

КРИТЕРІЇ, ПОКАЗНИКИ ТА РІВНІ СФОРМОВАНОСТІ  
ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ІЗ МАРКЕТИНГУLEVELS, CRITERIA AND INDICATORS OF THE MARKETING  
SPECIALISTS PROFESSIONAL TRAINING IN COLLEGES

*У статті розглянуто якість професійної підготовки фахівців із маркетингу в коледжах. На підставі нормативних документів було виокремлено критерії та показники якості професійної підготовки майбутніх маркетингологів у вищому навчальному закладі та охарактеризовано показники відповідно до кожного рівня сформованості професійної підготовки майбутніх фахівців. Зазначені рівні полягали в тому, щоб перевіряти істинність і дієвість теоретичних положень стосовно об'єкта професійної підготовки, розробити й уточнити їхній зміст, а також застосовувати на практиці. У цілеспрямованому застосуванні методів як єдиного інструмента дослідження особливу роль відігравала системна якість, тобто система правил відбору методів і способів характеристики досліджуваної сукупності.*

**Ключові слова:** фахівці з маркетингу, професійна освіта, професійна підготовка, критерії, рівні.

*В статье рассмотрено качество профессиональной подготовки специалистов по маркетингу в колледжах. На основании нормативных документов были выделены критерии и показатели качества профессиональной подготовки будущих маркетингологов в высшем учебном заведении и охарактеризованы показатели в соответствии с каждым уровнем сформированности профессиональной подготовки будущих специалистов. Указанные уровни заключались в том, чтобы проверять*

*истинность и действенность теоретических положений по объекту профессиональной подготовки, разработать и уточнить их содержание, а также применять на практике. В целенаправленном применении методов как единого инструмента исследования особую роль играло системное качество, то есть система правил отбора методов и способов характеристики изучаемой совокупности.*

**Ключевые слова:** специалисты по маркетингу, профессиональное образование, профессиональная подготовка, критерии, уровни.

*The article discusses the quality of the professional training of marketing specialists in colleges. On the basis of normative documents, criteria and indicators of the quality of professional training of future marketers in higher education were identified and indicators were described in accordance with each level of development of professional training of future specialists. The indicated levels consisted in checking the truth and effectiveness of theoretical positions on the object of vocational training, developing and refining their content, and also putting it into practice. In the purposeful application of methods as a single research tool, a special role was played by the system quality, that is, the system of selection rules for methods and ways of characterizing the studied population.*

**Key words:** marketing specialist, professional education, professional training, criteria, level.

УДК 377.09:658.8-057.8(045)

**Селезень Г.В.,**

завідувач навчальної лабораторії педагогіки та психології професійної діяльності кафедри педагогіки та психології професійної освіти Національного авіаційного університету

**Постановка проблеми у загальному вигляді.**

Професійна підготовка як науково-педагогічна проблема завжди перебувала в полі зору вітчизняних та іноземних науковців. Це зумовлено фактом, що в умовах глобалізації та розвитку технологій майбутній фахівець має не просто задовольняти вимоги роботодавців за професійними знаннями та вміннями, сукупністю компетентностей, але й бути цілеспрямованою особистістю з розвиненими лідерськими якостями та усвідомленням потреб у саморозвитку та самореалізації. Тому процеси зближення систем професійної освіти в межах загальноєвропейського простору полягають у спільних позиціях щодо визнання необхідності збереження соціокультурних особливостей нації; орієнтації на формування єдиного механізму вимірювання професійної підготовленості та кваліфікації особистості; побудови недержавних моделей регулювання освіти, заснованих на активізації співпраці з професійними асоціаціями та іншими партнерами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

У сучасній науці чимало зроблено у напрямі розроблення критеріїв щодо професійного становлення майбутніх спеціалістів. Аналіз основних напрацю-

вань у цій галузі показав, що вивчення проблеми формування професійної підготовки майбутніх фахівців є актуальним і це відображено у працях М. Гриньової, С. Кисельгофа, Є. Мілеряна, А. Новікова, К. Платонова, Н. Тализіної, К. Ушинського, де розглядається визначення критеріїв, показників і рівнів формування професійних умінь. Зазначені вчені намагаються розв'язати проблему вдосконалення процесу професійної підготовки менеджерів, перекладачів, соціальних працівників, журналістів, логістів, педагогів, однак формування професійної підготовки майбутніх фахівців із маркетингу та особливості їх виділення й дослідження залишаються поза увагою науковців і вчених та у психолого-педагогічній літературі не розглядаються. Водночас недостатнє розроблення проблеми професійної підготовки майбутніх фахівців із маркетингу загалом та її якості зокрема в педагогічній літературі лише підтверджує актуальність дослідження.

