

Особливу увагу самостійній роботі студентів над розробкою власних проектів ми пояснюємо тим, що саме при розробці проекту студенти комплексно використовують загальнопедагогічні, дидактичні і спеціальні знання, у процесі роботи над проектом у майбутніх вчителів розвивається уся система умінь професійної самоорганізації: гностичні, проектувальні, конструктивні уміння (уміння підбирати необхідний теоретичний матеріал, планувати та ефективно організовувати власну діяльність та діяльність учнів тощо). Крім того, розробка проекту – це творча діяльність, яка сприяє розкриттю кожним студентом свого професійного «Я».

Отже, ми вважаємо, що саме така організація навчальної роботи студентів під час вивчення педагогіки сприяє підвищенню якості професійної освіти, формуванню у майбутніх вчителів усього комплексу умінь професійної самоорганізації та таким чином забезпечує підготовку висококваліфікованих педагогічних кадрів.

Література:

1. Быструкова А. Характеристика понятийного поля исследования проблемы педагогического проектирования//Гуманізація навчально-виховного процесу:36.наукових праць. – Вип..XXXVIII/За заг.ред.проф.В.І.Сипченка. – Слов'янськ: СДПУ,2007. – С.55-60.
2. Кондрашова Л.В. Высшая педагогическая школа и Болонский процесс: реалии и перспективы.- Кривой Рог, 2007. - 474с.

В статті розглядається проблема розвитку личности будущего учителя, связанная с формированием у студентов педагогических университетов умений профессиональной самоорганизации, а также значение и особенности использования метода проектов как эффективного средства, направленного на овладение будущими учителями комплексом умений профессиональной самоорганизации в процессе изучения педагогики.

The article deals with the problem of personal future teachers' development, the skills of their professional self-organizing and the project method as the effective means of their formation.

УДК 378: 17.022.1. + 174

**Л.О. Данильчук
м. Житомир, Україна**

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО-ОСОБИСТІСНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ

Стан національної економіки та соціально-економічні перетворення в Україні вимагають оновлення системи підготовки високопрофесійних кадрів фінансових структур, яка, крім суто теоретичних питань, має включати й особливий, прикладний, компонент. Шляхи реалізації цього завдання визначені наказом Міністерства освіти і науки України «Про формування в суспільстві усвідомлення виняткової ролі науки та інноваційної діяльності» та передбачають не тільки підняття загального рівня підготовки молодих спеціалістів, але й створення їх іміджу – необхідної складової професіограми фахівця нової формації. Актуальність даної проблеми відзначено постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 роки».

Однак на сучасному етапі розбудови системи професійної освіти зміст прикладного компоненту професійної підготовки майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю не відповідає новим вимогам суспільства до випускників вищих економічних навчальних закладів. Останнє зумовлює потребу узагальнення теоретичного та практичного досвіду створення та формування іміджу майбутніх спеціалістів фінансово-економічних установ.

Проблема формування іміджу майбутніх фахівців представлена у наукових джерелах певною кількістю науково-практичних досліджень, однак у сфері підготовки фахівців, у тому числі для фінансових структур, на вітчизняному ґрунті потребує всебічного комплексного вивчення і створення моделі навчального процесу формування іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю, яка б відповідала підвищенню рівня їх професіоналізму й компетентності, новим соціальним та освітнім тенденціям.

Програма експериментальної роботи передбачала розв'язання двох завдань: визначення сучасного стану досліджуваної проблеми серед працівників фінансово-економічних установ (констатувальний етап експерименту); впровадження, апробацію у навчальний процес економічних закладів освіти розробленої технології та доведення її ефективності (формульальний етап експерименту).

За наслідками проведеної на етапі попередньої експериментальної роботи (праць психологів та педагогів Б. Ананьєва, О. Бодальова, Т. Габай, Н. Кузьміної, Ю. Кулюткіна, Б. Ломова, К. Платонова, С. Рубінштейна, Г. Суходольського, Н. Тализіної та ін.) виявилось, що розроблена для попереднього аналізу (констатувального етапу експерименту) загальна структура професійної діяльності фахівців фінансово-економічного профілю містить такі компоненти: цілемотиваційний, змістовий, операційно-діяльнісний, результативний.

Оскільки метою нашого дослідження є проблема формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю, то і змістове наповнення кожного структурного компоненту здійснювалося на основі попередньо розробленої моделі професійно-особистісного іміджу. Аналіз за кожним із параметрів проводився окремо.

