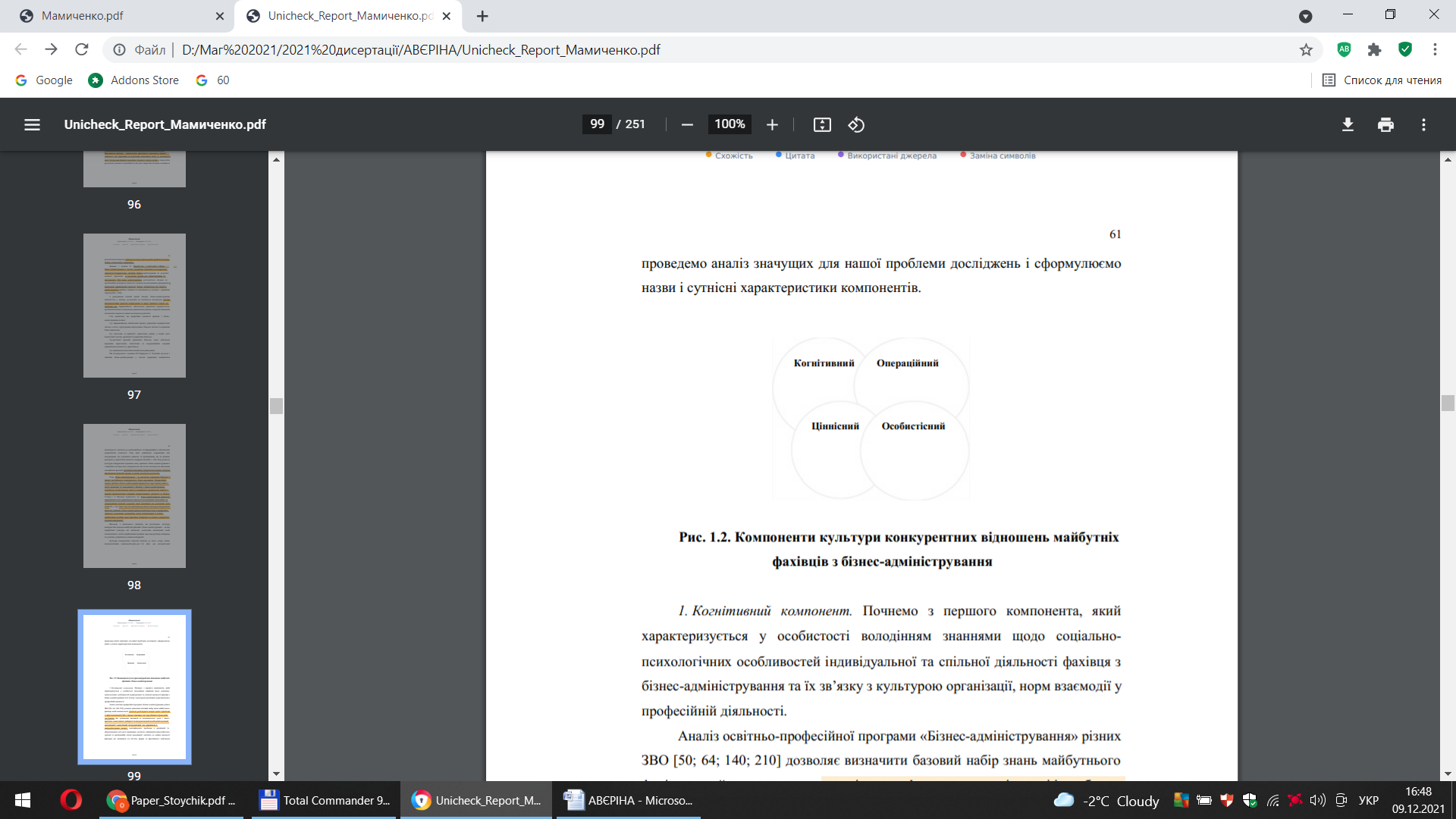
**1.2. Структура та компоненти культури конкурентних відносин у фахівців економічної освіти**

Культура конкурентних відносин майбутніх фахівців з економіки, як вид професійної культури, забезпечує досягнення економічних цілей оптимальними і етично прийнятними засобами через продуктивну співпрацю та сумлінне суперництво в умовах конкуренції.

Культура конкурентних відносин включає до свого складу кілька взаємопов’язаних компонентів (рис. 1.1).

Далі, для систематизації проведемо аналіз значущих для нашої проблеми досліджень і сформулюємо назви і сутнісні характеристики компонентів.

1. Когнітивний компонент. Почнемо з першого компонента, який характеризується у особистості володінням знаннями щодо соціально-психологічних особливостей індивідуальної та спільної діяльності фахівця з бізнес-адміністрування та їх зв’язку з культурою організації, норм взаємодії у професійній діяльності.



**Рис. 1.1. Компоненти культури конкурентних відношень майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування**

Сучасний педагогічний процес покликаний створити всі необхідні умови для формування креативної, мобільної, суспільно активної та відповідальної особистості, її самовизначення та самореалізації. За нових умов особистість вихователя знаходиться на одному рівні з особистістю вихованця, формуються суб’єкт-суб’єктні відношення у формі діалогу. Педагог вже не є «…основною та єдиною ланкою надходження інформації з соціуму, зовнішнього середовища, отримання знань, чітко прослідковується тенденція до збільшення потоку інформації завдяки засобам масової інформації, Інтернету тощо» [57, с. 6]. По-перше, загальновідомо, що для будь-якої діяльності необхідні знання, в тому числі і для процесу формування культури конкурентоздатного фахівця. По-друге, визначений зв’язок між знаннями і морально-ціннісною складовою особистості.

Відповідно, можемо зробити наступний висновок: для того, щоб ефективно формувалася культура конкурентних відносин (як ціннісна складова особистості), випускнику ЗВО необхідно постійно поглиблювати знання, проявляти ініціативу, творчо мислити.

Таким чином, теоретичне осмислення визначної проблеми призвело до наступного висновку, що можливість ефективно конкурувати і формувати професійну культуру передбачає постійне оновлення професійних знань і успішне їх застосування в економічній діяльності, при цьому не просто володіння знаннями, а постійна потенційна готовність вирішувати завдання, що стоять перед фахівцем.

Зважаючи на проведене дослідження, вважаємо, що перший компонент в структурі поняття «культура конкурентних відносин» буде когнітивний. Він відображає: а) інтелектуальну зрілість майбутнього фахівця, його знання, рівень загальної обізнаності; б) професійне мислення (вміння систематизувати, аналізувати і узагальнювати професійні знання); в) рівень професійної самосвідомості майбутнього фахівця.

2. Операційний компонент. Крім знань, з нашої точки зору, культура конкурентних відносин включає в себе систему певних умінь і навичок. Цей компонент включає комунікативні та організаторські уміння, що забезпечують реалізацію норм взаємодії у процесі спільної діяльності, серед яких вирішення конфліктних ситуацій, самопрезентацій, створення власного іміджу та іміджу організації, самопрезентацій, аналіз, розробка та реалізація поставлених цілей тощо.

Вміння визначають підготовленість випускника і стають відзнаками особистості професіонала. Вміння і навички, що становлять культуру конкурентних відносин, формуються в результаті цілеспрямованої діяльності. Майбутні фахівці з економіки повинні: вміти використовувати технології ділової взаємодії в бізнес-адміністративній та управлінській практиці; вміти обґрунтовувати практичні рішення щодо забезпечення ефективного партнерства суб’єктів державно-приватного партнерства; вміти проектувати та застосовувати результативну управлінську роботу в різних суб’єктах господарювання; вміти використовувати методи прийняття рішень в сфері фінансів, банківської справи та страхування; володіти навичками критичного аналізу отриманих результатів; вміти приймати обґрунтовані управлінські рішення, реалізовувати їх в фінансовій сфері організації, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність у міжнародному контексті.

Інші дослідники підкреслюють, що «…специфіка діяльності сучасного професіонала економічного профілю змушує його постійно шукати нові ділові контакти, що, відповідно, передбачає сформованість у фахівця деяких вмінь і навичок: прояв ініціативності, відповідальності за поставлені завдання, постійна готовність до їх вирішення; уміння налагоджувати позитивний контакт у процесі суб’єкт-суб’єктної взаємодії, що передбачає вміння логічно та послідовно висловлювати свої думки й обґрунтовувати заперечення, володіти технологією взаємодії з людьми; здатність постійно само презентуватися наявність мотивації щодо підвищення рівня знань та вмінь у різних сферах ділової діяльності» [27, с. 135]. А це не можна досягнути без сформованих певних умінь і навичок економічної діяльності та економічної поведінки.

Погоджуючись із низкою дослідників, вважаємо, що «…при формуванні професійної культури (а, отже, і культури конкурентних відносин) важливо враховувати особливості професійної діяльності та поведінки, які повинні знаходити своє відображення при змістовному наповненні проектованої педагогічної системи, виборі форм, засобів і методів навчання, розробці тематичних завдань тощо» [28].

Для обґрунтування подальших висновків наведемо найбільш значущі для нашого дослідження точки зору на дану проблему. Так, на думку В. Спасенікова, «…не можна ігнорувати те, що в основі багатопланових економічних взаємодій лежать поведінкові закономірності діяльності людей. Тому оволодіння навичками аналізу мотивів, стимулів, факторів соціокультурної детермінації економічної активності та формування економічної свідомості є важливим компонентом професійної культури сучасного фахівця» [29, с. 3].

Підсумовуючи сказане, ми приходимо до важливого висновку: економічне рішення – це не завжди зацікавленість у максимальному прибутку, це пошук прийнятних варіантів, оптимальних для даної ситуації.

Вигода поєднує в собі, як мінімум, дві складові: корисність для себе і корисність для інших. Вивчаючи економічну поведінку, О. Дейнека вказує на ряд істотних аспектів: «1) економічне рішення може бути прийнято на основі звички або в результаті емоції. Однак, чим більш значуще для людини рішення мають бути ухвалені, тим воно більш логічне і раціональне; 2) збільшення витрат на прийняття економічного рішення може знизити його ефективність. Американські вчені встановили, що якщо на посаду претендує дуже багато кандидатів, то підвищується ймовірність того, що буде відібраний не найкращий; 3) крім психологічних чинників, що впливають на прийняття економічного рішення, існують також соціальні, пов’язані з взаємодією між людьми і групами. Наприклад, в процесі оцінювання і пояснення поведінки інших людей включаються механізми атрибуції і емпатії» [28, с. 19].

Дослідники сходяться на думці, що запорукою успіху економіста або будь-якої економічно активної людини є не тільки і не стільки система знань, правил і рекомендацій по успішному веденню бізнесу, скільки серйозна світоглядна позиція, глибоке розуміння причинно-наслідкових зв’язків в явищах соціально-економічної реальності, звичка до рефлексії і прагнення до самовдосконалення.

Отже, в сучасних умовах невизначеності розвитку економіки, економічне рішення в різних ситуаціях: прийняти досить складно, але все ж люди, здатні до раціональних міркувань і обчислень, мають перевагу в прийнятті рішень; це не завжди зацікавленість у максимальному прибутку, це пошук прийнятних варіантів, оптимальних для даної ситуації, де вигода поєднує в собі як мінімум дві складові: корисність для себе і корисність для інших; приймається під впливом соціально-психологічних механізмів емпатії та атрибуції; не може бути раціональним без знаходження адекватних конструктивних, соціально корисних цілей, методів, засобів їх реалізації, без урахування психологічних і соціально-психологічних особливостей суб’єкта, що реалізує вибір. На нашу думку, розуміння сутності й урахування особливостей економічної діяльності та поведінки у професійної діяльності дозволять вирішити проблему формування професійної культури і культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців економічного профілю найбільш оптимально.

3. Ціннісний компонент. Досліджуваний компонент повинен характеризувати ціннісні орієнтації, які актуалізують потребу в саморозвитку особистості.

Зважаючи на те, що в дослідженні мова йде про поняття «культура конкурентних відносин», очевидно, що проблема цінностей і формування ціннісних орієнтацій займає центральне місце в структурі даного поняття. У нашому дослідженні ми приєднуємося до думки про поняття «цінності» Т. Васильєвої [30]. Класифікація цінностей виражена в прийнятті конструкту системи базових цінностей. Дана система включає термінальні (цінності-цілі) та інструментальні цінності (цінності-засоби). Ідеали, найважливіші цілі, смисли життя людей визначаються їх термінальними цінностями, в свою чергу розділяються на особистісні та соціальні.

З цінностями тісно взаємопов’язані ціннісні орієнтації. Так, О. Міненко вважає, що ціннісні орієнтації – «…найважливіша складова особистості, що має у своїй структурі мотиваційний, когнітивний, емоційний, оцінювальний та інші компоненти. Роль ціннісних орієнтацій полягає в тому, що вони визначають спрямованість професійної діяльності, надають їй вартості, що містить зміст, дозволяють зайняти певну позицію, регулюють поведінку, формують способи самопрезентацій тощо» [31, с. 210].

Ми, погоджуючись з точкою зору Т. Васильєвої, яка розглядає професійні ціннісні «…орієнтації як відносно стійке ставлення суб’єкта до майбутньої професійної діяльності та реалізації себе в конкретній професійній сфері, а також як сформовані якісні показники розвитку особистості, необхідні для оволодіння обраною професією» [32, с. 11].

У цілому, ціннісний компонент майбутніх фахівців з економіки забезпечується комплексом таких ставлень, цінностей, мотивів, установок як: мотивація соціального, професійного та особистісного саморозвитку, формування та розвитку готовності до конкурентної взаємодії у професійної та соціальної діяльності; прагнення до соціальної та професійної взаємодії та добросовісної конкуренції, установки на подолання соціальних і професійних стереотипів, установки на відкритість і професійну мобільність.

4. Особистісний компонент. Він відображає здатність майбутнього фахівця виявляти професійно важливі особистісні якості (далі – ПВОЯ), професійну відповідальність, усвідомлювати професійний обов’язок. Перед тим як переходити до опису рівнів, перерахуємо їх. Це конкурентоспроможність, вмотивованість на успіх, інтелектуальна лабільність, толерантність, комунікабельність.