**Мета статті** – дослідити професійну підготовку фахівців із маркетингу, що передбачає вирішення таких завдань, як виділення рівнів, критеріїв і показників якості підготовки майбутніх маркетингологів. Результати цієї роботи в майбутньому дадуть

зможу обґрунтовано підійти до окреслення шляхів модернізації професійної підготовки майбутніх фахівців із маркетингу.

**Методи дослідження.** Під час проведеного дослідження процесу формування професійної підготовки фахівців із маркетингу було використано комплекс теоретичних та емпіричних методів, серед яких педагогічний експеримент для одержання результатів про стан дослідження.

**Виклад основного матеріалу.** На основі визначених педагогічних умов і вдосконалення методики з метою виявлення рівня ефективності професійної підготовки фахівців із маркетингу було застосовано критеріальний підхід, який надає змогу ідентифікувати та обґрунтувати експериментальні результати, що були отримані під час проведення педагогічного дослідження.

У педагогічній і психологічній довідковій літературі термін «критерій» (від грец. *kriterion* – засіб судження) визначається як мірило для визначення, оцінка предмета, явища; ознака, взята за основу класифікації; підстава для оцінювання, визначення або класифікації чогось; мірка [3]; ознака, на підставі якої дається оцінка якогонебудь явища, дії [11, с. 163]; стандарт, спираючись на який можна приймати рішення, робити оцінки або класифікацію; рівень досягнень, що визначається метою, за ступенем наближення до якої оцінюється прогрес [9].

Наприклад, Л. Коростіль виділяє загальні вимоги до обґрунтування критеріїв, а саме: критерії повинні відображати основні закономірності функціонування і розвитку аналізованого явища; за допомогою критеріїв повинні встановлюватися зв'язки між усіма компонентами аналізованого явища; критерії повинні розкриватися через показники, за якими можна судити про більший або менший ступінь вираження зазначеного критерію; критерії повинні відображати динаміку вимірюваної якості в часі та просторі; якісні показники повинні виступати в єдності з кількісними та доповнювати один одного [8].

Учений О. Бодальов під час розроблення критеріїв задає етапний характер процесу професійного становлення особистості. Науковець зазначає, що для цілеспрямованого формування особистості на різних етапах необхідно визначити головні параметри, що відображають рівень розвитку, а оскільки розвиток – складний процес, критерії та параметри повинні розроблятися на межі мінімум таких наук, як психологія та педагогіка [2].

У дослідженні ми дотримуємося наукової позиції О. Діденка, де поняття «критерій» за своїм обсягом ширше, ніж поняття «показник», і що показник, будучи складовою частиною критерію, є засобом якісної та кількісної оцінки критеріїв [7].

Враховуючи структурні та функціональні характеристики професійної підготовки фахівців із мар-

кетингу, а також беручи до уваги сутність професійної підготовки, на основі визначених нами компонентів професійної підготовки ми виокремили критерії та показники сформованості цього багатовимірного процесу.

**Організаційно-мотиваційний** формує пізнавальний інтерес і наявність інтересу до професійної діяльності, адекватність осмислення ситуації взаємодії в загальнокультурному контексті, тобто відповідно до характерних для цього суспільства зразків розуміння та сприйняття, оцінок і ставлень.

**Когнітивний** формує знання сутності професійних складників, знання прийомів ефективного розв'язування професійно орієнтованих завдань, володіння інформацією щодо специфіки ведення переговорного процесу, володіння інформацією про прийоми самоосвіти та самовдосконалення, прояв креативності в професійній діяльності.

**Операційно-діяльнісний** формує здатність використовувати професійно важливі знання під час вирішення професійних завдань, володіння ефективними технологіями переговорного процесу, оволодіння методами, способами і досвідом розв'язання професійних завдань.

