

ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

вдосконалити та оновити організаційну структуру системи вищої освіти, довести до рівня міжнародних стандартів та інтегрувати її у світову систему [2].

Висновки. Значним фактором виведення освіти на якісно новий рівень є не тільки оснащення навчальних закладів комп'ютерною технікою, а й розробка та впровадження якісних педагогічних програмних засобів з різних предметів. У зв'язку з цим гостро актуальними стають проблеми розробки нового змісту, методів і засобів навчання, відповідного дидактичного забезпечення та його науково-методичного і психолого-педагогічного обґрунтування. Впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у вивчення всіх без винятку предметів відкриває широкі перспективи поглиблення теоретичної бази знань, посилення прикладної спрямованості навчання, розкриття творчого потенціалу учнів і вчителів у відповідності до їх нахилів, запитів і здібностей.

Активна роль інформаційних технологій в освіті обумовлена тим, що порівняно з традиційними навчально-методичними засобами комп'ютерно-орієнтовані засоби навчання забезпечують нові можливості, а також дозволяють реалізувати сучасні педагогічні технології навчання на більш високому рівні, стимулюють розвиток дидактики та методики.

Отже, використання інформаційних технологій

навчання у освіті сьогодні повинне бути орієнтовано на досягнення стратегічної мети – підготовки у ВНЗ не тільки фахівця-виконавця, але і творчо мислячої і діючої особи, здатної до постійного самовдосконалення і саморозвитку.

1. Вембер В.П. *Інформатизація освіти та проблеми впровадження педагогічних програмних засобів в навчальний процес // Інформаційні технології і засоби навчання.* – Випуск 3. – 2007 р.

2. Иванников А.В. *Перспективные информационные технологии в концепции информатизации высшего образования / А.В. Иванников, Ю.Л. Ижевков, А.О. Кривошеев // Компьютерные технологии в высшем образовании. Вып. 1. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994. – С. 23.*

3. Кедровіч Г. *Теорія і практика застосування комп'ютерних технологій у загальноосвітніх і професійних навчальних закладах Польщі: Автореф. дис. д-ра пед. наук: 13.00.04 / Г. Кедровіч; Ін-т педагогіки і психології проф. освіти АПН України. – К., 2001. – 46 с.*

4. *Науково-освітній потенціал нації: погляд в XXI століття / [під ред. В.М. Литвина, В.П. Андрущенко]. – К.: Навчальна книга, 2004. – Т. 1. – 672 с.*

5. Николаєнко С.М. *Освіта в інноваційному поступі суспільства/ Освіта України. – №60 – 61 (754), – 2006 р.*

6. Ярошенко А.О. *Становлення освітньо-інформаційної політики України в період модернізації освіти: дисертація д-ра філос. наук: 09.00.10/ Національний педагогічний ун-т ім. М.П. Драгоманова. – К., 2010.*

Стаття надійшла до редакції 28.11.2011

УДК 378.047:174:658.8

Іван Василиків, Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

У статті розглядаються аспекти професійної культури майбутнього вчителя маркетингу в інформаційно-освітньому середовищі вищого навчального закладу. Розкривається важливість впровадження інформаційних і телекомунікаційних технологій у сферу вищої освіти.

Ключові слова: вчитель маркетингу, інформаційна культура, інформаційні технології, компонент, експеримент.

Табл. 1. Літ. 10.

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень і публікацій. Інформатизація суспільства – складний соціотехнічний процес підготовки людини до життєдіяльності в інформаційному суспільстві та формування його інформаційної культури як інформаційної компоненти людської культури в цілому, об'єктивно характеризує рівень усіх здійснюваних у суспільстві інформаційних процесів та існуючих інформаційних відносин.

Проблеми інформатизації та формування інформаційної культури є і технічними та гуманітарними.