Серед ПВОЯ виокремимо конкурентоспроможність. Аналіз різних досліджень, дозволяє констатувати, що студент з розвиненим рівнім конкурентоспроможності характеризується наступним чином: «…має виражену позитивну професійною мотивацією, має чіткі цілі, раціоналістичний, відповідальний, комунікабельний, легко сходиться з новими людьми, швидко адаптується в нових ситуаціях, проявляє чітке прагнення до безперервного росту своєї компетентності. Для нього характерна здатність аналізувати негативні результати; властиві сильні пізнавальні мотиви; виконувана діяльність цікава сама по собі. Він працьовитий, працездатний, виявляє прагнення до досягнень; яскраво виражені вміння, орієнтовані на нестандартність прийнятих рішень, здатність до творчої діяльності [33; 34]. Студент проявляє риси лідера, незалежний, здатний приймати самостійні рішення; володіє собою.

Прагнення до успіху характеризує спрямованість особистості студента, яка виявляється в потребі самопрезентацій й саморозвитку, ступеня впевненості та наполегливості в досягненні мети, позитивного ставлення до майбутньої професійної діяльності.

Інтелектуальна лабільність. Визначену якість фахівця вважають важливим показником, яка визначає рівень здатності до навчання, зміни видів діяльності, пов’язаних з навичками засвоєння інформації, та зі здатністю конкурувати і здобувати перемогу.

Комунікабельність. Так як проблема нашого дослідження пов’язана з конкурентними відносинами, то ця риса буде сприяти створенню ефективних конкурентних стратегій. Під розвитком комунікабельності у майбутніх фахівців економічного профілю ми розуміємо процес якісних і кількісних змін знань, комунікативних умінь, ціннісних орієнтацій, які сприяють вдосконаленню особистості.

На нашу думку, ті виклики, які постають сьогодні перед системою підготовки та перепідготовки фахівців з економіки, повинні спрямувати політику вищих навчальних закладів на формування балансу між фінансовою, управлінською та гуманітарною освітою. Зокрема, ринкова економіка вимагає від фахівця економічного профілю діяльності: здатність керувати собою; розумні особисті цінності; чітких особисті цілі; постійного особисте зростання (розвиток); навички швидко знаходити «вихід» із складних ситуацій; винахідливість та інноваційність; здатність доводити свою точку зору до інших; здатність управляти, контролювати та мотивувати підлеглих.

У цілому, вимоги роботодавців, аналіз світобачення науковців щодо образу сучасного фахівця з бізнес-адміністрування були сполучені із власним баченням автора дослідження, результати якого відображено у таблиці 1.1.

Таким чином, спираючись на наукові дослідження з проблематики формування культури конкурентних відносин та власні міркування, ми прийшли до наступних висновків:

- культура конкурентних відносин, як вид професійної культури, містить чотири взаємопов’язані компоненти;

- основне цільове призначення когнітивного компонента полягає у створенні теоретичної бази і забезпечення засвоєння студентами системи знань, включених в культуру конкурентних відносин. Передбачається вивчення понятійного апарату, відповідних нормативних актів, авторських концепцій, теорій, статистичних даних ринку праці;

**Таблиця 1.1**

**Структура культури конкурентних відносин фахівців економічного профілю**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Компоненти** | **Зміст компонентів** |
| 1. | Когнітивний | Сутність і правила культури конкурентних відносин, правила конкурентної поведінки, норми професійної культури за умов конкуренції |
| 2. | Операційний | Організаційні вміння планувати професійну діяльність і прогнозувати її результат; контрольно-аналітичні вміння оцінювати результати конкурентної взаємодії, вміти виявляти недоліки, коригувати конкурентну поведінку |
| 3. | Ціннісний | Професійна культура, культура конкурентних відносин, добросовісна конкуренція, клієнтоорієнтована культура, особистість конкурента, моральні цінності, економіка, особистість професіонала |
| 4. | Особистісний | Тактовність, конкурентоспроможність, доброзичливість, вміння співпереживати, толерантність, товариськість, лідерські якості, емпатія, прагнення до успіху, лабільність. |

- операційний компонент передбачає оволодіння майбутніми фахівцями вміннями, що забезпечують ефективну взаємодію в умовах конкуренції. В рамках даного компонента студенти за допомогою отриманих знань і наявного досвіду поступово оволодівають практичною діяльністю, освоюють способи конкурентної взаємодії, тим самим розвивають професійно важливі особистісні якості та ціннісні орієнтації;

- ціннісний компонент пояснює взаємопов’язану систему цінностей, і професійних установок майбутніх фахівців економічного профілю на формування культури конкурентних відносин в галузі економіки;

- особистісний компонент характеризує здатність майбутнього фахівця з економіки проявляти професійну відповідальність, усвідомлювати професійний обов’язок, керуватися знаннями професійної етики.

Нами була розкрита сутність поняття культури конкурентних відносин майбутніх фахівців з економіки, визначені її складові компоненти: когнітивний, операційний, ціннісний, особистісний. Слід підкреслити, що змістовне наповнення культури конкурентних відносин фахівців економічного профілю може бути сформовано завдяки певної методології та комплексу педагогічних умов.

**Висновки до розділу 1**

1. У ході дослідження визначено низку основних понять, що формують теоретичний базис формування конкурентоздатного фахівця економічного профілю. Зокрема, професійна культура – це характеристика фахівця, що охоплює комплекс знань, професійно важливих особистісних якостей і цінностей, які забезпечують ефективність його професійної діяльності; культура конкурентних відносин фахівців економічного профілю – як вид професійної культури, що забезпечує фахівцям досягнення економічних цілей оптимальними і етично прийнятними засобами через продуктивну співпрацю та суперництво в умовах конкуренції; формування культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців з економіки – це досягнення діалектичної єдності окремих складових в організованому навчально-виховному процесі ЗВО.
2. Культура конкурентних відносин майбутніх фахівців з економічного спрямування включає до свого складу кілька взаємопов’язаних компонентів: когнітивний, операційний, ціннісний і особистісний. Окреслено компоненти професійної культури конкурентоздатного фахівця.

**РОЗДІЛ 2**

**МЕТОДОЛОГІЯ ТА ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ПІДГОТОВКИ КОНКУРЕНТОЗДАТНОГО ФАХІВЦЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ**

* 1. **Методологічні підходи до формування культури конкурентних відносин у фахівців-економістів**

Культура конкурентних відносин, як зазначалося раніше, є інтегративним особистісним новоутворенням і вимагає цілеспрямованого формування. Для цього нам необхідно визначити або розробити методологічні та методичні елементи визначеної проблеми.

Розглянемо методологію дослідження зазначеної проблеми. Методологію науковці трактують як «…сукупність теоретичних положень про педагогічне пізнання і перетворення дійсності» [35, c. 147].

До методологічних основ в сучасній науці прийнято відносити підходи. Аналіз літератури свідчить, що поняття «підхід» використовується «…як сукупність наукових ідей, методів, принципів, що знаходяться в основі рішення проблем» [23; 36]. А в свою чергу, методологічний підхід – це коли за допомогою емпіричних і теоретичних досліджень формулюються загальні принципи і методи дослідження явищ, побудови теорії.

У вітчизняній і зарубіжній педагогіці накопичено достатній досвід реалізації самих різних підходів: діяльнісного, системного, компетентнісного, особистісного, діалогічного, культурологічного тощо.

Останнім часом дослідниками активно використовуються складові підходи: системно-діяльнісний, системно-технологічний, контекстно-діяльнісний тощо. Ми вважаємо доцільно використовувати в нашому дослідженні кілька методологічних підходів, а саме: системний, компетентнісний і діяльнісно-культурологічний. Обґрунтуємо свій вибір.

Вибір саме системного, компетентнісного і діяльнісно-культурологічного підходів також зумовлений низкою причин. Так як однієї з головних цілей нашого дослідження є розробка комплексу взаємопов’язаних педагогічних умов формування професійної культури конкурентних відносин у фахівців економічного профілю, то ми вважаємо логічним використовувати системний підхід, який допоможе оптимально визначити ефективні педагогічні умови.

Метою компетентнісного підходу є компетентнісно-орієнтована освіта, яка спрямована на комплексне засвоєння знань і навичків практичної діяльності, які людина успішно використовує для реалізації себе в різних галузях життєдіяльності.

Причинами, які зумовлюють необхідність використання діяльнісно-культурологічного підходу, є наступні: по-перше, формування культури конкурентних відносин можливо тільки в умовах спеціально організованої діяльності, характеристики якої необхідно досліджувати, що вимагає використання діяльнісного підходу; по-друге, з огляду на орієнтованість, передачу і засвоєння соціально значущих ціннісних орієнтацій освітнього процесу, ми вважаємо за необхідне залучити апарат культурологічного підходу. У свою чергу, поєднання діяльнісного, компетентнісного і культурологічного підходів визначається необхідністю орієнтації діяльності суб’єктів процесу професійної підготовки і конкурентної взаємодії на освоєння особливого виду професійної культури, що забезпечує збагачення професійного середовища новими значущими цінностями.

Таким чином, системний підхід забезпечить можливість розгляду досліджуваного нами феномена формування професійної культури конкурентних відносин у фахівців з економіки як цілісного процесу, з окремими властивостями, елементами та взаємозв’язками. Доповнює його інструментарій компетентнісного і діяльнісно-культурологічного підходу, що дозволить вивчити комплекс педагогічних умов та можливість застосування їх на практиці.

Розглянемо ці підходи. Системний підхід є загальнонауковою основою, що орієнтує нас підходити до досліджуваних явищ життя як до системи. В рамках педагогіки дослідженнями системного підходу займалися С. Куздєнцов [37], В. Сластенін [35], Ф. Шаріпов [38].

Дослідники розглядають поняття «система» як безліч взаємопов’язаних елементів, кожен з яких прямо або побічно взаємодіє з іншим. При цьому, дві будь-які підмножини певної множини не можуть бути незалежними. Отже, система повинна складатися, щонайменше, з двох елементів і зв’язків між ними, а також зв’язків кожного елемента з будь-яким іншим елементом множини. У різних визначеннях системи чітко прослідковується вказівка на її структуру, як упорядкований взаємозв’язок елементів, на зв’язок системи із зовнішнім середовищем, з навколишнім оточенням [39, с. 32].

За переконанням А. Жиліної, «…системний підхід – це, насамперед, сукупність методів пізнання (системний аналіз, системне програмування, системне проектування та ін.), дослідження і конструювання дійсності, спосіб опису і пояснення природи аналізованих або штучно створюваних об’єктів або їх моделей» [40, с. 15]. При цьому чинниками мають бути ідеї, елементи та принципи системного підходу: професійна спрямованість, науковість, систематичність, індивідуалізація, активність студентів, академічне співробітництво, єдність структурних елементів навчання й виховання, технологізація в процесі професійної підготовки майбутніх фахівців.

Як наполегливо зазначає І. Андрощук, «…цінність системного підходу визначається тим, що він орієнтує процес вищої освіти на розкриття цілісності її компонентів і механізмів, які її забезпечують, на виявлення різноманітних типів зв’язків складних процесів і зведення їх в єдину цілісну систему» [41, с. 8].

Ідея компетентнісного підходу – одна з відповідей на запитання, який результат освіти особистості в сучасному суспільстві. При цьому Т. Сорочан стверджує, що «…компетенція – це повноваження професіонала на певній посаді, а компетентність – це загальна здатність до їх реалізації у професійній діяльності» [42, с. 23]. В європейських наукових дослідженнях з освіти «…компетентність трактується дослідниками як спроможність особистості сприймати та відповідати на індивідуальні та соціальні потреби, комплекс ставлень, цінностей, знань і навичок» [43, с. 7]. О. Гура вважає, що «…компетентність – це володіння людиною відповідною компетенцією, що містить її особистісне ставлення до предмета діяльності. Тобто компетенцію слід розуміти як задану вимогу, норму освітньої підготовки особистості, а компетентність – як її реально сформовані особистісні якості та мінімальний досвід діяльності» [44, с. 4-9]. Зважаючи на наведені трактування терміна «компетентність», можна побачити, що переважна їх більшість стосується досить широкого кола професійних вмінь та навичок фахівців, які достатньо володіють ними і здатні на високому рівні, професійно виконувати поставлені завдання, спрямовані на управління економікою в певній галузі.

Погоджуємося із А. Загодньою, що «…для професійної підготовки фахівців будь-якої галузі важливим є здобуття знань, інформації, навичок які були б актуальними та давали можливість професійно реалізовуватись, підвищувати кваліфікацію впродовж усього життя. Особливо це має значення для фахівців економічної галузі, оскільки економіка швидко розвивається й знання в цій галузі мають постійно доповнюватись і оновлюватись» [45, с. 31].

Розглянемо деякі приклади компетенцій світових стандартів (базові типи компетенцій). Дослідження, представлене компанією SHL, зводить разом особистісні фактори і фактори умінь для оцінки компетенцій та їх впливу на результати роботи. Використання схеми компетенцій розвиває більш сучасне розуміння факторів, що лежать в основі показників ефективності роботи. Таким чином, співробітники компанії SHL виділили вісім компетенцій, які є головними описовими характеристиками співробітників, це: лідерство та прийняття рішень; підтримка та кооперація; інтерактивна комунікація та вплив; аналіз та інтерпретація; креативність і стратегічне мислення; організованість і старанність; адаптація та гнучкість; орієнтація на результат бізнесу та дієздатність.

О. Баніт зазначає, що для бізнес-менеджерів серед домінантних компетенцій можна визначити такі «…як здатність до управління, що проявляється в максимально ефективному розподілі активів і ресурсів одночасно зі збереженням і використанням наявних компетенцій фахівців, а також в координуванні, синхронізації й контролюванні бізнес-стратегій; уміння спілкуватися, налагоджувати міжособистісні стосунки, проводити дискусії, приймати рішення про створення чи ліквідацію основних виробничих потужностей, технологічних торгових центрів; володіння мистецтвом дипломатії» [46, c. 342].