На основі розробленої структури професійної діяльності визначено стан досліджуваної проблеми у практиці роботи фахівців фінансово-економічного профілю.

У ході експерименту досліджувалися фахівці, професійна діяльність яких може бути визнана як найбільш типова у контексті визначеної проблеми (фінансисти, економісти, менеджери, спеціалісти банківської, казначейської та податкової справи). Базовим критерієм оцінки результативності досліджуваного явища було прийнято володіння ними основами теорії і практики професійно-особистісного іміджу в їх професійній діяльності [1; 2].

Для дослідження було відібрано постійну групу із 104 працівників фінансово-економічних установ міста Житомира та Житомирської області, реалізація професійної діяльності у контексті досліджуваної проблеми якими вивчалася упродовж двох років. За таких умов їх характеристика була підтверджена компетентними суддями (управляючими та заступниками управляючих фінансово-економічних установ). Такий підхід до підбору учасників констатувального етапу експерименту став підставою для формування вибіркової сукупності з їх числа.

Аналіз результатів формульального етапу експерименту проводився з урахуванням двох наукових стратегій дослідження – лонгітюдної (дозволив простежити динаміку змін у характеристиках формування професійно-особистісного іміджу кожного з учасників експериментальних груп до і після формульального етапу експерименту) та порівняльної (реалізовувався шляхом зіставлення результатів діяльності студентів експериментальних і контрольних груп).

У дослідженні визначено сучасний стан проблеми сформованості іміджу фахівців фінансових установ на основі розробленої моделі. За рівнем володіння основами теорії і практики професійно-особистісного іміджу виділено три групи фахівців: ТОП-рівень, середній, достатній. Узагальнення отриманих результатів за допомогою методів математичної статистики дало змогу простежити динаміку кількісних та якісних змін основних структурних компонентів професійної діяльності у контексті досліджуваної проблеми (ціле-мотиваційний; змістовий; операційно-діяльнісний; результативний). Доведено, що професійно-особистісний імідж фахівців фінансово-економічних структур не відповідає сучасним вимогам розвитку національної економіки.

Показники мотиваційної сфери, що досліджувалися за методикою Є. Павлютенкова у модифікації Г. Щокіна (матеріальні; мотиви престижу; пізнавальні; іміджотворчі; моральні; пов'язані зі змістом праці; утилітарні; соціальні; естетичні) засвідчили їх неоптимальний характер для усіх фахівців виділених попередньо груп. На етапі констатувального експерименту найменші ранги отримали соціальні та естетичні мотиви. Матеріальні та мотиви престижу в ранговій шкалі зайняли високі позиції для усіх груп опитуваних, оскільки їх іміджотворююча мотивація визначається задоволенням власних потреб та інтересів.

Дослідження засвідчило, що основна увага фахівцями фінансово-економічного профілю надається іміджологічним знанням практичного спрямування (габітарний імідж, сигнальний комплекс, мовний етикет). Їх іміджологічні вміння проявляються лише на емпіричному рівні: характерним, за таких умов, для фахівців усіх груп є невисокі кількісні показники гностичного та проектувального компонентів.

Результатом сформованості іміджу у фахівця фінансово-економічного профілю є цілий ряд новоутворень на рівні знань, умінь, навичок, і, що головне, цілого ряду властивостей та якостей особистості, що забезпечують високий рівень його професіоналізму та корпоративного іміджу установи, її ефективну діяльність та ефективну діяльність конкретного підрозділу.

Враховуючи зазначене вище констатуємо, що вивчення стану досліджуваної проблеми та особливостей професійно-особистісного іміджу фахівців фінансово-економічного профілю потребує удосконалення, яке здійснено було нами у ході формувального експерименту шляхом впровадження у навчальний процес вищих закладів освіти фінансово-економічного профілю структурно-логічної технології, в основу якої покладено ситуативну методику навчання або «кейс»-метод [3]. Ситуативна методика дозволяє не тільки розвивати у студентів навички критичного мислення (необхідні у процесі професійної діяльності фахівців фінансово-економічного профілю), а й використовувати її для ілюстрації практичного застосування знань, що засвоюються під час вивчення спецкурсу «Основи іміджу та етикету». Обрана методика дозволяє забезпечувати такі головні результати:

1. *Результати знання.* Результати знання визначають інформацію, яку студенти вивчають до кінця спецкурсу «Основи іміджу та етикету». Це інтелектуальні результати найнижчого рівня, і їх найлегше визначити. Вони пов'язані із здатністю пригадувати або розпізнавати раніше вивчені матеріали (завдання можуть включати прості факти або складну теорію, але процес обмежується запам'ятовуванням матеріалу у формі, подібній оригіналу). Переклад, витлумачення і застосування матеріалу відзеркалюють результати виконання на рівні розуміння.

