



УДК 378.41:005:339.138

МОДЕЛЬ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МАГІСТРІВ УПРАВЛІННЯ НАВЧАЛЬНИМИ ЗАКЛАДАМИ ДО МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тимцуник Ю.М., аспірант
кафедри педагогіки факультету психології
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

У статті проаналізовано методологічні й організаційні аспекти підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності. На основі методу наукового моделювання визначено основні структурні компоненти моделі, схарактеризовано їхні сутність і взаємозв'язки. Модель включає цільовий, організаційно-методологічний, змістово-операційний і результативно-оцінний структурні компоненти.

Ключові слова: модель, професійна підготовка, фахівці, модель підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності.

В статье проанализированы методологические и организационные аспекты подготовки будущих магистров управления образовательными учреждениями к маркетинговой деятельности. На основе метода научного моделирования определены основные структурные компоненты модели, охарактеризованы их сущность и взаимосвязи. Модель включает целевой, организационно-методологический, содержательно-операционный и результативно-оценочный структурные компоненты.

Ключевые слова: модель, профессиональная подготовка, специалисты, модель подготовки будущих магистров управления образовательными учреждениями к маркетинговой деятельности.

Tymtsunyk Yu.M. MODEL TRAINING OF FUTURE MASTERS OF EDUCATIONAL MANAGEMENT TO MARKETING ACTIVITY

The article analyzed the methodological and organizational aspects of training of future masters of educational management to marketing activity. On the basis of scientific modeling determined the basic structural components of the model, are characterized by their nature and relationships. This model includes targeted, organizational-methodological, content-operational and result-evaluative structural components.

Key words: model, professional training, experts, model training of future masters of educational management to marketing activity.

Постановка проблеми. На сьогодні одним із важливих завдань професійної освіти є підготовка висококваліфікованих фахівців, конкурентоспроможних на ринку праці, які мають сформовані компетентності й здатні ефективно виконувати професійні функції на рівні світових стандартів. У ринкових умовах функціонування системи освіти особливого значення набуває діяльність керівників освіти, готовність до ефективного виконання професійних функцій і завдань. Світові тенденції та зміни в управлінні зумовлюють необхідність посилення вимог до професійної підготовки магістрів за спеціальністю спеціальної категорії 8.18010020 «Управління навчальним закладом», їхньої компетентності й особистих якостей. Одним із важливих завдань, що стоять перед вищим навчальним закладом, є підготовка майбутніх фахівців означеної спеціальності, здатних здійснювати маркетингову діяльність.

У зв'язку з цим актуальним є вдосконалення процесу навчання майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності як складової їх професійної підготовки.

Ступінь розробленості проблеми.

Проблемі розробки моделі фахівця присвячено дослідження багатьох учених, а саме: І. Беха, А. Вербицького, І. Зязюна, С. Сисоевої, В. Ягупова, Г. Єльнікової, В. Сластьоніна, Л. Козак, І. Козич, Н. Кузьміної, А. Маркової, О. Романовського, В. Семиченко, Н. Талізної, В. Маслова, О. Мармази та ін. Сутність компетентнісного підходу до організації підготовки фахівців проаналізували такі дослідники, як М. Михайліченко, О. Пометун, М. Степко, В. Зінченко, О. Локшина, О. Савченко й ін. Особливе значення для дослідження мають праці В. Береки, В. Дивака, Л. Кравченко, С. Светлорусової, В. Луначка, І. Доніної, О. Ганаєвої, І. Яркової, С. Бітаревої, І. Кушніра та ін.

Однак у працях вітчизняних учених не приділено достатньої уваги проблемі вдосконалення процесу підготовки майбутніх керівників освіти до здійснення маркетингової діяльності шляхом упровадження науково обґрунтованої моделі.

У зв'язку з цим **метою статті** є розробка й теоретичне обґрунтування моделі підготовки майбутніх магістрів управління



навчальними закладами до маркетингової діяльності.

Виклад основного матеріалу. Для досягнення поставленої мети вважаємо за необхідне розглянути такі категорії наукового дослідження: *моделювання, модель*.