Слід підкреслити, що аналіз моделей компетенцій, запропонований різними вченими, свідчить про відсутність чітко сформованих необхідних якостей майбутнього професіонала навіть на теоретичному рівні. На нашу думку, об’єднавши результати досліджень, можна виділити найбільш важливі компетенції, які висувають сьогодні умови ринку для фахівців з бізнес-адміністрування: 1. Інтегральну компетентність. 2. Загальні компетентності. 3. Спеціальні (фахові, предметні) компетентності. Таким чином, компетентність майбутніх фахівців з економіки можна визначити як наявність умінь, знань та навичок в їх синергетичному взаємозв’язку та взаємозалежності, сформованих на базі загальної освіти, здатність до їх постійного оновлення, а також особисті якості індивіда, які з набуттям досвіду використовуються під час професійної діяльності.

Необхідним є доповнення системного і компетентнісного підходів, ще одним – діяльнісно-культурологічним. В. Кизенко і Д. Трубачова зауважують, що «…діяльнісний підхід є загальноприйнятим в педагогіці та психології і тлумачиться як планування і організація освітнього процесу, в якому визначальне місце відводиться максимально активній пізнавальній діяльності студентів, яка б забезпечувала їх активність у пізнанні, спілкуванні, саморозвитку» [36, с. 42]. Доцільно зазначити, що освітній процес у ЗВО забезпечує якісну підготовку фахівців економічного профілю у тому випадку, яка спрямована не тільки на засвоєння знань та навичок, але й на опанування певною сукупністю способів діяльності майбутньої професійної сфери.

На думку А. Галагузова, «…культурологічний підхід в професійно-освітньій діяльності розуміється як інтегративний метод системної організації цілісного освітнього процесу, що зумовлює сукупність вимог до відбору змісту і технологічних процедур; створення оптимальних педагогічних умов освітнього процесу відповідно до концептуально-базових положень, що забезпечують формування особистості студента як суб’єкта культури» [47, с. 67]. Водночас Ю. Бойчук підкреслює, «…що в цьому контексті принципи розбудови освітнього процесу окреслюються кількома концептуальними положеннями, а саме: сутність культурологічного підходу полягає у вивченні світу людини в контексті її культурного існування; культурологічний підхід зумовлений об’єктивним зв’язком людини з культурою як системою цінностей і дозволяє розглядати педагогічні явища та педагогічну діяльність як сукупність культурних компонентів на широкому культурному фоні соціуму з урахуванням локальної культурної ситуації» [48, с. 121].

Наступним важливим поняттям є поняття культура. Погоджуючись з думкою В. Каширіна і В. Сластенина, культура (в контексті діяльніснокультурологічного підходу) розуміється нами «…як специфічний спосіб людської діяльності. «Будучи універсальною характеристикою діяльності, вона задає соціально-гуманістичну програму і зумовлює спрямованість того чи іншого виду діяльності, її ціннісних типологічних особливостей і результатів» [35, c. 153].

Ми підтримуємо думку Л. Хомич і Т. Шахрай, які під культурою особистості розуміють «…систему знань, поглядів, переконань, що сприяють виникненню механізмів і технологій використання накопиченої соціальної інформації, яка у свою чергу, транслюється в усіх аспектах життєдіяльності людини, створюючи культурний генофонд суспільства. У цьому аспекті поняття культура і особистість взаємопов’язані та взаємозумовлені» [49, с. 9]. Тому культурологічний підхід – епіцентр виховання і розвитку людини як вільної, активної особистості.

Процес формування культури конкурентних відносин у фахівців з економіки досліджено у контексті діяльнісно-культурологічного підходу та отримано такі його характеристики:

- діяльнісно-культурологічний підхід обумовлює вибір специфічних методів, засобів і форм педагогічної діяльності; можливостей вдосконалення навчального процесу та процедур корекції;

- мета такого підходу – формування високого рівня культури конкурентних відносин у фахівців-економістів;

- суб’єктами взаємодії є викладач і студент (або викладач і група студентів);

- об’єктом є особистість фахівця, яка формується під впливом різних суб’єктів;

- до засобів формування культури таких відносин належать матеріальні і духовні; методів – педагогічні і економічні; результатів – сформована у фахівців з економіки культура конкурентних відносин.

Таким чином, описані вище положення і характеристики, отримані в процесі реалізації системного, компетентнісного і діяльнісно-культурологічного підходів до формування культури конкурентних відносин у фахівців економічного профілю, створюють методологічну базу для розроблення комплексу педагогічних умов. Далі, розглянемо педагогічні умови формування конкурентоздатного фахівця в сфері економіки.

* 1. **Педагогічні умови підготовки конкурентоздатного фахівця з економіки**

«Педагогічні умови» сучасні вчені розглядають як: виділену в результаті експериментальної роботи сукупність педагогічних обставин, спрямованих на досягнення поставленої мети [50, с. 530]; систему необхідних заходів в навчально-виховному процесі ЗВО взаємодіючих і взаємодоповнюючих один одного, дотримання яких сприяє досягненню поставлених цілей [61, c. 52]; взаємопов’язаний комплекс: змісту, матеріально-просторового середовища, форм, методів, засобів і об’єктивних можливостей, спрямованих на рішення дослідницької проблеми [62, c. 46].

Вивчаючи авторські концепції І. Агапова вважає, що найбільш обґрунтованими є визначення, дані Н. Боритко і В. Андрєєвим. Педагогічні умови Н. Боритко розглядає як зовнішні обставини, що впливають на педагогічний процес, свідомо сконструйований педагогом і спрямований на досягнення потрібного результату.

І. Агапова вважає, що «…педагогічні умови визначаються як підсумок цілеспрямованого відбору, систематизації та застосування елементів змісту, а також методів, прийомів, форм навчання для досягнення поставлених цілей» [63, с. 51].

Під «педагогічними умовами» Л. Сушенцева розуміє «…сукупність об’єктивних і суб’єктивних чинників, необхідних для забезпечення ефективного функціонування всіх компонентів освітньої системи, що залежить від мети, завдань, змісту, форм і методів цієї системи» [64, с. 288].

Ми поділяємо думку Н. Яковлєвої, яка «…під педагогічними умовами ми розуміємо сукупність заходів, спрямовану на підвищення ефективності педагогічної діяльності» [65, с. 38]. І також вважаємо, що окремі, випадково відібрані умови не можуть істотно вплинути на ефективність досліджуваного педагогічного явища, тому необхідно використовувати гнучкий і динамічно комплекс умов.

При виборі необхідного і достатнього для нашого дослідження комплексу педагогічних умов ми виходили з: вимог сучасного ринку праці; вимог сучасного ЗВО і специфічних особливостей у підготовці майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування; досягнутих наукових результатів в області проблеми формування культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців; персонального досвіду діяльності в досліджуваному напрямку; результатів реалізації системного, компетентнісного й діяльніснокультурологічного підходів. Щодо останнього пояснимо, що системний підхід дозволив структурувати і упорядкувати комплекс педагогічних умов, згрупувати їх; компетентнісний і діяльнісно-культурологічний – з’ясувати зміст умов і забезпечити їх орієнтацію на конкурентоздатного фахівця-економіста.

З огляду на вищевикладене, виділимо комплекс найбільш сприятливих педагогічних умов: 1) використання модульно-рейтингової технології у навчальному процесі ЗВО; 2) активізація професійної мобільності студентів; 3) ознайомлення з принципами клієнтського бізнесу; 4) активізація самопрезентаційної діяльності студентів; 5) процес підготовки фахівців на основі використання техніки тайм-менеджменту.

Призначення комплексу умов: по-перше, сприяти ефективної організації досліджуваного процесу й стимулювати пізнавальну активність студентів; по-друге, виступати руховою основою оптимізації досліджуваного процесу за рахунок збагачення студентів конкретними (предметними) знаннями і навичками.

Далі представимо більш детально зазначені педагогічні умови.

1.Використання модульно-рейтингової технології у навчальному процесі ЗВО. Педагогічна умова підвищує ефективність формування культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців за рахунок можливості занурити студентів в конкурентне середовище і ще в ЗВО збагатити досвід конкурентної взаємодії. Реалізується дана умова за допомогою підрахунку індивідуального рейтингу як головного показника успіхів у навчанні, а також дає можливість підрахунку підсумкового сумарного рейтингу успішності навчального процесу в групі або ЗВО.

Академічний рейтинг студента є показово-стимулюючим елементом модульно-рейтингової системи і визначає місце, яке студент займає серед одногрупників, однокурсників і в ЗВО в цілому. Інтенсивний пошук шляхів активізації процесу навчання привернули увагу педагогів до питань модульно-рейтингового навчання. Результати досліджень відображені в роботах ряду вчених: І. Глазунової [66], Л. Романишина [67].

Як вказують інші дослідники, до впровадження модульно-рейтингової системи результат навчання студентів у більшості випадків ґрунтувався тільки на оцінці, отриманої на екзаменаційної сесії. Такі важливі моменти, як активність в роботі протягом семестру, ставлення до навчання в цілому і до дисципліни зокрема, регулярність відвідування занять, не завжди враховувалися, що негативно позначалося на якості підготовки.

Ситуацію вдалося змінити з впровадженням модульно-рейтингової системи контролю, заснованої на інтеграції модульного навчання та рейтингової системи оцінки знань студентів, здатної враховувати всі зазначені вище моменти. При наборі балів студентом можна говорити про його рейтинг, завдяки якому він відчуває себе в конкурентному середовищі, адаптується до нього, шукає ефективні стратегії конкурентної взаємодії. У науковій літературі рейтинг – це спосіб виміряти глибину знань, рівень підготовки до майбутньої професійної діяльності.

Рейтингом буде вважатися сума балів, набраних студентом за певний проміжок часу навчання. Під модульно-рейтинговою технологією ми будемо розуміти педагогічну діяльність із проектування, організації та проведення навчального процесу, що заснована на структуруванні дисциплін за модульним принципом зі використанням рейтингової системи для об’єктивної оцінки навчальних досягнень студентів [68, c. 11].

О. Котлярова зауважує, що «…основною метою рейтингової системи є підвищення якості підготовки спеціаліста. Серед головних задач рейтингової системи можна назвати стимулювання пізнавальної діяльності, регулярної самостійної навчальної роботи студентів протягом усього семестру; підвищення їх мотивації оволодіння освітніх програм; формування позитивного досвіду самоосвіти та самовиховання; підвищення рівня організації освітнього процесу в ЗВО» [69].

О. Потужній підкреслює, що з урахуванням змісту навчальної дисципліни для студентів ЗВО повинні бути виділені теоретичний, методичний та практичний модулі, визначені їх зміст і підібрані відносно кожного елемента змісту свої специфічні засоби, методи, форми організації занять та критерії оцінювання. Рейтинг складається на основі оцінки таких даних: 1) теоретичні знання; 2) методичні знання, вміння і навчання організації самостійних занять; 3) рівень розвитку особистісних якостей; 4) рівень володіння технікою і тактикою виконання вправ.

Т. Веретенко зазначає, що особливого значення щодо зняття авралів та стресів у сесійній період набуває активне використання рейтингової системи контролю навчальної діяльності студентів. Поширеними об’єктами контролю є: поточна робота студентів протягом навчання студентів; екзамени; заліки; окремі роботи на практичних і лабораторних заняттях; курсові роботи; колоквіуми; контрольні роботи; участь в олімпіадах, конференціях, науково-дослідній роботі; знання теорії, відповіді на запитання, тести, конспекти, статті, реферати тощо; індивідуальні завдання для самостійної роботи; своєчасність здачі завдань; вивчення дидактичних дисциплін (наприклад, іноземних мов); участь у громадському житті, спортивних змаганнях або культурно-масовій роботі [70, с. 44].

Проведений аналіз досліджень із даної тематики дозволяє констатувати, що використання модульно-рейтинговою технології може сприяти інтенсифікації роботи педагогічних процесів, у тому числі і системи формування культури конкурентних відносин за рахунок створення ряду можливостей: надавати зміст навчання у вигляді модулів, де кожен модуль є логічно завершеним самостійним блоком стислій навчальної інформації; викладач може гнучко змінювати обсяг навчального матеріалу в бік поглиблення, або, навпаки, спрощення в залежності від професійних потреб і особистісних особливостей студентів; збільшити частку самостійної роботи студентів, формувати навички самоосвіти і самооцінки, створювати індивідуальні освітні траєкторії; безперервно і систематично здійснювати контроль і вивести індивідуальний рейтинговий індекс кожного студента; оцінювати рівень особистісних досягнень студентів.

Визначена педагогічна умова в системі формування культури конкурентних відносин виконує ряд функцій: конкурентно-стимулюючу (занурення студентів у конкурентне середовище); мобілізаційну (інтенсифікація активності студентів за рахунок рейтингу); самопрезентації (стимулювання студентів до систематичної, регулярної підготовці до навчальних занять); контрольно-результативну (систематичний контроль і оцінка знань студентів); інформаційно-пізнавальну (конкурентне стимулювання пізнавальної активності в процесі оволодіння теоретичними і практичними знаннями); комунікативну (розвиток комунікативних умінь в процесі взаємодії зі студентами й викладачами); емоційно-адаптивну (зниження емоційного навантаження в період сесії); консультативну (роз’яснення, надання підтримки викладачем або іншими студентами з виникаючих питань); компенсаційну (виявлення в процесі взаємодії недоліків професійного становлення). Таким чином, перша педагогічна умова – використання модульно-рейтингової технології – дозволяє зробити систему формування культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування більш ефективною за рахунок можливості занурити студентів в конкурентне середовище за допомогою підрахунку індивідуального рейтингу як головного показника успіхів в навчанні й стимулу для самовдосконалення; систематичної роботи студентів протягом усього семестру, що впливає на якість професійної підготовки; систематичного контролю і оцінки, що знижує емоційне напруження під час сесії і підвищує об’єктивність підсумкової оцінки; вдосконалення навчально-методичного комплексу, форм, методів, засобів викладання дисциплін.

2.Активізація професійної мобільності студентів. Призначення даної умови – підвищити ефективність системи формування культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців за рахунок розвитку здатності гнучкого реагування на мінливі умови освітнього та професійного середовища.