Поняття інформаційної культури (ІК) у цьому аспекті має різні тлумачення у науковій літературі. Так, В.М. Зайчиков зазначає, що поняття “інформаційна культура” пов'язане з двома фундаментальними поняттями – інформація та культура. У рамках інформологічного підходу до трактування поняття “інформаційна культура”

ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

більшість належить дослідникам визначень, включає сукупність знань, умінь і навичок пошуку, відбору та аналізу інформації, тобто всього того, що включається в інформаційну діяльність, спрямовану на задоволення інформаційних потреб. При використанні культурологічного підходу до трактування поняття “інформаційна культура” його зміст розширюється і розглядається як спосіб життєдіяльності людини в інформаційному суспільстві, як складова процесу формування культури людини (способи і результати інформаційної діяльності) [4].

У багатьох дослідженнях (Є.В. Данільчук [2, 3], М.І. Жалдак, Л.І. Морська [8], В.Н. Мясичев [6, 9], О.І. Пометун, О.І. Шувалова, І.А. Зимня, А.В. Хуторський та ін.) проблема взаємодії особистості з інформаційним середовищем розглядається як проблема інформаційної культури, яка є однією з головних критеріїв, що безпосередньо впливає на професійний рівень педагога.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета даної статті полягає в тому, щоб розкрити професійний розвиток майбутнього вчителя маркетингу в інформаційно-освітньому середовищі вищого навчального закладу; розкрити важливість впровадження інформаційних і телекомунікаційних технологій у сферу вищої освіти.

Виклад основного матеріалу. Є.В. Данільчук зазначає, ІК особистості – складна системна якість особистості, яка є впорядкованою сукупністю гуманістичних ідей, ціннісно-сміслових орієнтацій, власних позицій та якостей особистості і проявляється в реалізації універсальних способів пізнання, взаємодії, взаємовідносин, діяльності в інформаційному середовищі й визначає цілісну готовність людини до освоєння нового стилю життя на інформаційній основі [2, 67]. Обґрунтовуючи модель ІК педагога, згаданий автор передбачає поліфункціональність її структури та виділяє в моделі такі компоненти:

- когнітивно-операційний, що визначається уявленням педагога про сучасні базові знання у галузі інформатики, інформаційних технологій і досвідом їх практичної реалізації;
- інструментально-діяльнісний, пов'язаний з компетенцією педагога у галузі методології, організації різноманітних видів своєї інформаційної діяльності;
- прикладний, що визначається уявленням педагога про ефективну інформатизацію педагогічного процесу і базується на його компетенції у сфері проектування, застосування, адаптації, експертизи, методичного забезпечення

нових інформаційних технологій в освіті, оптимальності сполучення їх з іншими видами педагогічної діяльності;

- комунікативний, що передбачає компетенцію педагога у зручному та конструктивному веденні діалогу “людина-людина” (інформаційна проблематика), “людина-комп'ютер” (ефективне управління комп'ютерною системою), “людина-комп'ютер-людина” (досвід колективної і групової комунікації та суспільної діяльності в інформаційному освітньому середовищі);

- світоглядний, що визначається виробленням у педагога власної позиції, ціннісного становлення до об'єктів і явищ швидко мінливого інформаційного середовища, формуванням світогляду про глобальний інформаційний простір, інформаційну взаємодію в ньому, про способи формування цього компоненту інформаційної культури у своїх учнів [3; 8, 15 – 16].

На думку Н.В. Сороко [10, 198 – 203], ІК вчителя – це система інтеграційних взаємодій між розвитком інформаційної грамотності відповідно до сучасних досягнень науки і техніки, розвитком інформаційного досвіду, де головним критерієм виступає на базі одержаної інформації потенціал продукування нової науково корисної інформації, що становить певний рівень інформаційної компетентності спеціаліста.

ІК вчителя дає йому можливість самореалізації у процесі творчої інформаційної діяльності через використання інформаційних технологій, готує до самостійного продовження своєї освіти.