Аналіз наукових джерел свідчить, що в педагогічній науці метод *моделювання* застосовують з метою:

- поліпшення планування навчального процесу;
- оптимізації змісту і структури навчального матеріалу;
- управління навчальним процесом і пізнавальною діяльністю;
- діагностики, прогнозування та проектування навчання [10, с. 67].

На основі вищезазначеного можна зробити висновок, що в основі методу *моделювання* лежить модель.

Протягом багатьох років поняття «модель» набувало різних відтінків значення. У професійній освіті теоретичні основи моделювання досліджувало багато таких вітчизняних і зарубіжних учених, як А. Маркова, Ю. Бабанський, В. Берека, Г. Єльнікова, В. Кремень, Л. Онищук, Є. Павлютенков, Н. Ничкало, Л. Кравченко, В. Жигір, С. Гончаренко, В. Зінченко, М. Кларін, В. Беспалько, О. Новіков [1; 2; 3; 4; 7; 8; 9; 12] та ін.

Згідно з визначенням, поданим в Енциклопедії освіти за редакцією В. Кременя, «модель (фр. *Modele* – зразок) – це уявна або матеріально-реалізована система, яка відображає або відтворює об'єкт дослідження (природний чи соціальний) і здатна змінювати його так, що її вивчення дає нову інформацію стосовно цього об'єкта» [5, с. 516].

Деякі науковці (Л. Семушина, А. Савельєв, Є. Смирнова, Н. Тализіна, О. Семенов) на основі результатів дослідження теоретичних основ моделювання виділяють такі поняття: *модель професійної діяльності фахівця* (опис видів діяльності, функцій, завдань і способів їх вирішення тощо), *модель фахівця* (сукупність особистісних і професійних якостей, які необхідні для успішного виконання діяльності), *модель підготовки фахівця* (відображення сукупності всіх педагогічних умов підготовки). Дослідники вважають, що метою здобуття освіти є модель фахівця, а засобом її реалізації є розробка моделі підготовки фахівців. Усі науковці відмічають, що під час розробки та впровадження моделі підготовки фахівця до діяльності необхідно враховувати програму підготовки, навчальний план, програми дисциплін, виховні заходи, види навчально-пізнавальної діяльності, кваліфі-

каційні характеристики тощо. Так, О. Семенов наголошує на тому, що «модель фахівця» «включає *модель підготовки* (реалізацію цілей і завдань вищої професійної освіти) і *модель діяльності*, тобто сферу конкретної професійної діяльності (мету, предмет, засоби, способи діяльності, аналіз професійних функцій, труднощів і помилок, перспективи цієї галузі, створення й розвитку нових технологій, засобів і об'єктів діяльності)» [11, с. 121]. Отже, за результатами вивчення проблеми педагогічного моделювання можна стверджувати, що побудова педагогічної моделі є засобом організації процесу підготовки майбутніх фахівців до професійної діяльності з урахуванням усіх важливих складових цього процесу.

Зважаючи на значущість проблеми, виникає актуальна потреба відповідно до сучасних вимог оновлення структури і змісту вищої освіти розробити модель підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності. Теоретичний аналіз літератури з досліджуваної проблеми дав підстави для розробки такої моделі підготовки. Запропонована модель є образною та логічною схемою вдосконалення процесу підготовки магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності, яка враховує основні нормативні вимоги щодо підготовки фахівців зазначеної спеціальності.

З огляду на зазначене застосування методу моделювання в нашому науковому дослідженні цілісного й системного процесу підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності. До складу розробленої нами моделі підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності входять такі компоненти: *цільовий, організаційно-методологічний, змістово-операційний і результативно-оцінний* (рис. 1). Зазначені компоненти моделі взаємопов'язані між собою, забезпечують цілісність і поетапність процесу підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності.

Цільовий компонент моделі підготовки розроблено з урахуванням наявності соціального замовлення на підготовку фахівців з управління освітою та державних стандартів вищої освіти. Означений компонент визначає *мету моделі – підготовка майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності*.