Аналіз філософської, соціологічної і педагогічної літератури дозволяє стверджувати, що термін «мобільність» представляє собою складне інтегративне явище і має міждисциплінарний зміст. Ми, погоджуючись з думкою О. Смірнової, і «…під професійною мобільністю будемо розуміти інтегративну якість особистості, орієнтовану на специфіку його професійної діяльності, об’єктів і засобів праці, що формується в процесі багаторівневої безперервної освіти в контексті реалізованої і передбачуваної професійної діяльності, основу якої складає комплекс властивостей і характеристик людини як особистості і професіонала, що визначають готовність і здатність оперативно та гнучко реагувати на зміни на ринку праці, у сфері техніки, технологій і економічних відносин, без порушення стійкості, здійснювати горизонтальні і вертикальні переходи і зміну професійно-посадового статусу» [71, с. 41].

Ми погоджуємося з експертною думкою А. Рідкодубської, що «…розуміння необхідності професійної мобільності для майбутньої кар’єри, отримання гідного соціального статусу в суспільстві, комфортного перебування на ринку праці забезпечить підвищення інтересу студентів до формування професійної мобільності, розвине ті мотиви, які допоможуть педагогам створити на заняттях сприятливі умови для вивчення дисциплін, спонукати студентів до ефективного самостійного здобування знань та формування особистих якостей, які будуть формувати їх професійну мобільність» [72, с. 60].

Визначена педагогічна умова в системі формування культури конкурентних відносин виконує ряд функцій: інформаційну (сприяння розумінню сутності конкуренції, а саме, в аспекті гнучкості і невідкладності реагування на мінливі умови); мобілізаційну (стимулювання активності); комунікативну (розвиток комунікативних умінь і навичок у процесі спілкування); консультативну (роз’яснення, надання підтримки викладачем або іншими студентами з виникаючих питань); компенсаційну (виявлення в процесі взаємодії недоліків професійного становлення).

3. Знайомство з принципами клієнтського бізнесу. Дана умова підвищує ефективність функціонування системи формування культури конкурентних відносин за рахунок збагачення майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування знаннями про ведення клієнтського бізнесу, що може стати їх суттєвою конкурентною перевагою в професійній діяльності.

У сучасному суспільстві конкуренція пронизує весь процес життєдіяльності людини, а також зростання конкурентної боротьби між підприємствами призводить нас до розуміння важливості лояльності клієнтів. Клієнтоорієнтований бізнес і, як наслідок, розвиток клієнтоорієнтованості культури стають важливим елементом стратегії підприємств, що забезпечує стабільність економіки і держави. Оскільки стратегію економічного розвитку підприємства найчастіше розробляють економісти та фахівці з бізнес-адміністрування вищої та середньої ланки, вони в першу чергу повинні бути знайомі з принципами клієнтського бізнесу і клієнтоорієнтованої культури.

За останні роки значно зросла кількість публікацій із даної тематики, що свідчить про інтерес вчених до проблеми. Говорячи про клієнтоорієнтованої стратегії розвитку підприємства і погоджуючись з думкою А. Жарової, ми вважаємо, що це елемент загальної стратегії, спрямований на формування найбільш ефективної системи взаємодії між підприємством і його клієнтами, а також на забезпечення його конкурентоспроможності.

Клієнтоорієнтованої стратегії можуть будуватися на використанні нетворкінгу, визначений напрямок діяльності, розглядається як ефективний маркетинговий інструмент, який при відносно низьких затратах дозволяє знаходити нові збутові канали і корисні контакти, в основному за рахунок опосередкованих знайомств, або ж зустрічей на різних світських заходах; а також за допомогою будь-яких інших засобів зв’язку, таких як телефон, електронна пошта.

На основі дослідження В. Брича і Х. Снігур [52] можно зробити висновок, що необхідно для використання нетворкінгу. А саме, потрібні комунікації, які включають відразу кілька складових:

1. Тренінги. У процесі проведення тренінгів постає необхідність у роз’ясненні суті нетворкінгу. З цією метою проводяться різноманітні збори, майстер-класи. Фахівець, який бачить необхідність у розвитку, повинен відчути, що нетворкінг – це саме той механізм самовдосконалення. На таких тренінгах найголовніше з’ясувати, якими зв’язками вже володіють співробітники, мотивувати їх продовжувати розширювати мережу, навчити робити це тактовно і системно.

2. Книги. Поняття нетворкінгу з’явилося в Україні порівняно недавно, проте за кордоном про нього встигли написати чимало книг. Існує багато корисної літератури на цю тему, наприклад, «Ніколи не їжте поодинці» Кейта Феррацці, «Зв’язки вирішують все. Правила позитивного нетворкінгу» Дарсі Різака. Варто відібрати корисну літературу для бібліотеки.

3. Індивідуальний підхід. Умінням легко встановлювати контакти володіють далеко не всі. Як зазначає Хезер Уайт: «Неприродного нетворкера складно конвертувати в природного за добу». Серед фахівців на підприємстві завжди є особи, які не особливо виділяються комунікативністю. При цьому необхідно цінувати кожного співробітника, а тих, у кого виникають складнощі з нетворкінгом, мотивувати. У таких випадках корисно пояснити переваги нетворкінгу (для особистих і професійних цілей), допомогти в розробці таких одів, при яких «неприродні нетворкери» могли б відчувати себе комфортно. Особа, котрій складно встановлювати контакти, може, наприклад, заручитися підтримкою колег або зустрічатися з потрібними людьми на товариських заходах.

4. Соціальні мережі. Існують соцмережі, які зосереджені на розширення ділових контактів. Є ресурси, вже побудовані на самому процесі нетворкінгу. Таким чином, стає легше знайти необхідного фахівця визначеного профілю.

5. Вечірки. Корпоративи – це не тільки можливість гарно відпочити. На них можна перезнайомити співробітників, що не часто зустрічаються в офісі або рідко працюють разом. Такі знайомства в неформальній обстановці можна теж розцінювати як нетворкінг [52, c. 109-110].

Інший інструмент розвитку навичок клієнтоорієнтованої стратегії у майбутнього фахівця це коучинг, О. Нежинська і В. Тименко вважають, що коучинг може бути використано «…як універсальну технологію, яка дозволяє ефективно працювати на суб’єкт-суб’єктному рівні, тобто вміти керувати собою, своїм станом, своїми ресурсами, допомагати іншим у розвитку особистісного потенціалу, у підвищенні особистої ефективності, розвивати навички комунікації, будувати конструктивні відносини з колегами, які максимально підвищують ефективність вирішення актуальних життєвих завдань тощо» [73, c. 5].

Можна погодитися, що концепція управління взаємовідносинами з клієнтами змінила фокус необхідних управлінських рішень компанії з продукту на клієнта, тим самим поставивши перед бізнесом задачі по максимізації прибутку, що приноситься кожним клієнтом, і формування лояльності.

Таким чином, узагальнюючи думки дослідників, можемо зробити важливий для висновок: клієнтоорієнтований бізнес веде, по-перше, до вилучення доларів додаткового прибутку підприємством, по-друге, до оптимізації взаємодії з клієнтами.

Реалізація даного педагогічної умови включає в себе активізацію практико-орієнтованої діяльності студентів: виконання студентами проблемних завдань під час проходження виробничої практики; консультування з організації взаємодії з представниками професійно-економічного середовища та представниками бізнесу; розробку комплексу дидактичних матеріалів з організації самостійної роботи студентів; обговорення результатів виробничої практики; регулярний моніторинг діяльності студентів.

Таким чином, дана умова підвищує ефективність функціонування системи формування культури конкурентних відносин за рахунок: 1) збагачення майбутніх фахівців з економіки знаннями про ведення клієнтського бізнесу, що може стати їх суттєвою конкурентною перевагою в професійній діяльності; 2) розвитку професійної адаптивності майбутніх фахівців; 3) формування професійної спрямованості та актуалізації професійних інтересів. Крім того, розглянута педагогічна умова (знайомство з принципами клієнтського бізнесу) дозволяє зрозуміти необхідність формування культури конкурентних відносин не тільки на персональному рівні, а й на рівні підприємств (мезорівень) і країни (макрорівень).

Активізація презентаційної діяльності студентів. У сучасних умовах глобалізації, конкуренції і інтенсифікації соціальних контактів здатність ефективно вибудовувати відносини в різних сферах життєдіяльності, вміло презентувати себе набуває особливого значення. Більш того, сучасні дослідники вказують на те, що в умовах ринкової економіки здатність професіонала ефективно презентувати свої особистісні якості, кваліфікацію, досягнення є значимими факторами досягнення професійного успіху й конкурентоспроможність особистості. Тому науковий інтерес до вивчення феномена самопрезентацій непохитно зростає.

Погоджуючись з думкою І. Захарової [96], ми вважаємо, що орієнтування студента на успішну самопрезентацію є продуктивною педагогічної стратегією, яка реалізується за допомогою сукупності соціально-педагогічної умов, методів і засобів, спрямованої на рішення педагогічного завдання, пов’язаної з ознайомленням і наданням допомоги студентам в усвідомленні власних можливостей створити сприятливе враження про себе за допомогою конструктивних способів взаємодії з іншими людьми в процесі діяльності або спілкування.

Самопрезентація – вербальна діяльність фахівця, спрямована на побудову і підтримку власного іміджу, який у ході реалізації акту професійно-орієнтованого спілкування є єдністю статусно-рольових характеристик професіонала у відповідній сфері знань.

О. Ковригіна трактує стратегію самопрезентацій як комунікативну стратегію «створення певного враження про мовця та соціально прийнятну, допустиму суспільством поведінку» [74, с. 76]. Незважаючи на те, що серед дослідників немає єдиних поглядів на феномен самопрезентацій та визначення її сутності, вчені сходяться на думці, що самопрезентацій є активним процесом конструювання особистістю своєї соціальної ідентичності, який допомагає людині взаємодіяти з іншими людьми, трансформувати їх сприйняття особистісного образу «Я».

Узагальнимо вищевикладене в контексті нашої проблеми формування культури конкурентних відносин майбутніх фахівців з економіки. Зокрема, самопрезентацій як психолого-педагогічний феномен, що виявляється в ситуаціях взаємодії з людьми, володіє наступними сутнісними особливостями: дозволяє створити сприятливе враження про себе за допомогою конструктивних способів взаємодії; допомагає в спілкуванні з іншими людьми й створює можливість трансформувати їх сприйняття образу «Я». Відповідно, привчання студентів правильно себе самопрезентувати може сприяти їх конкурентному просуванню в різних сферах життєдіяльності, підвищенню ефективності конкурентних відносин, а також формуванню культури професійної взаємодії.

Крім цього, зазначимо, що вчені звертають увагу на те, що молодим людям необхідно надавати підтримку в створенні власного самопрезентаційного образу, в розвитку комунікативних навичок і здатності соціалізуватися та адаптуватися через отримання відповідних знань і умінь. Навики самопрезентацій у студентів можна формувати за допомогою технології «професійної самопрезентації». Професійна самопрезентація – це колекція письмових робіт, документів, паперів, відеозаписів, відповідей та іншої інформації, що засвідчують і підтверджують професійні компетенції, досягнення, досвід, інтереси студента. Тобто професійна самопрезентація зміщує акцент зі знань студентів на їхні індивідуальні досягнення, спонукає до активної участі у накопиченні різних видів робіт, індивідуального розвитку; підвищення самооцінки.

Таким чином, визначена педагогічна умова виконує ряд функцій: інформаційну (збагачення студентів соціально-психологічними та культурологічними знаннями успішної самопрезентації); комунікативну (розвиток комунікативних здібностей); самопрезентацій (впорядкування і освоєння нових способів діяльності та взаємодії суб’єктів); компенсаційну (виявлення в процесі взаємодії недоліків професійного становлення).

Для повноцінної реалізації даної педагогічної умови важливо використовувати на постійної основі цілеспрямовану активізацію практико-орієнтованої діяльності студентів, що передбачає здійснення наступних процедур: проведення інструктажу по організації й регламенту проведення самопрезентацій; застосування засобів театральної педагогіки та тренінгових вправ; розробку комплексу дидактичних матеріалів з організації самостійної роботи студентів; регулярний моніторинг діяльності студентів. Таким чином, дана умова підвищує ефективність функціонування моделі формування культури конкурентних відносин за рахунок навчання студентів правильно себе презентувати, тим самим сприяючи конкурентному просуванню до лідерства, створенню можливостей для розвитку здібностей швидко адаптуватися і соціалізуватися.

5. Організація процесу підготовки фахівців з економіки на основі використання техніки тайм-менеджменту. Визначена педагогічна умова сприяє підвищенню ефективності функціонування розробленого нами підходу за рахунок використання технік раціональної організації часу і підвищення ефективності його використання. Застосування цих технік дозволяє збільшити ефективність і продуктивність діяльності студента, підвищує його здатність швидко адаптуватися і через це мати конкурентну перевагу в порівнянні з іншими.

Як зазначалося раніше, діяльність сучасного фахівця з економіки відбувається в умовах інтенсифікації економічних змін і збільшення інформаційних потоків, що потребує вирішення як мінімум двох завдань: 1) раціональної організації часу, щоб встигати орієнтуватися у великому обсягу інформації та бути здатним конкурувати й вигравати; 2) вміння швидко адаптуватися до цих змін. На думку дослідників, обидва завдання одночасно ефективно вирішуються за допомогою впровадження техніки тайм-менеджменту в освітній процес сучасного ЗВО.

А. Архангельський [39] вказує на те, що тайм-менеджмент (time management) – це техніка, що дозволяє ефективно організувати час, підвищити можливості його використання. Автор визначає тайм-менеджмент як дію, що полягає в свідомому контролі, збільшенні продуктивності й ефективності витраченого часу на якийсь конкретний вид діяльності. З його точки зору, впровадження технік тайм-менеджменту є інструментом підвищення адаптивності.

У своїх дослідженнях А. Горбачов розглядає тайм-менеджмент в двох ракурсах: філософському, тоді тайм-менеджмент – це мета і сенс життя, спосіб приносити користь, проживати її з користю; інструментальному – тайм-менеджмент розглядається як інструмент досягнення результатів, засіб реалізації бажань [57, с. 6].