**Контрольно-рефлексивний** формує прояв адаптивно важливих особистісних якостей, а саме: діловитості, емоційної стійкості, відповідальності, активності; комунікабельність; наполегливість у досягненні мети; здатність до рефлексії інноваційної діяльності, самоконтролю та професійної самооцінки; уміння прогнозувати та співвідносити особистісно-професійні можливості.

У діагностиці навчально-пізнавальної діяльності науковці Д. Ельконін, А. Маркова та інші розмежовують репродуктивні та продуктивні навчальні дії. Якщо дії (аналітичні, синтетичні, контрольно-оцінні тощо) виконуються за шаблоном або за допомогою добре відпрацьованих способів, вони є виконавськими, тобто репродуктивними. Дії, що здійснюються за самостійно сформованими критеріями або новим способом і спрямовані на створення нового, – продуктивні (креативні). Проміжну групу становлять дії, які залежно від умов можуть бути і першого, і другого рівня. Отже, можна виділити рівні сформованості розумових дій.

Відповідно, із урахуванням розроблених критеріїв і показників ми виділили три рівні сформованості професійної підготовки фахівців із маркетингу, а саме: репродуктивний (низький), продуктивний (середній), творчий (високий).

Наприклад, *репродуктивний рівень* сформованості професійної підготовки передбачає елементарний прояв показників за всіма критеріями; *продуктивний* рівень характеризується ситуативним проявом сформованості складників якості; на *творчому* рівні сформовані високі показники професійної підготовки (табл. 1).

Рівні сформованості складників професійної підготовки фахівців із маркетингу

Рівні Крит.	Репродуктивний	Продуктивний	Творчий
	Професійні складники сформовані на елементарному рівні.	Професійні складники сформовані на середньому рівні. Спостерігається бажання вдосконалювати показники.	Професійні складники сформовані на високому рівні. Орієнтація на творчість, на самостійне виконання проектів.
Організаційно-мотиваційний	Виявляється у незначному інтересі до професійної діяльності. Хаотичність розподілу смислів, низький рівень мотивації досягнення. Сформованість переважно зовнішніх мотивів.	Характеризується сформованим інтересом до різних видів професійної діяльності. Притаманні як внутрішні, так і зовнішні мотиви, але присутність мотивів уникнення неуспіху як пошук соціальної взаємодії.	Проявляється у високому усвідомленні значущості майбутньої професії. Наявний стійкий інтерес до різноманітних видів професійної діяльності, внутрішні мотиви домінують над зовнішніми.
Когнітивний	Хаотичність, неповнота, розрізненість, несистемність професійних знань. Репродуктивний тип мислення, що зумовлює ситуативне виявлення самостійності, системність має місце, але все, що виконується, не виходить за межі завдання.	Усвідомлені, але не деталізовані знання, що мають загальний характер про сутність професійної діяльності. Середній рівень комунікативного контролю, людина нестримна у своїх емоційних виявах. Присутня самооцінка, прагнення успіхів у різних видах діяльності.	Усвідомлені, глибокі знання про сутність професійної діяльності, власних індивідуально-психологічних особливостей. Продуктивний тип мислення, сформовані якості мислення повною мірою. Вільне володіння операціями мислення. Діяльність спрямована на втілення особистого задуму, оригінальність.
Операційно-діяльнісний	Нездатність розв'язання професійних завдань. Володіння простими прийомами роботи з програмним забезпеченням. Відсутність зацікавленості до різних видів представлення інформації в особистих цілях, надання оцінки інформації за запропонованим зразком. Схильність до запозичення готових матеріалів із мережі Інтернет. Використання прийомів професійної діяльності неефективне.	Продуктивним є вміння працювати з інформацією (пошук, аналіз, збереження, перетворення, передача). Володіння ІКТ у науково-дослідницькій діяльності. Вміння здійснювати, відбирати й використовувати стратегії виконання професійної діяльності. Часткова здатність використовувати професійно важливі знання під час вирішення професійних завдань.	Усвідомлене використання ІКТ, цілеспрямований відбір інформації, необхідної для створення професійно значущих продуктів. Розвинене вміння здійснювати відбір й ефективно використовувати прийоми, стратегії виконання професійної діяльності. Креативна здатність використовувати професійно важливі знання під час вирішення професійних завдань.
Контрольно-рефлексивний	Незначний характер виявлення діловитості, емоційної стійкості, відповідальності, активності. Потреба у спонуканні з боку викладача, несформованість навичок взаємодії. Залежність від думки авторитетної людини. Відсутність наполегливості. Не здатність до професійної самооцінки.	Ситуативний характер виявлення особистісних якостей. За часткового управління ззовні здійснюється вихід на більш високий рівень. Успішність комунікації часто залежить від зовнішніх обставин; частковий прояв наполегливості в досягненні мети.	Стійкий характер виявлення діловитості, емоційної стійкості, відповідальності, активності. Висока здатність до самоорганізації. Активне продукування нових ідей і толерантне ставлення до думок інших. Наполегливість у досягненні мети.