Відповідно до поставленої мети, *результат моделі підготовки* полягає у *сформованому належному рівні готовності майбутніх*



Рис. 1. Модель підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності



фахівців з управління освітою до маркетингової діяльності, який надалі забезпечуватиме успішне виконання професійних обов'язків і характеризуватиме завершеність процесу професійної підготовки фахівців зазначеної спеціальності. Виходячи з поставленої мети, ми сформулювали завдання моделі підготовки:

1) виховання у магістрантів мотиваційно-ціннісного ставлення до маркетингової діяльності;

2) оволодіння цілісною системою теоретичних знань, практичних умінь і навичок, необхідних для здійснення маркетингової діяльності;

3) формування професійно важливих особистісних якостей, необхідних для застосування набутих знань, умінь і навичок з маркетингу освіти в професійній діяльності;

4) формування усвідомленої потреби в оцінюванні власного рівня готовності до маркетингової діяльності, прогнозуванні та подальшому корегуванні цієї готовності.

Організаційно-методологічний компонент передбачає наявність методологічних підходів, принципів і педагогічних умов, які забезпечують формування готовності магістрантів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності як цілісного й поетапного процесу. Підготовка майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності здійснюється на засадах *компетентнісного, міждисциплінарного, аксіологічного, діяльнісного, рефлексивного* методологічних підходів.

Практичне застосування основних положень методологічних підходів можливе лише завдяки використанню загальнодидактичних і специфічних принципів навчання. Так, у контексті нашого наукового дослідження систему загальнодидактичних принципів становлять принципи науковості, систематичності й послідовності, свідомості навчання, активності й самостійності, наочності, ґрунтовності, зв'язку навчання з практичною діяльністю тощо. До специфічних принципів, які враховуємо під час підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності, зараховуємо принцип професійної спрямованості, практичної орієнтованості підготовки, міждисциплінарності.

На ефективність розробленої моделі підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності впливає сукупність педагогічних умов. Нами було визначено педагогічні умови формування готовності майбутніх магістрів управління навчальними закла-

дами до маркетингової діяльності в процесі професійної підготовки:

– *суб'єктивні*: для магістрантів – формування мотиваційної сфери майбутніх керівників освіти, спрямованої на інтеріоризацію професійних цінностей, шляхом включення в систему професійно важливих якостей фахівця готовності до здійснення маркетингової діяльності;

– *технологічні*: організація процесу професійної підготовки магістрантів на основі розробленого навчально-методичного комплексу;

– *методичні*: конструювання змісту навчального матеріалу для навчальної дисципліни «Маркетингова діяльність керівника навчального закладу» з поєднанням підібраних методів, засобів і форм навчання.

Змістово-операційний компонент

включає перелік дисциплін, зміст яких сприяє формуванню готовності майбутніх керівників освіти до маркетингової діяльності. Застосування міждисциплінарного підходу надало можливість виокремити такі дисципліни («Філософія освіти», «Економіка освіти», «Освітній менеджмент», «Психологія реклами», «Психологія управління», «Інформаційно-комунікативні технології в управлінні освітою», «Управління навчальним закладом» (за типом), «Управління фінансово-господарською діяльністю»), що фрагментарно формують уявлення про маркетинг освіти. Аналіз навчальних планів дав змогу визначити їх послідовність і міждисциплінарні зв'язки. Під час дослідження особливостей підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності, вивчення педагогічної та управлінської літератури, програм, навчальних посібників з означеної проблеми нами було встановлено, що процес підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності ще недостатньо вивчений і розроблений, зокрема не забезпечений взаємозв'язок теорії з практикою під час вивчення інтегрованого курсу з маркетингу в освіті тощо. Усе це підтверджує не лише необхідність професійної підготовки майбутніх керівників освітніх установ до маркетингової діяльності, а й потребу розроблення основних напрямів такої підготовки та її структури. Тому важливим напрямом удосконалення навчально-виховного процесу є введення навчальної дисципліни «Маркетингова діяльність керівника навчального закладу».

Процес підготовки майбутніх керівників освіти до маркетингової діяльності залежить від методичної компетентності ви-



кладача, особливостей змісту запропонованого ним матеріалу для вивчення, його структури й обсягу. Важливого значення набувають проектування структури заняття, вибір форм організації навчальної діяльності, вдале поєднання методів і засобів навчання.