Група вчених (О. Брежнєв, В. Пирогов, Н. Шлей), досліджуючи техніку індивідуального планування та обліку часу, сформулювали наступні правила тайм-менеджменту: 1) «фільтр на нові завдання», тобто спочатку необхідно структурувати потік завдань; 2) «огляд завдань» – перш ніж приступити до планування, необхідно побачити цілісну картину: завдання, проблеми, строки, в результаті створюється простий список справ; 3) «пріоритети» – склавши список завдань, необхідно визначити пріоритети й вирішити, що необхідно зробити в першу чергу; 4) «гнучке планування»: коли створений план, або процес стає усвідомленим; людина розуміє, від чого може відмовитися, куди можна перенести ту чи іншу задачу, є можливість усвідомити наслідки дій; 5) «тимчасові резерви»: в класичному тайм-менеджменті рекомендується планувати 60% часу, а решта 40% залишати як резерв; 6) «боротьба з поглиначами часу»: дане правило обумовлено тим, що за статистикою людина в середньому працює без перерви лише 8 хвилин, потім його хтось чи щось відволікає, необхідно скоротити кількість відволікаючих моментів; 7) «угруповання однотипних справ»; 8) «розчищення завалів», тобто підтримання порядку в справах; 9) «облік особистісних особливостей»; 10) «особиста мотивація», дане правило засноване на дослідженнях вчених про те, що особливості власної мотивації відомі тільки самій людині.

Безумовно, що застосування тайм-менеджменту відкриє можливість студентам більш ефективно використовувати час навчання, щоб підготуватися до майбутньої професійної діяльності, а також використовувати вільний від навчання час для самореалізації та саморозвитку. В. Яценко зауважує, що для використання прийомів тайм-менеджменту студентам можна запропонувати виконував ати наступну пам’ятку: 1) необхідно щодня проводити аналіз цілей і завдань, які потрібно досягти; 2) на основі аналізу формувати різні варіанти досягнення мети; 3) визначити вибір напрямку роботи; 4) скласти планування і ранжування пріоритетів, план дій для досягнення мети; 5) реалізувати створений план дій; 6) перевірити результати досягнення мети, виконання планів і підбити підсумки роботи.

На нашу думку, використання технік тайм-менеджменту відкриває можливість для підвищення конкурентоспроможності випускників вищих навчальних закладів. Студенти націлені на оволодіння зазначеною технологією характеризуються цілеспрямованістю, високим рівнем вольових зусиль, умінням мобілізувати свої психічні та фізичні сили на навчання, високою регулярністю навчальної діяльності.

Вважаємо, що техніка тайм-менеджменту має наступні характеристики, які дозволяють благотворно впливати на формування професійної культури фахівця з економіки та його здатність конкурувати: дозволяє ефективно організувати час і підвищити можливості його використання; формує вміння чітко визначати свої цілі та шляхи їх реалізації, що дає людині більше переваг в досягненні успіху; розвиває навик розподілу часу, підвищує адаптивність; тайм-менеджмент проявляється у філософському (спосіб приносити користь) і інструментальному (інструмент для досягнення результатів) ракурсах.

Тобто техніки тайм-менеджменту, будучи інструментом персональної організації часу, сприяють формуванню професійної культури і, відповідно, культури конкурентних відносин. На завершення розгляду даного умови хотілося б відзначити ще один важливий момент для нашого дослідження.

Отже, визначена педагогічна умова в системі формування культури конкурентних відносин виконує ряд функцій: емоційно-адаптаційну (підвищення адаптивності і зниження емоційного навантаження за рахунок керування ресурсами часу); мобілізаційно-систематизуючу (інтенсифікація активності за рахунок раціонального розподілу часу); консультативну (роз’яснення, надання підтримки викладачем або іншими студентами з виникаючих питань); компенсаційну (виявлення в процесі взаємодії недоліків професійного становлення).

З нашої точки зору, для повноцінної реалізації даної педагогічної умови важливо досягти цілеспрямованої активізації практико-орієнтовної діяльності студентів, що передбачає здійснення наступних процедур: проведення ознайомчої бесіди щодо використання технік індивідуального планування та обліку часу; регулярний моніторинг діяльності студентів; отримання студентами на навчальних заняттях проблемних завдань для 136 самостійного виконання; розробку комплексу дидактичних матеріалів з організації самостійної роботи студентів.

**Висновки до розділу 2**

1. Методику формування культури конкурентних відносин у фахівців економічного профілю побудовано на основі таких підходів, як системний, компетентнісний та діяльнісно-культурологічний, що забезпечують функціональність її побудови та змістовного наповнення.
2. Визначено комплекс педагогічних умов ефективного формування культури конкурентних відносин у фахівців з економіки. Визначено напрямки призначення комплексу педагогічних умов, що сприятимуть підготовці конкурентоздатних фахівців в сфері економічної освіти.

**РОЗДІЛ 3**

**ПЕДАГОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ НАВЧАННЯ**

**КОНКУРЕНТОЗДАТНОГО ФАХІВЦЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ**

**3.1. Запровадження педагогічного експерименту в навчання**

У нашому дослідженні теоретичні положення будемо перевіряти за допомогою педагогічного експерименту, під яким розуміємо «…дослідницьку діяльність з метою вивчення причинно-наслідкових зв’язків у педагогічних явищах, яка передбачає дослідне моделювання педагогічного явища й умов його протікання; активний вплив дослідника на педагогічне явище; вимір результатів педагогічного впливу і взаємодії» [35, c. 158].

У ході експерименту нам важливо підтвердити дієвість запропонованих педагогічних умов. Слід зазначити, що вчені розрізняють експеримент природний і лабораторний. У нашому дослідженні ми організовували природний експеримент, тобто процес формування культури конкурентних відносин у фахівців з економіки має відбуватися в умовах звичайного освітнього процесу, без створення штучного лабораторного середовища.

З метою усунення суб’єктивного впливу експериментатора на хід експерименту та створення однакових умов для всіх його учасників під час реалізації експерименту усі експериментальні дії доцільно проводити безпосередньо викладачами ЗВО, де навчаються студенти. Викладачам мають надаватися чіткі рекомендації щодо реалізації визначених педагогічних умов й окремих технологій навчання.

Перед тим як приступити до опису його змісту, хотілося б відзначити, що спочатку необхідно проводити перший попередній експеримент, з чотирма контрольними групами (87 осіб). У групах студентів реалізовувалася розроблена нами педагогічна система і, крім зазначених у теоретичній частині педагогічних умов, перевірялися ще два: 1) побудова змісту навчальних занять на основі співпраці з центрами зайнятості та кадровими агентствами; 2) активне використання організаційно-діяльнісних ігрових технологій, з метою розвитку комунікативної компетентності студентів. Це дозволить нам в пілотному режимі тривалий час спостерігати і аналізувати процес формування культури конкурентних відносин фахівців економічного профілю й напрацювати найбільш значимі для вирішення досліджуваної проблеми педагогічні інструменти.

Зміст попереднього експерименту представлено у таблиці 3.1.

**Таблиця 3.1**

**Етапи попереднього експерименту щодо оцінки ефективності функціонування системи і педагогічних умов**

|  |  |
| --- | --- |
| Мета | Здійснити попередню оцінку ефективності системи і провести відбір найбільш результативних педагогічних умов |
| Організаційний етап | Постановка експерименту (визначення критеріїв, показників, рівнів, діагностичних методик, формування репрезентативної вибірки визначення експертної групи та ін.) |
| Перетворювальний етап | 1.Забезпечення педагогічної системи в процесі професійної підготовки економістів у ЗВО. 2. Забезпечення педагогічних умов ефективного формування культури конкурентоздатного фахівця-економіста. 3. Збір і аналіз результатів реалізації педагогічних умов ефективного формування культури конкурентних відносин. 4. Коригування системи й слабо ефективних педагогічних умов. 5. Фіксація остаточного змісту комплексу умов формування культури конкурентних відносин фахівця-економіста. |

Потім необхідно провести другий – основний експеримент, в якому нами була б підтверджена результативність комплексу педагогічних умов. Він включатиме: констатувальний і формувальний етапи експерименту. Констатувальний етап експерименту міститиме чотири стадії і вирішуватиме такі завдання:

1) теоретична стадія (постановка проблеми, визначення мети, об’єкта, предмета експерименту, визначення актуального рівня розвитку досліджуваного феномена, додаткове вивчення стану педагогічної системи ЗВО з позиції можливості формування культури конкурентних відносин);

2) методична стадія (конкретизація методики дослідження, визначення змісту і вибудовування плану, написання програми експерименту, уточнення засобів і форм педагогічного впливу на піддослідних, методів обробки отриманих результатів);

3) діяльнісна стадія (формування репрезентативної вибірки студентів, виявлення готівкового (реального) стану і рівня сформованості культури конкурентних відносин майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування);

4) аналітична стадія (кількісний і якісний аналіз результатів сформованості культури конкурентних відносин, інтерпретація отриманих фактів, визначення (опис) експериментальної ситуації яка склалася (сформувалася), тобто що вимагає продовження експерименту, формулювання висновків і рекомендацій, прогнозування подальших можливостей формування конкурентоздатного фахівця-економіста і вивчення властивостей, якостей, характеристик культури конкурентних відносин).

Для формувального етапу експерименту необхідно скласти план, який включає в себе первинний тест-зріз, завершальний зріз і серію контрольних заходів (табл . 3.2).

Для здійснення коректного педагогічного експерименту необхідно сформувати чотири групи: контрольну (КГ) і три експериментальні (ЕГ-1, ЕГ-2, ЕГ-3). Для отримання об’єктивних даних, крім адекватного використання методів дослідження, необхідно залучити експертну група компетентних фахівців, здатних оцінити ступінь формування конкурентоздатного фахівця з економіки, в яку б входили викладачі, що займаються проблемами в сфері педагогіки і професійної освіти. Практичний апарат проведеного нами експерименту представлено критеріями, показниками, методами діагностики та оцінювання.

**Таблиця 3.2**

**Стадії і завдання формувального етапу експерименту**

|  |  |
| --- | --- |
| **Стадії** | **Завдання** |
| Теоретична | Постановка проблеми, визначення мети, об’єкта, предмета експерименту. |
| Методична | 1) конкретизація методики дослідження,  2) визначення змісту і вибудовування плану, написання програми експерименту,  3) уточнення засобів і форм педагогічного впливу на студентів, методів обробки отриманих результатів |
| Діяльнісна | 1)забезпечення реалізації виявлених педагогічних умов,  2)вивчення динаміки розвитку досліджуваного педагогічного явища. |
| Аналітична | 1) кількісний і якісний аналіз динаміки змін і ступеня сформованості культури конкурентних відносин,  2) інтерпретація отриманих фактів,  3) прогнозування подальших можливостей формування конкурентоздатного фахівця з економіки,  4) формулювання висновків про ефективність реалізації педагогічних умов формування конкурентоздатного фахівця з економіки. |

Розглянемо показник, що характеризує уміння, які складають основу культури конкурентних відносин. Характеристика рівнів сформованості умінь передбачає наявність наступних рівнів: 1) низький, коли студент слабо володіє базовим умінням щодо формування конкурентних відносин, а процеси рефлексії і емпатії розвинені фрагментарно; 2) середній, за якого студент фрагментарно володіє вміннями формування конкурентних відносин; 3) високий (студент володіє умінням вибудовувати ефективні стратегії конкурентних відносин і застосовувати принципи добросовісної конкуренції.

Наступним показником, що характеризує рівень формування культури конкурентних відносин, є професійно важливі особистісні якості.

Для оцінки конкурентоспроможності будемо використовувати методику «Експрес-діагностика рівня самооцінки», в формі біполярної шкали, що дозволяє визначити наявний рівень базових критеріїв конкурентоспроможності; «Тест оцінки рівня конкурентоспроможності особистості», що складається з ряду тверджень, прочитавши які студенти повинні вибрати підходящий варіант відповіді. Дослідження рівня вмотивованості на успіх здійснювалося на основі методики «Мотивація до уникнення невдач» дозволяє оцінити рівень захисту особистості, її мотивації до уникнення невдач, страху перед нещастям. Експрес-діагностика системно-характерологічних відносин; Загальнопсихологічна типологія особистості; Методика діагностики особистості на мотивацію до успіху.

Для визначення рівня толерантності була використана методика «Незакінчені речення», що дозволяє визначити ставлення до колег, друзів, матері, батька, до себе, до конфлікту; а також тест «Дослідження особливостей реагування в конфліктній ситуації». Для аналізу комунікабельності студентів використовувався тест «Рівень комунікативного контролю в спілкуванні» і тест «Провідна репрезентативна система», котрий дозволяє виявити, по якому каналу (аудіальному, візуальному або кінестетічному) людина отримує найбільшу кількість інформації.

Кількісна характеристика сформованості культури конкурентних відносин здійснюватиметься нами за допомогою середніх оцінок за кожним показником. Для цього ми використовували амо презента систему оцінки, яка включала: низький рівень сформованості показника – 1 бал, середній рівень – 2 бали, високий рівень – 3 бали.

Формула для усередненої оцінки значення сформованості культури конкурентних відносин буде виглядати наступним чином:

ККВ = (К1+К2+К3+К4) : 4 (2.1)

де ККВ – цифровий показник оцінки сформованості культури конкурентних відносин у фахівців з економіки;

К-1 – дані про сформованість знань, елементу культури конкурентних відносин;

К-2 – дані про сформованість умінь, змістовної частини культури конкурентних відносин фахівців з економіки;

К-3 – дані про сформованість ПВОЯ елементу культури конкурентних відносин;

К-4 – дані про сформованість ціннісних орієнтацій, змістовної частини культури конкурентних відносин.

У процесі експерименту ми будемо визначати значення сформованості культури конкурентних відносин. Кожному студенту, в залежності від значення ККВ, присвоюється один із трьох рівнів сформованості культури конкурентних відносин.

Перший рівень (низький) – значення від 1 до 1,5; другий рівень (середній) – значення від 1,75 до 2,5 і третій (високий) – від 2,75 до 3.