**Висновки.** Отже, сформованість складників професійної підготовки майбутніх маркетологів виявляється на різних рівнях (репродуктивному, продуктивному, творчому). Зазначені показники в єдності визначали характер змін у розвитку чотирьох компонентів формування складників професійної підготовки, що відбувалися під час проведення педагогічного експерименту. З урахуванням виявлених компонентів, рівнів, показників сформованості професійної підготовки майбутніх фахівців із маркетингу, а також визначених та обґрунтованих організаційно-педагогічних умов стає можливим проведення подальшого дослідження, результати якого дадуть можливість у майбутньому окреслити

шляхи модернізації професійної підготовки майбутніх маркетологів і запропонувати конкретні дії для їх реалізації.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами. Москва: «ИНФРА-М», 2002. 328 с.
2. Бодаєв А.А. Психология новой эры: компетентность или беспомощность. URL: <http://psy.lseptember.ru/2001/47/45.htm>.
3. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. К.: «Либідь», 1997. 376 с.
4. Гриньова М.В. Формування педагогічної культури майбутнього вчителя (теоретичний та методичний аспекти). Х.: «Основа», 1998. 300 с.

5. Гуревич Р.С., Кадемія М.Ю. Інформаційно-телекомунікаційні технології в навчальному процесі та наукових дослідженнях: навч. посіб. для студ. пед. ВНЗ і слухачів ін-тів післядиплом. освіти. Київ: «Освіта України», 2006. 390 с.

6. Державні стандарти професійної освіти: теорія і методика/За ред. Н.Г. Ничкало. Хмельницький: «ТУП», 2002. 334 с.

7. Діденко О.В. Критерії, показники та рівні сформованості творчості як професійної якості у майбутніх офіцерів-прикордонників. *Вища освіта України*. 2007. С. 218–223. (Темат. вип. «Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору: моніторинг якості освіти»; дод. 3, т. 7).

8. Коростіль Л.А. Самоосвіта особистості як соціальне та педагогічне явище. *Педагогічні науки: зб. наук. пр.* Суми: Видавництво Сум ДПУ, 2009. № 1. С. 138–145.

9. Краткий психологический словарь/Сост. Л.А. Карненко; под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. М.: «Политиздат», 1985. 431 с.

10. Лузік Е.В. Інтегративний навчальний курс як теоретико-методологічна основа професійного становлення творчої особистості фахівця в системі

вищої технічної освіти. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: «Педагогіка. Психологія»*: зб. наук. пр. К.: Вид-во Нац. авіац. ун-ту «НАУ-друк», 2010. Вип. 3. С. 4–12.

11. Новий тлумачний словник української мови: у 4-х т./Уклад.: В.В. Яременко, О.М. Сліпушко. К.: Видавництво «Аконіт», 1998. Т. IV. 941 с.

12. Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология научного исследования. М.: «Либроком», 2010. 280 с.

13. Сакалюк О.О. Методика підготовки менеджерів освіти до професійної діяльності в сучасних умовах. *Вісник Черкаського університету. Серія: «Педагогічні науки»*. 2015. № 36 (369). С. 32–37.

14. Талызина Н.Ф. Управление процессом усвоения знаний. М.: Изд-во МГУ, 1975. 175 с.

15. My Test X – система программ для создания и проведения компьютерного тестирования, сбора и анализа их результатов. URL: <http://mytest.klyaksa.net>.

16. Левин Дэвид М., Стефан Дэвид, Кребиль Тимоти С., Беренсон Марк Л. Статистика для менеджеров с использованием Microsoft Excel, 4-е изд. М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. 1312 с.