2. *Результати розуміння.* Результати розуміння стосуються як значення матеріалу (осмислення), так і використання інформації певним чином (застосування). Дані результати вимагають певної новизни у відповідях студента (наприклад, уміння вирішити нову проблему) й пов'язані з витлумаченням, інтеграцією матеріалу, під час вивчення спецкурсу, і застосуванням вивченого до нових ситуацій і проблем, що з'являються у процесі формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю. Терміни «розуміє», «усвідомлює», «застосовує» у навчальних цілях відповідають цілям розуміння.

3. *Результати здатності мислити на вищому рівні.* Здатність до критичного, творчого мислення необхідна під час аналізу та оцінки (наприклад, під час визначення й аналізу проблеми формування власного чи корпоративного іміджу). Навички творчого мислення необхідні в процесі створення чогось нового (нових елементів габітарного іміджу, моделі патерну та інш.).

4. *Емоційні результати.* Ці результати стосуються почуттів та емоцій, що виражаються у настрої, бажаннях, уподобаннях, радості людини й мають широкий діапазон значень. Дані результати описуються різними способами: у напрямі думок, інтересів, оцінок, умінні пристосовуватися, та утворюють комплексні системи цінностей і моделей поведінки.

5. *Результати виконання.* Результати виконання можуть бути фундаментальними (уміння говорити, писати тощо), або вищих рівнів – включати комунікаційні та інші спеціальні навички виконання щодо формування професійно-особистісного іміджу, майбутньої фахової діяльності. Незважаючи на їх важливість, ними часто нехтують, складаючи завдання і плануючи методи оцінки навчання студентів (оцінки дій – надзвичайно складна і, як правило, займає багато часу. Значно простіше оцінити знання про певну діяльність, аніж актуальне виконання цієї діяльності.). За умов чіткого визначення цілей,

список конкретних результатів можна легко перетворити на список звірки, або на рейтингову шкалу, застосовану для оцінки цілей виконання.

Таким чином, наявний рівень сформованості досліджуваних компонентів професійної діяльності фахівців у контексті досліджуваної проблеми потребує вдосконалення процесу формування професійно-особистісного іміджу в економічних закладах освіти.

Упровадження в навчальний процес експериментальної технології здійснювалося впродовж 2004-2007 років. Експериментальна робота охоплювала студентів I-IV курсів фінансово-економічних факультетів ряду навчальних закладів (Інституту підприємництва та сучасних технологій м. Житомира та Донецького національного університету) у кількості 240 осіб (експериментальна група – 118 осіб, контрольна група – 122 особи). В експериментальних групах у навчальний процес було впроваджено розроблену технологію формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю; в контрольних групах навчальний процес здійснювався за традиційною системою з використанням елементів інновацій.

Проведення формувального етапу дослідження передбачало реалізацію експериментальної роботи, що включала три етапи – діагностувальний, робочий та підсумковий. Аналіз результатів формувального етапу експерименту здійснювався на основі двох наукових стратегій: лонгitudної (дозволило простежити динаміку змін у характеристиках сформованості професійно-особистісного іміджу кожного з учасників експериментальних груп на початку та після завершення формувального етапу експерименту) та порівняльної (шляхом зіставлення результатів навчальної діяльності студентів експериментальних і контрольних груп).

Дані лонгitudного дослідження свідчать про значні позитивні зміни, що відбулися в характеристиках студентів експериментальних груп щодо сформованості професійно-особистісного іміджу. Результати порівняльного дослідження свідчать про суттєві переваги показників експериментальних груп, порівняно з контрольними. Завершальний період формувального етапу експерименту характеризувався зростанням ряду якісних показників.

У мотиваційній сфері підвищився ранг пізнавальних (1-е місце проти 4-го); іміджотворчих (2-е проти 5-го); моральних (4-е проти 7-го) та соціальних (5-е проти 8-го) мотивів.