Отже, спочатку представимо результати попереднього експерименту, у рамках якого використовувався розроблений комплекс педагогічних умов.

На нульовому зрізі були отримані наступні результати: низький рівень культури конкурентних відносин у 78,2% (68 осіб), середній – 19,5% (17 осіб), високий – 2,3% (2 людини).

У1 (використання модульно-рейтинговою технологією); У2 (активізація професійної мобільності студентів); У3 (забезпечення спрямованості на здоровий спосіб життя); У4 (знайомство з принципами клієнтського бізнесу); У5 (активізація самопрезентаційної діяльності студентів), У6 (організація процесу підготовки на основі використання технік тайм-менеджменту); У7 (побудова змісту навчальних занять на основі співпраці з центрами зайнятості та кадровими агентствами); У8 (активне використання організаційно-діяльнісних ігрових технологій, з метою розвитку комунікативної компетентності студентів).

У визначеному експериментальному плані в групах реалізовувалися різні педагогічні умови. Чергування умов нам було необхідно для того, щоб виявити найбільш ефективні з них. Експеримент показав, що в групах, де використовувалися сьома (У7) і восьма (У8) педагогічні умови, динаміка була менш інтенсивною. Тому в основному експерименті було прийнято рішення від них відмовитися.

Крім того, в ході коректування системи, яка проводилася в попередньому експерименті, ми змушені були відмовитися від пасивних методів підготовки студентів, а також від деяких видів завдань і ввести нові форми роботи (майстер-класи, проблемні лекції, наставництво).

До підсумкового зрізу попереднього експерименту були отримані наступні результати: низький рівень культури конкурентних відносин діагностовано у 24,2%, що на 54% менше в порівнянні з нульовим зрізом, середній рівень діагностовано у 44,8% студентів, це на 25,3% більше, ніж на нульовому зрізі; високий рівень формування культури конкурентоздатного фахівця-економіста продемонстрували 31% студентів, що на 28,7% більше, ніж на нульовому зрізі.

Таким чином, результати попереднього експерименту свідчать про те, що за два навчальні роки вдалося зафіксувати істотні зміни в ступені сформованості культури конкурентних відносин, що доводить ефективність розробленого комплексу педагогічних умов.

Аналіз експериментальних даних показує, що початковий рівень сформованості культури конкурентоздатного фахівця у групах відрізняється несуттєво. Майбутні фахівці демонструють відкритість до сприйняття нових форм засвоєння інформації, їх апробації на практиці, прагнуть опанувати частину матеріалу самостійно, консультуючись паралельно із викладачами на предмет складних і цікавих проблем.

Узагальнивши отриману інформацію, можна зробити висновок, що рівень сформованості конкурентоздатного фахівця економіста недостатній, що підтверджує необхідність цілеспрямованого її формування через реалізацію виявлених педагогічних умов. Таким чином, результати проведених попереднього і констатувального етапу основного експерименту дозволяють продовжити роботу з метою підтвердження теоретичної гіпотези і висновків, коректного інтерпретування отриманих результатів і логічної реалізації плану дослідження.

**3.2. Реалізація педагогічних умов формування культури конкурентоздатного фахівця в системі економічної освіти**

Зміст експериментально-практичної частини нашого дослідження передбачає розгляд конкретних дій по впровадженню розроблених педагогічних умов у процес фахової підготовки конкурентоздатного фахівця.

На основі змістовного аналізу переліку навчальних дисциплін, здобутків науки й практики, для впровадження певного комплексу педагогічних умов було виділено: навчальний і виховний напрями діяльності, що дають змогу стимулювати студентів і мотивувати до освітньо-професійної діяльності, розвиваючи знання, вміння та ціннісні орієнтації, що є основою для формування культури конкурентоздатного фахівця з економіки.

При проведенні занять із зазначених навчальних дисциплін для стимулювання мотивації до навчально-професійної діяльності використовувалися такі дидактичні прийоми: 1) включення до змісту навчання інформації, яка є необхідною для професійного зростання студента як фахівця (прикладів, ситуацій, типових помилок тощо); 2) поступове ускладнення навчального матеріалу та нарощування новизни інформації, використання елементів випереджаючого навчання; 3) створення ситуацій новизни в навчанні, використання інтерактивних методів; 4) використання на заняттях творчих завдань та ситуацій для стимулювання інтересу до професії, організація занять у форматі професійної взаємодії; 5) створення сприятливого мікроклімату в стосунках між учасниками освітнього процесу, підтримка прагнення до розвитку та самовдосконалення, спонукання до визнання особистісної відповідальності за прийняті рішення; 6) створення умов для виявлення творчих можливостей та ситуацій успіху в навчанні.

Під час проведення практичних занять з навчальних дисциплін було використано такі інтерактивні методи навчання, як рольові ігри, тренінгові вправи, case-study. Також під час проведення навчальних занять з визначених дисциплін було використано такі інформаційно-комунікаційні засоби, як: комп’ютер, проектор, мультимедійні презентації професійного змісту та програмні засоби (мультимедійна дошка тощо), електронні посібники та підручники. Використання зазначених методів сприяло стимулюванню пізнавального інтересу та мотивації до майбутньої професійної діяльності.

Отже, основними формами реалізації зазначеного комплексу педагогічних умов, спрямованих на формування конкурентоздатного фахівця, було визначено аудиторні заняття, які реалізовувалися залежно від особливостей організації освітнього процесу ЗВО, навчальних програм, навчального навантаження, робочих програм з дисциплін і планів організації студентських практик.

Запропонований комплекс освітніх заходів був сформований із дотриманням основних принципів педагогічного процесу: єдності навчання та виховання; безперервності та послідовності освітнього процесу; систематичності, наступності та послідовності формування знань, умінь, навичок; взаємозв’язку теоретичної підготовки з практичною діяльністю; індивідуального та диференційованого підходу тощо. Нижче, представлено окремі освітні заходи, що реалізовувалися у процесі впровадження окремо визначеної педагогічної умови.

Результати первинного констатувального етапу експерименту показали, що у майбутніх фахівців-економістів рівень культури конкурентних відносин сформований недостатньо. Цей факт підтвердив необхідність реалізації розроблених педагогічних умов. Відповідно, формувальний етап експерименту передбачав впровадження визначних педагогічних умов: використання модульно-рейтингової технології; активізація професійної мобільності; ознайомлення з принципами клієнтського бізнесу; активізація самопрезентаційної діяльності; використання технік тайм-менеджменту; а також оцінку ефективності розробленого та впровадженого комплексу педагогічних умов в реальному освітньому процесі ЗВО.

Використання модульно-рейтингової технології дозволило занурити студентів в конкурентне середовище, взаємодіяти, шукати і освоювати ефективні конкурентні стратегії. Студенти, знаючи свій рейтинг із різних предметів, могли виявити проблемні зони (які необхідно удосконалювати) і перспективні, що освоювалися з легкістю.

В процесі реалізації навчального курсу дидактичне забезпечення цієї умови включало в себе: відбір наявної й розробку нової науково-методичної літератури, складання графіка проходження тем курсу, графіка дат поточного і підсумкового контролю, розробку форм і термінів здачі завдань, графіка консультацій (викладача), розробку методичних рекомендацій, списку рекомендованої літератури, показників і критеріїв оцінювання різних завдань. У рамках реалізації даної умови студенти розробляли «План індивідуального саморозвитку», «Програму розвитку лідерських якостей», вносили в них корективи в результаті моніторингу. В кінці семестру був підрахований підсумковий рейтинг кожного студента за всіма пунктами контролю. Таким чином, студенти вже в навчальному процесі відчули конкуренцію і апробували способи конкурентної взаємодії.

Зокрема, слід підкреслити, що використання модульно-рейтингової технології дозволило сформувати стійкий мотив освоєння студентами змістовної основи культури конкурентних відносин. Для досягнення мети ми використовували такі прийоми: роз’яснення значущості сформованої культури конкурентних відносин; організація зустрічей з представниками бізнесу та економіки, звернення до їхнього досвіду: «Правила конкурентних відносин в економіці», «Школа лідерства», «Про професійну культуру фахівця з бізнес-адміністрування»; аналіз даних економічної звітності обраного підприємства; проведення ділових ігор «Конкурентна взаємодія в групі», «Рефлексивне слухання співрозмовника», «Оцінка конкурентної поведінки»; приведення історичних фактів щодо відомих персоналій світового бізнесу; рішення в процесі професійної підготовки проблемних ситуацій «Конфліктна ситуація в групі».

Для формування позитивного мотиву формування культури конкурентних відносин важливе стимулююче значення має можливість оцінювання ПВОЯ. Для цього застосовувалися різні тестові методики, що дозволяють визначити рівень конкурентоспроможності, інтелектуальної лабільності, вмотивованості на успіх, професійної спрямованості тощо.

Наведемо вибіркові фрагменти деяких тестових методик, застосованих для діагностики: 1) конкурентоспроможності, 2) мотивації на успіх, 3) професійної спрямованості тощо. Використовувався тест на визначення рівня реалізації потреб у саморозвитку, авторами якого є Н. Фетіскін, В. Козлов і Г. Мануйлов. Студенти відповівши на 15 питань опитувальника балами від 1 до 5 в залежності від того чи дане твердження: повністю відповідає дійсності; скоріше відповідає, ніж ні; і так, і ні; скоріше не відповідає; не відповідає дійсності; та в результаті простого підрахунку загальної суми балів отримували такі результати: активно реалізовує свої потреби в саморозвитку, система саморозвитку поки що не склалася, перебуває у стадії зупиненого саморозвитку.

Діагностика професійної спрямованості» Дж. Голанда, базується на тим, що стимульний матеріал тесту містить 42 дихотомічних альтернативи, кожна з яких задана у вигляді певної професії. Студентові необхідно здійснити вибір однієї з них. За такого підходу, кожному з 6 особистісних типів відповідає 14 різних професій. Це врівноважує шкали в кількісному відношенні й дозволяє здійснювати порівняння виразності того або іншого типу «всередині» кожного респондента.

Лабільність інтелекту визначається за допомогою методики «Інтелектуальна лабільність». Мета методики полягає у дослідженні здібності переключення уваги, вміння швидко переходити з рішення одних задач на виконання інших, при цьому не допускати помилок. Методика складається з 40 нескладних завдань, які зачитуються експериментатором. На 165 рішення кожного завдання студентові відводиться від 3 до 5 секунд. Відповіді студенти фіксують на спеціальному бланку. Метою обробки результатів є визначення рівня лабільності: чим менше помилок зроблено респондентом тим вище лабільність (0-4 помилки – висока лабільність, 5-6 – достатня, 7-9 – середня, 10-14 – нижче середнього, 15 і більше – низька). У результаті опитування отримується показник лабільності, який визначається кількістю невірних відповідей: чим їх більше, тим нижче рівень лабільності.

Слід підкреслити, що методику використовують для прогнозу успішності в опануванні великого обсягу інформації, нових видах діяльності. З досвіду можемо сказати, що студентам, які мали низькі показники за тестом «Інтелектуальна лабільність», потрібно докласти набагато більше зусиль і витратити значно більше часу для засвоєння інформації, ніж студентам із високим рівнем інтелектуальної лабільності.

Не вдаючись в деталі, хочемо зазначити, що в процесі експерименту нами було виявлено прагнення студентів до формування культури конкурентних відносин завдяки засвоєнню й оцінці важливості отриманих знань і сформованих умінь, ціннісних орієнтацій і професійно важливих особистісних якостей. Поступально відбулися зміни щодо професійних цінностей, планування професійної кар’єри, стратегій вибудовування відносин в умовах конкуренції.

Отже, в процесі реалізації першої педагогічної умови – використання модульно-рейтингової технології нами було відмічено зростання ступеня розуміння цінності володіння культурою конкурентних відносин як важливої складової сформованої професійної культури.

Друга педагогічна умова – активізація професійної мобільності студентів. Мета – підвищити ефективність процесу формування культури конкурентних відносин у фахівців з економіки за рахунок розвитку здатності гнучкого реагування на мінливі умови освітнього та професійного середовища. Умова реалізовувалося за допомогою наступних заходів: 1) Зустрічі з представниками бізнесу (теми: а) «Складові успіху в бізнесі», б) «Мій шлях до процвітання», в) «Секрет переможця» – представники бізнесу розповідали про свою кар’єру і фактори самоорганізації, що вплинули на неї); 2) Бенчмаркетинг (тема «Мої сильні сторони» – вивчення і привласнення ефективного досвіду діяльності з метою збільшення конкурентних переваг); 3) Актуальні семінари (теми: а) «Способи активізації професійної мобільності», б) «Особливості економічної діяльності в сучасному світі»); 4) Актуальні бізнес-тренінги (теми: а) «Пошук оптимальних шляхів підвищення особистої ефективності», б) «Самоменеджмент»); 5) Проблемні завдання (нестандартні завдання, які мають певні часові рамки: «Вихід із конфліктної ситуації за 10 хвилин», «Рішення проблемної ситуації за 5 хвилин»); 6) Виробнича і переддипломна практика (фахівці-практики дозволили занурити студентів в нове середовище, оперативно і гнучко шукати прийнятні способи поведінки і вирішення професійних завдань); 7) Трудова діяльність (у сучасних умовах більше половини студентів вже працюють за фахом. Освоєння нових професійних навичок благотворно вплинуло на розвиток професійної мобільності та стало хорошою базою для конкурентної реалізації й освоєння сателітних навичок і професій – менеджер з продажу, офіс-менеджер, менеджер по персоналу).

Крім того, ми використовували потенціал виробничої та переддипломної практики. Перед виходом на виробничу практику студенти отримали завдання для проведення досліджень за темами: «Аналіз сформованості культури конкурентних відносин в організації», «Виявлення факторів внутрішнього і зовнішнього середовища організації і поділ їх на категорії: сильні сторони, слабкі сторони, можливості і загрози», «Визначення конкурентної стратегії організації», «Шляхи формування професійної культури в організації».