Інформаційна культура вчителя має орієнтуватися на такі цілі [5; 7]:

- набуття досвіду використання ІКТ для підтримки навчального процесу;
- професійний розвиток;
- взаємодія з іншими вчителями;
- використання програмних засобів для вдосконалення професійних навичок;
- використання засобів дистанційного навчання;
- використання ІКТ з метою пошуку інформації для того, щоб задовольнити професійні та особисті інтереси;
- адміністрація – моніторинг процесу навчання тощо.

ІК особистості вчителя маркетингу – це складна система, що характеризується єдністю компонентів і зв'язків між ними. ІК ми розуміємо як сукупність відношень, зазначає В. М'ясичев [6; 9], – вона визначається характером компонентів і способом взаємодії між ними.

Кожен компонент системи – це певне відношення, тому ця система характеризуватиметься тими ж властивостями, що і її окрема одиниця.

ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА МАЙБУТЬОГО ВЧИТЕЛЯ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Таким чином, характеристику відношення можна вважати одиницею ІК і параметрами системи в цілому. Отже, одиниця ІК – це відношення. Відношення в освітньо-інформаційній діяльності має різні ступені прояву і характеризується різними критеріями.

ІК складається з таких компонентів: гностичного, емоційного, операційного. Всі три компоненти взаємопов'язані. Розглянемо кожен з компонентів окремо.

Гностичний компонент виражає систему поглядів і переконань, заснованих на знаннях “інформаційно-культурного” характеру. Він виявляється в усвідомленні значущості освітньо-інформаційної діяльності, у розумінні цілей і завдань такої діяльності на емпіричному рівні. Цей компонент сприяє входженню до сфери освітньо-інформаційної діяльності і представлений у студентів у вигляді наявної або такої, що перебуває в процесі формування, системи знань. Гностичний компонент характеризує рівень змін у мотивації і спрямованості пізнавальної активності, пов'язаної з освітньо-інформаційною діяльністю, які виявляються в готовності (нижчий рівень) і прагненні (вищий) отримувати, шукати і застосовувати інформацію, активно формувати і розвивати ІК.

Елементи гностичного компоненту: система “інформаційно-культурних” знань, умінь і навиків, базовими поняттями якої є інформація, інформаційні ресурси, інформаційне середовище, інформаційне суспільство.

Емоційний компонент – це психічне відзеркалення у формі безпосереднього переживання життєвого сенсу, явищ і ситуацій, зумовлених співвідношенням їх об'єктивних властивостей і потреб суб'єкта.

Елементи емоційного компоненту: уміння висловити й аргументувати своє ставлення до проблем формування інформаційної культури на емпіричному рівні.

Третій, операційний (діяльнісний), компонент виявляється у конкретній практичній освітньо-інформаційній діяльності студентів, характеризує рівень готовності і прагнення до практичної взаємодії з об'єктами освітньо-інформаційного середовища, освоєння необхідних для цього умінь і навиків і відображає поведінку людини.

Елементи операційного (діяльнісного) компоненту: оперування студентом накопиченими знаннями, навиками в навчальних та ігрових ситуаціях, а також здатність грамотно формулювати свою точку зору. Уміння переконувати в перевазі і доцільності пропонуваніх рішень. Робота з науковою, науково-популярною літературою і періодичними виданнями для отримання

необхідної інформації. Уміння провести експеримент під керівництвом викладача, правильно оформити результати і висновки з експерименту. Здатність запропонувати експертний висновок з певної проблеми.

Прийнявши за основу теорію В. М'ясищева, ми розглянули основні параметри, що вимірюють рівень сформованості відношення як одиниці ІК, а саме: модальність, інтенсивність, стійкість, широта, домінантність, когерентність, узагальненість, активність, усвідомленість. В основу цієї типології покладена комплексна ознака – міра вираженості основних показників відношення. В результаті експертного аналізу було встановлено, що найбільше значення мають такі параметри, як *модальність* і *активність*, що й дозволило нам виділити основні дев'ять типів і дати їм характеристики (таблиця 1).