Відбулося зростання показників іміджологічних знань, що підтверджувалося результатами поточного (на заняттях) та підсумкового (контрольні роботи та заліки) контролю. Зокрема, якість знань студентів експериментальних груп після складання заліку зі спецкурсу «Основи іміджу та етикету» становила 84,7%; контрольних груп – 62, 8%.

Суттєво змінилися показники оцінки (О) та самооцінки (СО) у структурі іміджологічних умінь експериментальних груп, порівняно з контрольними групами (табл. 1).

Таблиця 1

**Відносні частоти рівнів сформованості іміджологічних умінь студентів
(за методикою О. Смірнова)**

Групи вмінь	Експериментальні групи				Контрольні групи			
	до експерименту		після експерименту		до експерименту		після експерименту	
	О	СО	О	СО	О	СО	О	СО
Проектувальні	0,42	0,59	0,82	0,80	0,42	0,59	0,43	0,60
Гностичні	0,44	0,61	0,84	0,81	0,44	0,60	0,47	0,62
Комунікативні	0,49	0,71	0,86	0,84	0,49	0,71	0,51	0,69
Організаційні	0,53	0,66	0,87	0,85	0,53	0,67	0,55	0,67
Конструктивні	0,58	0,63	0,89	0,88	0,57	0,63	0,60	0,66

Аналіз отриманих даних завершувального етапу експерименту засвідчив, що у більшості студентів експериментальної групи підвищився рівень сформованості усіх груп умінь. Характерним є значне зростання усіх параметрів, що вимірювалися, та відносне співпадання самооцінки та оцінки різних груп умінь.

Достовірність експериментальної роботи забезпечувалася використанням комплексу методів математичної статистики: зокрема, методикою статистичного $\bar{H}$ -критерія Краскелла-Валліса.

Результати експерименту підтвердили правильність висунутої гіпотези та засвідчили про ефективність упровадження технології формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю на основі використання ситуаційної методики навчання.

Література:

1. Поясок Т.Б. Основи психолого-педагогічної підготовки фахівців фінансово-економічного профілю: Навч. посіб. для студ. і викл. фін.-екон. вищих навч. закладів / За ред. С.О. Сисоевої. – К.: ПП «ЕКМО», 2003. – 288 с.
2. Психологія праці та професійної підготовки особистості: Навчальний посібник / За ред. П.С. Перепелиці, В.В. Рибалки. – Хмельницький ТПУ, 2001. – 330 с.
3. Ситуаційна методика навчання: теорія і практика / Упор. О. Сидоренко, В. Чуба. – К.: Центр інновацій та розвитку, 2001. – 256с. / У надз.: Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, Центр інновацій та розвитку; Програма поширення ситуаційної методики навчання.

В статъе представлены результаты экспериментального исследования формирования профессионально-личностного имиджа будущих специалистов финансово-экономического профиля

The results of the experimental study the formation of the professional-personal image of future specialists of financial-economic sphere are covered in the article

УДК 378,14: 3733 Д 31

О.П. Демченко,
м. Глухів, Україна

ЗНАЧЕННЯ СПЕЦКУРСУ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ ДО СТВОРЕННЯ ВИХОВНИХ СИТУАЦІЙ

На сучасному етапі поступово змінюються акценти в напрямі визнання пріоритетності виховання особистості перед її інтелектуальною обізнаністю. Актуальності набуває вимога переходу від «школи учіння» до «школи виховання», в якій дитина «не готується до життя, а повноцінно живе» [3]; від «дидактичної педагогіки» до «виховної педагогіки», яка забезпечить умови для становлення «особистості як творця і проектувальника власного життя» [3]. Відповідно переосмислюється сутність педагогічної діяльності, яка полягає у створенні умов для духовного, інтелектуального й фізичного саморозвитку і самореалізації особистості, забезпечення супроводу й підтримки її протягом життя.

Аналіз вітчизняної та зарубіжної педагогічної думки минулого засвідчує, що її прогресивні представники (Г. Ващенко, І. Герbart, О. Духнович, М. Пирогов, Г. Сковорода, В. Сухомлинський, Ж. Руссо, К. Ушинський та ін.) вважали педагогіку, насамперед, наукою про виховання, а метою педагогічної діяльності – в людині формувати людину, творити її духовне обличчя.

Зокрема, М. Пирогов стверджував, що завдання вчителя не просто готувати «корисних громадян», солдатів, механіків, лікарів, юристів, а спочатку вчити їх «бути людьми» [5, с.207]. Знання в житті людини не повинні стати головною метою, а лише засобом