Таким чином, реалізація педагогічної умови – активізація професійної мобільності студентів дозволило ефективно організувати і змістовно наповнити процес формування культури конкурентних відносин. Підвищення ефективності, перш за все, було досягнуто за рахунок розвитку у студентів здатності гнучкого реагування на мінливі умови освітнього та професійного середовища.

Наступна педагогічна умова – знайомство з принципами клієнтського бізнесу. Сучасний етап економіки характеризується зростанням конкурентної боротьби між підприємствами, і приводить нас до розуміння важливості лояльності клієнтів, які здійснюють вибір із запропонованих товарів і послуг. Клієнтоорієнтований бізнес стає важливим елементом стратегії підприємств, що забезпечує стабільність економіки і держави.

Оскільки стратегію економічного розвитку підприємства найчастіше розробляють економісти й фахівці з бізнес-адміністрування, вони, в першу чергу, повинні бути знайомі з принципами клієнтського бізнесу й клієнтоорієнтованої культури. Реалізація даної педагогічної умови здійснювалося за допомогою таких заходів:

1) персональні самопрезентації на тему «Способи підвищення клієнтоорієнтованості (на прикладі конкретного підприємства)»;

2) виробнича та переддипломна практика (виконання завдання «Ефективні клієнтоорієнтовані стратегії підприємства»);

3) екскурсії на підприємства туристичного, ресторанного, торговельного та інших підприємств із метою спостереження клієнтоорієнтованих заходів і стратегій;

4) Online-семінари на тему «Консультування клієнтів» і «Принципи клієнтоорієнтованості»;

5) професійні дискусії за темами: «Оцінка якості послуг» і «Моніторинг якості продукції підприємства».

Наведемо деякі приклади. Так, для реалізації педагогічної умови була розроблена система навчально-практичних завдань, вибірка яких приведена далі. Змістовна основа якої обумовлена наступними чинниками. По-перше, з нашої точки зору, процес формування культури конкурентних відносин фахівців з економіки являє собою послідовний процес конструювання професійної ролі фахівця у галузі економіки, тому вважаємо доцільно використовувати ситуативне моделювання, що імітує економічну діяльність у вигляді ігор, проектів, вирішення проблемних ситуацій наближених до реальної діяльності фахівця економічного профілю. По-друге, наукові дослідження, а також власний досвід вказує на те, що культура конкурентних відносин може проявляється на трьох рівнях: мікро-, мезо- і макро. Відповідно, завдання повинні бути орієнтовані на всі рівні прояву даного виду культури.

Формування культури конкурентних відносин фахівця економічного профілю забезпечувалося виконанням студентами наступних навчальних завдань:

1). Мікрорівень прояву культури конкурентних відносин (а). Імітаційні ігри: «Подолання конфліктних ситуацій» – гра спрямована на ознайомлення з типами поведінки в конфлікті, запропонованими К. Томасом; «Ефективна стратегія» – гра розвиває професійну мову, лідерські якості студентів, удосконалює ділові етичні навички; «Новий погляд» – гра стимулює емпатію й рефлексію, створює можливість побачити ситуацію з позиції конкурента, зрозуміти його мотиви. Б). Тренінги: особистісного зростання; згуртування колективу (групи); емоційної корекції; розвитку особистісних якостей; розвиток навичок співпраці. В). Проектна діяльність: «Видатні підприємці сучасності»; «Створення системи особистого тайм-менеджменту»; «Проектування індивідуальної кар’єрної стратегії». Г). Вправи: диктанти на знання понятійного апарату, способів виходу з конфлікту; вирішення проблемних ситуацій в колективі, на підприємстві; спрямовані на розвиток вміння слухати співрозмовника, співпрацювати, на вдосконалення ділового зовнішнього вигляду; написання резюме).

2). Мезорівень прояви культури конкурентних відносин (а). Ділові гри: «Ділові переговори» – гра спрямована на розвиток навичок прийняття економічного рішення, розробки конкурентної стратегії підприємства, технік роботи з конкурентами; «Сучасні способи вдосконалення якості послуг» – гра розвиває економічне мислення і професійні навички, дає уявлення про принципи добросовісної конкуренції; «Клієнтоорієнтована стратегія розвитку підприємства» – гра розвиває навички розробки конкурентної стратегії підприємства, формує ціннісне ставлення до споживача. Б). Бізнестренінги: переговорів; продажів і виявлення потреб клієнта, вдосконалення реклами підприємства, вдосконалення комунікаційних процесів і мікроклімату на підприємстві. В). Проектна діяльність: «Сучасні українські корпорації», «Узагальнення продуктивного досвіду конкуренції». Г). Вправи: диктанти на знання понятійного апарату, принципів добросовісної конкуренції; вирішення проблемних ситуацій в колективі, на підприємстві; на розвиток навички використання технік роботи з конкурентами).

3). Макрорівень прояву культури конкурентних відносин (а). Ділові гри: «Виграв-виграв» – гра спрямована на пошук взаємовигідних способів взаємодії підприємства із зарубіжним партнером, розвиває навички прийняття економічного рішення й розробки конкурентної стратегії підприємства; «Облік інтересів зарубіжних партнерів» – гра розвиває економічне мислення й професійні навички, дає уявлення про принципи добросовісної конкуренції. Б). Бізнес-тренінги: основних навичок дипломатичних відносин, бізнес-психологія, взаємодії з корпоративними партнерами. В). Проектна діяльність: «Сучасні зарубіжні корпорації»; «Узагальнення продуктивного досвіду конкуренції». Г). Вправи: диктанти на знання понятійного апарату, принципів міжнародного бізнесу; на розвиток навичок конкурентної взаємодії з віддаленими партнерами; на розвиток економічного мислення з урахуванням принципів добросовісної конкуренції тощо).

Четверта педагогічна умова – забезпечення активізації самопрезентаційної діяльності студентів. Для реалізації даної умови була розроблена міні-програма з однойменною назвою в якій фрагментарно використовувалися методи «театральної педагогіки», а також була створена добірка спеціалізованих заходів і завдань. А саме: 1) культурні заходи (з метою спостереження сценічної мови і жестів перегляд театральних вистав: «Вишневий сад», «Танець довжиною в життя», «Доктор філософії»); 2) школа прикладної психології (тематика: мова жестів і міміки, основні репрезентативні системи, особливості вербальної та невербальної комунікації, вплив кольору на психоемоційний стан співрозмовника); 3) імітаційні ігри (тематика: «Співбесіда для влаштування на роботу», «Я – керівник», «Я – найкращий співробітник»); 4) прослуховування аудіо-презентацій і аудіо-книг (тематика: «Мова рухів тіла», «Як говорити з ким завгодно, про що завгодно», «Психологічне айкідо»); 5) бізнес-тренінги в оnline-режимі (тематика: «Самопрезентація», «Публічне мовлення», «Алгоритми успіху», «Досягнення максимуму: ключ до особистого і бізнес-успіху»); 6) конкурси – студенти демонстрували навички самопрезентації в різних конкурсах.

Як показав експеримент, ефективною формою організації діяльності студентів є екскурсії: «Знайомство з основами кліентоорієнтованого бізнесу» (на підприємствах туристичного, ресторанного, торговельного та інших напрямків бізнесу); «Лідер у бізнесі» (проходили на підприємствах і дозволили познайомитися з підприємствами-лідерами, їх основними принципами роботи). Раніше нами зазначалося, що випуск фахівця нового покоління вимагає концептуального, методологічного, змістовного та організаційного оновлення освітнього процесу.

Стимулювання соціальної активності майбутніх фахівців з еконоімки, розширенню інформаційної бази й ймовірності працевлаштування сприяли екскурсії у службу зайнятості та кадрові агентства. Це створило можливість отримання наступних послуг: 1) надання довідково-інформаційного фонду банку вакансій, проведення групових та індивідуальних консультацій про актуальні потреби сучасного ринку праці; 2) надання довідкової інформації про питання перенавчання та визначення форм передбачуваного підвищення кваліфікації або отримання сателітних професій; 3) можливість участі в тренінгу «Новий старт», «Вони шукають роботу», «Школа молодого підприємця», «Бізнес-інкубатор»; 4) вирішення проблем мікрокредитування молодіжного підприємництва; 5) організація тимчасової зайнятості молоді, наприклад, молодіжна практика з метою працевлаштування. Для більш інтенсивного формування культури конкурентних відносин нами була розроблена система позааудиторних завдань.

Остання педагогічна умова – організація процесу підготовки на основі використання технік тайм-менеджменту. Застосування цих технік дозволило збільшити ефективність і продуктивність діяльності студента, підвищити його здатність швидко адаптуватися і через це мати конкурентну перевагу в порівнянні з іншими.

Дуже важливим механізмом формування у майбутніх фахівців з економіки культури конкурентних відносин є проектна діяльність. У процесі викладання навчальних курсів реалізовувалися кілька проектів, два з яких були основними: «Створення системи особистого тайм-менеджменту», «Проектування індивідуальної кар'єрної стратегії». Наприкінці, наведемо приклади контролю і коригувальних заходів. Контроль здійснювався за допомогою традиційних педагогічних інструментів: методів (тестування, опитування, спостереження, експертиза, соціометрія, аналіз результатів діяльності студентів); засобів (залік, захист проекту, самостійна робота). Зокрема, виконувався регулярний моніторинг діяльності студентів через співбесіду, тестування, аналіз результатів діяльності, індивідуальний рейтинг студентів на основі навчальних курсів.

**Висновки до розділу 3**

1. Практичний апарат експерименту представлений показниками, рівнями сформованості культури конкурентних відносин, методами діагностики та оцінювання. Зокрема, визначено, що культура конкурентних відносин майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування може проявлятися на трьох рівнях (низький, середній, високий), її рівень сформованості визначається виходячи з знання, вміння, професійно важливих якостей, ціннісних орієнтацій.

2. Запропонована дослідницько-експериментальна робота. Метою її проведення визначено перевірка ефективності запропонованих педагогічних умов формування культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців з економіки. Попередній експеримент проводився з чотирма контрольними групами. У ході підсумкового зрізу попереднього експерименту були отримані наступні результати: низький рівень культури конкурентних відносин діагностовано у 24,2%, що на 54% менше в порівнянні з нульовим зрізом, середній рівень діагностовано у 44,8% студентів, це на 25,3% більше, ніж на нульовому зрізі; високий рівень сформованості культури конкурентних 203 відносин у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування продемонстрували 31% студентів, що на 28,7% більше, ніж на нульовому зрізі.

3. Проведено другий – основний (апробаційній) експеримент. В якому нами була підтверджена результативність комплексу педагогічних умов: 1) використання модульно-рейтингової технології у навчальному процесі ЗВО; 2) активізація професійної мобільності студентів; 3) забезпечення спрямованості на здоровий спосіб життя; 4) знайомство з принципами клієнтського бізнесу; 5) активізація самопрезентаційної діяльності студентів; 6) організація процесу підготовки на основі використання технік тайм-менеджменту.