Складовою моделі професійної підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності є методи навчання. Аналіз наукових праць Ю. Бабанського, Г. Ващенко, А. Алексюка, І. Підласого, М. Фіцули дав змогу сформулювати систему знань про методи навчання, їхню структуру та функції. Відтак, обираючи методи навчання щодо формування готовності магістрантів до маркетингової діяльності, ми враховували їх відповідність змісту, меті, завданням і принципам професійної підготовки. На нашу думку, під час викладання змісту навчальної дисципліни «Маркетингова діяльність керівника навчального закладу» доцільно поєднувати традиційні та інноваційні методи навчання.

До традиційних методів навчання належать такі: організація і здійснення навчально-пізнавальної діяльності; стимулювання мотивації навчальної діяльності; контроль, аналіз і оцінювання результатів навчання.

Зауважимо, що, для того щоб колективна робота була продуктивною, викладачеві необхідно активізувати пізнавальну діяльність магістрантів. Ми поділяємо думку С. Ключко щодо розуміння поняття «активізація пізнавальної діяльності» й передбачаємо під цим поняттям «цілеспрямовану діяльність викладача, спрямовану на розробку та використання таких форм, змісту, прийомів і засобів навчання, які сприяють підвищенню інтересу, самостійності, творчої активності студента в засвоєнні знань, формуванні умінь, навичок в їх практичному застосуванні» [6, с. 285]. Як нам видається, методи інноваційного або активного навчання стимулюють активізацію пізнавальної діяльності студентів, адже тією чи іншою мірою імітують професійну діяльність фахівця. Основними ознаками ефективності використання таких методів є підвищення рівня мотивації до навчання в студентів, вироблення вміння приймати самостійні творчі рішення, постійна взаємодія між викладачем і студентами за допомогою зворотного зв'язку, що забезпечує краще сприйняття студентами викладеного матеріалу. Ми виокремили ті активні методи навчання, які доцільно використовувати в процесі підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності, а

саме: проблемні лекції, проблемні семінари, метод кейсів (case study), мозковий штурм, круглі столи, тематичні дискусії, ігрові методи тощо.

Результативно-оцінний компонент надає можливість визначити ступінь виконання завдань і досягнення мети професійної підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності. Означений компонент охоплює критерії та рівні сформованості готовності до маркетингової діяльності. Проведена процедура вимірювання рівня готовності магістрантів означеної спеціальності передбачає застосування розробленого нами комплексного опитувальника й тестових завдань для магістрантів. Самооцінювання магістрантами власного рівня готовності до маркетингової діяльності дасть змогу залучати майбутніх фахівців до конструктивного аналізу індивідуальної та колективної роботи, виявляти помилки в навчанні, знаходити способи їх усунення й коригування власних дій.

Висновки. Розроблена модель підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності є теоретичною конструкцією, що має найважливіші ознаки дидактичної системи: мету, методологічні підходи, наукові принципи, зміст навчання, форми й методи навчання тощо. Отже, зазначена модель охоплює всі аспекти професійної підготовки магістрантів означеної спеціальності до маркетингової діяльності, сприяє реалізації поставленої мети дослідно-експериментальної роботи наукового дослідження.

Перспективи подальших розвідок у цьому напрямі вбачаємо в реалізації моделі підготовки майбутніх магістрів управління навчальними закладами до маркетингової діяльності в навчальному процесі вищих навчальних закладів України.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Беспалько В.П. Основы теории педагогических систем : [монография] / В.П. Беспалько. – Воронеж : Изд-во Воронежского университета, 1977. – 304 с.
2. Жигірь В.І. Емпірична модель професійної компетентності менеджера освіти / В.І. Жигірь // Вища школа. – 2012. – № 4. – С. 33–45.
3. Зінченко В.О. Модель фахівця з позицій компетентнісного підходу / В.О. Зінченко // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – 2011. – № 10 (221). – Ч. 1. – С. 36–43.
4. Зязюн І.А. Краса педагогічної дії : [навч. посіб. для середніх і вищих навч. закл.] / І.А. Зязюн, Г.М. Сагач. – К. : Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1997. – 302 с.



5. Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України ; головний ред. В.Г. Кремень. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – 1040 с.
6. Ключко С.С. Традиційні та інноваційні методи навчання студентів на кафедрі гістології, цитології та ембріології / С.С. Ключко // Буковинський медичний вісник. – 2015. – Т. 19. – № 3 (75). – С. 285–287.
7. Новиков А.М. Методология / А.М. Новиков, Д.А. Новиков. – М. : СИНТЕГ, 2007. – 668 с.
8. Онищук Л. Моделювання в освіті / Л. Онищук // Педагогічна освіта: теорія і практика : збірник наук. праць. – 2008. – № 9. – С. 38–43.
9. Павлютенков С.М. Моделювання в системі освіти (у схемах і таблицях) / С.М. Павлютенков. – Х. : Основа, 2008. – Вип. 7 (67). – 128 с.
10. Подласый И.П. Педагогика. Новый курс : [учеб. для студ. пед. вузов] : в 2 кн. / И.П. Подласый. – М. : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1999. – 576 с.
11. Семенов О.М. Професійна підготовка майбутніх учителів української мови і літератури : [монографія] / О.М. Семенов. – Суми : ВВП «Мрія-1» ТОВ, 2005. – 404 с.
12. Слостенин В.А. Педагогика : [учеб. пособ. для студ. высш. пед. учеб. завед.] / В.А. Слостенин, И.Ф. Исаев, Е.Н. Шиянов ; под ред. В.А. Слостенина. – М. : Издат. центр «Академия», 2002. – 576 с.

УДК 355.457:355.23(73)

СТРУКТУРА БЕРЕГОВОЇ ОХОРОНИ США Й ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ЇЇ ФАХІВЦІВ

Тронь Т.В., викладач
кафедри англійської філології і перекладу
Київський національний лінгвістичний університет

У статті висвітлено основні аспекти підготовки фахівців Берегової охорони Сполучених Штатів Америки, охарактеризовано її структуру. Набуття досвіду іноземних держав у сфері охорони державно-кордону на прикладі Сполучених Штатів Америки є необхідною складовою на шляху вдосконалення та покращення рівня фахової підготовки офіцерів Державної прикордонної служби України загалом і Морської охорони Державної прикордонної служби зокрема.

Ключові слова: фахова підготовка, Берегова охорона, безпека, державний кордон, закордонний досвід.

В статье освещаются основные аспекты подготовки специалистов Береговой охраны, рассматривается её структура. Приобретение опыта иностранных государств в сфере охраны государственной границы на примере Соединённых Штатов Америки является необходимой составляющей усовершенствования и улучшения уровня профессиональной подготовки офицеров Государственной пограничной службы Украины в целом и Морской охраны Государственной пограничной службы в частности.

Ключевые слова: профессиональная подготовка, Береговая охрана, безопасность, государственная граница, заграничный опыт.

Tron T.V. STRUCTURE AND MAIN FEATURES OF PROFESSIONAL TRAINING OF THE US COAST GUARD PERSONNEL

The article deals with the main aspects of professional training of the US Coast Guard personnel; covers the main features of its structure. Gaining experience of foreign states in the scope of the national border control by the example of the United States of America is the key element on the way of improvement of the level of the State Border Guard Service personnel in general and Sea Guard of the State Border Guard Service of Ukraine in particular.

Key words: professional training, the Coast Guard, security, State Border, foreign experience.

Постановка проблеми. В умовах, коли світова спільнота об'єднує зусилля в боротьбі з міжнародним тероризмом, особливий інтерес становить досвід роботи закордонних державних інститутів, які гарантують правове врегулювання питань забезпечення безпеки держави в прикордонному просторі.

На сучасному етапі політичного, економічного, соціального розвитку нашої держави загалом і вдосконалення Державної прикордонної служби України

(далі – ДПСУ) зокрема вивчення позитивного іноземного досвіду у сфері охорони кордону є одним із ключових елементів якісної підготовки фахівців. У свою чергу, ДПСУ вже має позитивний досвід співпраці з прикордонними відомствами багатьох держав, у тому числі й Сполучених Штатів Америки. Досвід співпраці стосується не лише питань удосконалення законодавчої бази, а й безпосередньо створення нових програм щодо охорони кордону та їх упродовження.