**ВИСНОВКИ**

1. Актуальність проблеми формування конкурентоздатного фахівця в системі економічної освіти визначається: зростанням економічного потенціалу України; вимогою підвищення якості професійної освіти майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування, здатних вибудовувати ефективні стратегії конкурентної взаємодії; необхідністю створення теоретичних основ формування культури конкурентних відносин у фахівців з економіки в процесі професійної підготовки, а також розробки систематизованого технологічного апарату для ефективного формування культури конкурентних відносин у студентів, що навчаються за визначеним напрямком підготовки.
2. Сформульовано понятійно-категоріальний апарат дослідження, зокрема визначено: професійна культура – це характеристика фахівця, що охоплює комплекс знань, професійно важливих особистісних якостей і цінностей, які забезпечують ефективність його професійної діяльності; культура конкурентних відносин фахівців економічного профілю – як вид професійної культури, що забезпечує фахівцям досягнення економічних цілей оптимальними і етично прийнятними засобами через продуктивну співпрацю та суперництво в умовах конкуренції; формування культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців з економіки – це досягнення діалектичної єдності окремих складових в організованому навчально-виховному процесі ЗВО.
3. Культура конкурентних відносин фахівця-економіста як вид професійної культури охоплює певні взаємопов'язані компоненти: когнітивний, операційний, ціннісний і особистісний. Процес формування конкурентоздатного фахівця в сфері економіки доцільно здійснювати на основі науково-методологічних підходів, таких, як: системного, компетентнісного та діяльнісно-культурологічного, що сприятимуть його побудові та змістовному наповненню, відповідатимуть вимогам професійної підготовки та діяльності майбутніх фахівців.
4. На основі змістовного наповнення освітніх програм підготовки фахівців з економіки, за допомогою певних методологічних підходів, використання вітчизняного та зарубіжного досвіду підготовки економістів, концептуальних засад культури конкурентних відносин науково обґрунтовано педагогічні умови формування конкурентоздатного фахівця в системі економічної освіти. Розкрито сутнісну характеристику цих умов та окреслено актуальні напрямки їх реалізації.
5. Запропоновано запроваджувати педагогічний експеримент як інструмент навчання та підготовки конкурентоздатного фахівця-економіста. Результати діагностики формування культури конкурентних відносин на першому проміжному зрізі показали, що динаміка в експериментальних групах трохи відрізняється від контрольної. Це свідчить про те, що запропонований комплекс педагогічних умов відразу здійснює позитивний педагогічний вплив, що виявляється в змінах за всіма показниками сформованості культури конкурентних відносин. Результати підсумкової діагностики сформованості культури конкурентних відносин дозволяють констатувати той факт, що динаміка в контрольній групі значно нижче, ніж в експериментальних.
6. Корекція в процесі реалізації системи формування культури конкурентних відносин проводилася систематично, за результатами контрольних заходів і рейтингу студента. Вона полягала в повторенні матеріалу, індивідуалізації й варіюванні завдань, встановлення причинно-наслідкових зв'язків. Розроблений комплекс педагогічних умов передбачав виконання особливого роду завдань, що забезпечують формування культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців з економіки, змістовно відповідають вимогам їх професійної діяльності.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Коджаспирова Г. М., Коджаспиров А. Ю. Педагогический словарь. М.: Издательский центр «Академия», 2005. 176 с.
2. Воропаєва В. Г. Культура як предмет соціально-філософського дискурсу. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2012. Вип. 51. С. 177–190.
3. Виленский М. Я. Физическая культура в гуманитарном образовательном пространстве вуза. Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. 1999. №4. С.27–32.
4. Москаленко В. Особливості уявлень студентів про соціально успішну людину. Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. 2012. Вип.15 (1). С. 296–306.
5. Максимова Л. Н. Профессиональная культура в российском контексте социальных трансформация: автореф. дис. … д-ра социол. наук. Саратов, 2013. 35 с.
6. Гущина Г. А. Концепция формирования профессиональной культуры будущих экономистов в вузе: автореф. дис. … д-ра пед. наук. Калининград, 2015. 45 с.
7. Валежанина Т. В. Формирование конкурентоспособности будущих педагогов профессионального обучения в социальном партнерстве вуза и малых инновационных предприятий : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08. Екатеринбург, 2014. 24 с.
8. Галузо Е. А. Развитие конкурентоспособности персонала строительных организаций : дис. … канд. экон. наук : 08.00.05. М., 2008. 234 с.
9. Полонский В. М. Словарь по образованию и педагогике. М.: Высш. шк., 2004. 512 с.
10. Толковый словарь русского языка / под ред. Д.В. Дмитриева. М.: АСТ, 2003. 1582 с.
11. Большой толковый словарь русского языка / под ред. Д.Н. Ушакова. М.: АСТ, 2004. 1280 с.
12. Сисоєва С. О., Соколова І. В. Проблеми неперервної професійної освіти: тезаурус наукового дослідження: наук. видання / НАПН України. Ін-т педагогічної освіти і освіти дорослих, МОН. Маріупольський держ. Гуманітарний ун-т. К.: Видавничий Дім «ЕКМО», 2012. 362 с.
13. Ярошенко С. Н. Ценностные основы становления и развития конкурентоспособности студентов вуза: теоретико-методологический аспект: монография. Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2009. 151 с.
14. Туктаров Ф. Р. Конкурентоспособность личности в современном трансформирующемся обществе: социально-философский анализ: автореф. дис. … докт. философ. Наук. Ростов-н/Д, 2007. 46 с.
15. Дмитриева Ю. А. Повышение уровня конкурентоспособности выпускников вузов по специальности «Управление персоналом» на рынке труда: автореф. дис. … канд. экон. наук. М., 2010. 23 с.
16. Етимологічний словник української мови : т. 2 / уклад. Н.С. Родзевич та ін.К. : Наукова думка, 1985. 572 с.
17. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел. К. : Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
18. Дейнега О. В. Методологічні аспекти оцінювання конкурентоздатності підприємств. Наукові праці Вінницького національного технічного університету. 2008. С. 61–68.
19. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебник. 2-е изд., испр. и доп. М.: Изд-во Эксмо, 2005. 544 с.
20. Дидактические технологии в высшей школе: учеб. пособие для вузов / Д. В.Чернилевский. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 437 c.
21. Сергеєва Л.М. Конкурентоздатність фахівця як соціальнопедагогічна категорія. Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи. зб. наук. пр. Ін-т пед. освіти і освіти дорослих НАПН України. К., 2015. Вип. 1 (10). 265 с.
22. Горячук О. Ю. Формирование профессиональной культуры будущих менеджеров по туризму средствами мультимедийных технологий: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Ялта, 2014. 24.
23. Кабусь Н. Д. Методологічні засади підготовки майбутніх соціальних педагогів до сталого розвитку соціальних груп. Основи сучасної педагогіки. Херсон: ПП «Вишемірський В.С.», 2016. С. 353–428.
24. Колбаса М. А. Формирование профессиональной культуры будущих учителей технологии при обучении компьютерной графике: автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2013. 25 с.
25. Євтух М. Б., Дибкова Л. М. Індивідуальний підхід у формуванні професійної компетентності майбутніх економістів: монографія. Х.: Харк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна, 2007. 144 с.
26. Старова Н. М. Формирование культуры профессиональной деятельности в процессе взаимодействия с работодателями у студентов учреждений среднего профессионального образования: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Челябинск, 2012. 24 с.
27. Гоголь І. О. Психолого-педагогічні особливості професійної підготовки майбутніх маркетологів. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. Запоріжжя: КПУ, 2017. Вип. 56-57 (109-110). С. 131–139.
28. Дейнека О. С. Экономическая психология: учеб. пособие. СПб.: СПб университет, 2000. 160 с.
29. Спасенников В. В. Экономическая психология: учеб. пособие. М. : ПЕР СЭ, 2003. 448 с.
30. Васильева Т. В. Формирование профессиональных ценностных ориентаций студентов сельскохозяйственного вуза на современном этапе развития общества: автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08. Кемерово, 2015. 23 с.
31. Міненко О. О. Професійне становлення практичного психолога як система парадигмальних змін. Вісник Харківського Національного Університету. Серія «Психологія». 2002. № 550. С. 209–211.
32. Бочарникова Н. А. Формирование профессиональной культуры социального работника в образовательном пространстве университета: автореф. дис. … канд. пед. наук : 13.00.08. Чита, 2012. 24 с.
33. Андріяко Т. Ю. Педагогічна сутність і структура конкурентоспроможності фахівця. Вісник Черкаського університету. Серія: педагогічні науки. Черкаси, 2010. Вип. 189. Ч. 2. С. 110–116.
34. Андрущенко Т. В. Вимоги до конкурентоспроможного спеціаліста. Педагогіка і психологія професійної освіти. Київ, 2007. № 5. С. 43–47.
35. Каширин В. А., Сластенин, В. А. Психология и педагогика. М.: Академия, 2003. 480 с.
36. Кизенко В., Трубачова Д. Реалізація діяльнісного підходу в навчанні студентів-філологів з різним рівнем комунікативних здібностей. Рідна школа. 2014. № 11. С. 42–46.
37. Куденцова С. Н. Психолого-дидактические условия учебной адаптации студентов к модульно-рейтинговой системе проверки знаний: автореф. дис. ... канд. психол. наук. Ростов-н/Д, 2011. 22 с.
38. Шарипов Ф. Ф. Системный подход к информатизации педагогического процесса в вузе – доминанта формирования профессиональных компетентностей студентов: дис. ... д-ра пед. наук. – Душанбе, 2013. 409 с.
39. Антонюк Д. С. Підходи до формування економічної компетентності особистості у науковій літературі. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка : науковий журнал. Педагогічні науки / [гол. ред. П. Ю. Саух, відп. ред. Н. А. Сейко]. 2017. Вип. 1 (87). С. 32–37.
40. Жилина А. И. Системный подход как методология педагогического исследовании. Человек и образование: академический вестник Института образования взрослых Российской академии образования. 2007. № 10–11. С. 15–20.
41. Андрощук І. В. Реалізація системного підходу в навчальному процесі як педагогічна проблема. Проблеми підготовки сучасного вчителя. 2013. № 7. С. 8–14.
42. Сорочан Т. М., Данильєв А. О., Дьяченко Б. А., Рудіна О. М. Професійний розвиток керівників і педагогічних працівників загальноосвітніх навчальних закладів у післядипломній педагогічній освіті регіонального рівня : монографія. Луганськ : СПД Рєзніков В. С., 2013. 524 с.
43. Очарук О. Ключові компетентності: Європейське бачення. Управління освітою. 2004. №2. С. 6−9.
44. Гура О. І. Професійні компетенції та професійна компетентність педагога вищої школи: порівняльний аналіз понять. Наука і сучасність: зб. наук. праць Націон. педаг. ун-ту ім. М.П. Драгоманова. К., 2006. Том 54. С. 3–12.
45. Загородня А. А. Професійна підготовка фахівців економічної галузі у закладах вищої освіти Республіки Польщі та України: монографія. К.: ВП «Едельвейс», 2018. 392 с.
46. Баніт О. В. Системи професійного розвитку менеджерів у транснаціональних корпораціях: досвід Німеччини і Польщі : монографія. Київ: ДКС-Центр, 2018. 414 с.
47. Галагузов А. Н. Культурологический подход в профессиональной подготовке специалистов социальной сферы : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.08. М., 2011. 362 с.
48. Бойчук Ю. Д. Культурологічний і аксіологічний підходи до формування екологовалеологічної культури студентів вищих педагогічних навчальних закладів. Вісник НТУУ «КПІ». 2009. Вип. 3. С. 121–124.
49. Машкіна С. В., Усатенко Т. П., Хомич Л. О., Шахрай Т. О. Теоретичні засади культурологічного підходу у підготовці педагога до виховної діяльності: монографія. К.: ІПООД НАПН України, 2016. 168 с.
50. Баскаков А. М., Соколова Ю. Г. Спутник исследователя по педагогике. – Челябинск: Полиграф-Мастер, 2008. 600 с.
51. Борисенко З. Особливості прояву та причини емоційного вигорання студентської молоді. Проблеми гуманітарних наук : збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Психологія» / ред. кол. Надія Скотна (головний редактор), Р. Хавула (редактор серії) та ін. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ імені Івана Франка, 2018. Випуск 43. С. 25–38.
52. Брич В. Я., Снігур Х. А. Нетворкінг: поняття та особливості застосування в управлінні персоналом. Вісник Хмельницького національного університету. 2017. № 5 (251). С. 108–111.
53. Бужинська С. М., Бойченко А. О. Вплив тривожності на розвиток синдрому емоційного вигорання у студентів педагогічного профілю навчання. Психологічні науки : зб. наук. праць / Запорізький класичний приватний ун-т. Запоріжжя, 2019. Вип. 5. Том 1. С. 87–92.
54. Вошколуп Г. Ю. Оцінка ефективності технології формування конфліктологічної компетентності майбутніх економістів у процесі вивчення гуманітарних дисциплін. Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія: Педагогічні науки. 2017. №2 (57). С. 116–121.
55. Гилюн О. В. Освітні мотивації студентської молоді. Грані : наук.-теорет. і громад.-політ. альманах / Дніпропетр. нац. ун-т ім. О. Гончара; Центр соц.- політ. дослідж. Д., 2012. № 1 (81). С. 102–104.
56. Гінсіровська І. Р. Праксеологічний підхід у підготовці майбутніх фахівців з менеджменту до інноваційної професійної діяльності у вищих технічних навчальних закладах. Педагогічний альманах : збірник наукових праць / редкол. В. В. Кузьменко (голова) та ін. Херсон : КВНЗ «Херсонська академія неперервної освіти», 2017. Вип. 34. С. 231–238.
57. Горбачев А. Г. Тайм-менеджмент. Время Руководителя: 24+2. М.: Издательский дом «ДМК-пресс», 2007. 128 с.
58. Євась Т. В., Вигонюк Т. Т. Теоретичні аспекти сучасного бізнес-адміністрування. Подільський науковий вісник. Науки: економіка, педагогіка. 2017. № 2. С. 53–55.
59. Карманенко В. В. Педагогічні умови формування лідерських якостей у студентів економічних університетів. Витоки педагогічної майстерності: зб. наук. пр. Серія: Педагогічні науки. Полтава. 2018. Вип. 21. С. 90–95.
60. Козубська І. В., Палінчак В. М. Амеріканський досвід в галузі професійної підготовки фахівців менеджменту. Збірник наукових праць «Педагогічні науки» ; Херсонський державний університет. 2017. Вип. 76 (3). С. 69–73.
61. Тармаева Е. В. Развитие коммуникативной компетентности у будущих учителей: дис. …канд. пед. наук. Улан-Удэ, 2007. 174 с.
62. Найн А. Я. Технология работы над диссертацией по гуманитарным наукам. Челябинск: УралГАФК, 2000. 187 с.
63. Агапова И. Э. Педагогические условия формирования профессионального интереса у учащихся колледжа традиционного прикладного искусства: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Ин-т худож. образования Рос. акад. Образования. М., 2009. 176 с.
64. Сушенцева Л. Л. Теоретико-методичні засади формування професійної мобільності кваліфікованих робітників в професійно-технічних навчальних закладах: дис. ... доктора пед. наук : 13.00.04. К., 2012. 469 с.
65. Яковлева Н. О. Педагогическое проектирование инновационных систем : автореф. дис. ... д-ра пед. наук. Челябинск, 2003. 48 с.
66. . Глазунова І. К. Характерні особливості та загальні умови використання модульно-рейтингової системи організації навчального процесу в педагогічних університетах. Педагогічна майстерність як система професійних і мистецьких компетентностей. Збірник матеріалів ІХ мистецько-педагогічних читань пам’яті професора О. П. Рудницької. Чернівці: «Зелена Буковина», 2011. С. 265–270.
67. Романишина Л. М. Система поетапного контролю навчальної діяльності студентів педагогічних університетів за модульно-рейтинговою технологією навчання з дисциплін природничого циклу : автореф. дис. на зд. наук. ст. дра пед. наук : спец. 13.00.04. К., 1998. 39 с
68. Гуськова Т. В. Организация учебного процесса в высшей школе с использованием модульно-рейтинговой технологии: на примере технического вуза: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Пенза, 2008. 23 с
69. Котлярова О. О. Сучасні підходи до організації контролю навчальної діяльності студентів вищих навчальних закладів. Науковий вісник Донбасу : електронне вид. 2013. № 3.
70. Веретенко Т. Г. Безпечне навчання студентів в умовах кредитно модульної системи. Гуманітарний вісник. 2011. № 23. С. 42–45.
71. Смирнова О. В. Формирование коммуникативной мобильности студентов экономического вуза: дис. ... канд. пед. наук. М., 2013. 200 с.
72. Рідкодубська А. Педагогічні умови підготовки до професійної мобільності майбутнього працівника соціальної сфери. Молодь і ринок. 2017. № 5. С. 58–63.
73. Нежинська О. О., Тименко В. М. Основи коучингу : навчальний посібник. Київ ; Харків : ТОВ «ДІСА ПЛЮС», 2017. 220 с.
74. Ковригина Е. А. Коммуникативная стратегия самопрезентации в дискурсе интернет-интервью: дисс. …канд. филол. наук : 10.02.19 – теория языка. Кемерово: Кемеровский госсударственный университет, 2010. 177 с.