В ході експерименту було виділено три групи студентів, кожна з яких характеризувалася проявом окремих компонентів ІК в різній мірі. Це дало змогу встановити зв'язок між загальним і особистим в поведінці студентів.

Для успішної реалізації технології був розроблений навчально-методичний комплекс, що включає модуль “Освітньо-інформаційна діяльність”, тематичне планування занять, курс лекцій, інтелектуальні ігри, лабораторні і практичні роботи.

Метою експерименту була розробка оптимальної технології, що сприяє засвоєнню інформаційних понять, виробленню умінь і навиків освітньо-інформаційної діяльності і формування позитивного ставлення до необхідності розвитку ІК. Слід зазначити, що наявні знання студентів з інформатики у такій технології стають чинником інтеграційного характеру. Студент їх доповнює і розширює, акцентуючи увагу на проблемі, що найбільше цікавить його [1].

Оволодіння вмільм використанням ЕОМ – одне з найбільш важливих складових ІК у процесі професійної підготовки. При цьому найбільш короткий шлях до такого знання повинний починатися з практики, зі спроби використання елементів інформаційної технології в конкретній ситуації. Основні уміння і навички використання елементів в новій інформаційній технології формуються в процесі практичних занять майбутніх маркетологів на ЕОМ. Тому педагог повинен ставити такі проблеми та задачі, які б спонукали студентів на пошук інформації, що формував складові елементи ІК в цілому.

Висновки. Значну роль у формуванні ІК відіграє освіта, яка повинна формувати фахівця інформаційного співтовариства, виробляючи у

ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Таблиця 1.

Співвідношення типів модальності і типів активності

Модальність Активність	Позитивне ставлення	Амбівалентне ставлення	Негативне ставлення
Активне	Активна участь у всіх видах діяльності діяльності інформаційного характеру, це передбачає участь в теоретичній і практичній діяльності. Творчо-діяльнісне	Прояв ініціативи у вирішенні питань, що цікавлять студента, старанність. Ініціативно-виконавське	Відсутність інтересу до діяльності освітньо-інформаційного характеру Активно-негативне
Пасивне	Позитивне відношення за основними напрямками діяльності інформаційного характеру і негативне залежно від ситуації за деякими напрямками Ситуативно-позитивне	Суперечливе відношення за всіма напрямками. Конформістське	Негативне за всіма основними напрямками діяльності інформаційного характеру і позитивне за деякими напрямками Ситуативно-негативне
Нейтральне	Студент просто споглядає те, що відбувається Відчужено-доброзичливе	Студент виконує завдання під тиском і при необхідності Пристосувальницьке	Наявність стійкого інтересу до інших напрямів діяльності Пасивно-негативне

нього уміння та навички: диференціації інформації; виокремлення значущої інформації; вироблення критеріїв її оцінки; здобуття інформації та її використання.

Перспективи подальших пошуків у напрямку дослідження. Формування ІК вчителя маркетингу повинно ґрунтуватися на функціональній моделі майбутньої професійної діяльності і забезпечувати формування навичок вирішування інтегрованих як для педагога, так і маркетолога типових завдань та професійно-важливих якостей особистості.

1. Афоніна Ю.В. *Інформаційна культура вчителя музики як приклад синтетичного підходу до формування професійно важливих якостей фахівця* / Ю.В. Афоніна // Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. – Випуск 131. – Серія “Педагогічні науки”. – Черкаси: ЧДУ, 2001. ВІПУСК 131. – С. 3–9.

2. Данильчук Е.В. *Методологические предпосылки и существенные характеристики информационной культуры педагога* // Педагогика. – 2003. – №1. – С. 65–74.

3. Данильчук Е.В. *Методическая система формирования информационной культуры будущего педагога: Автореф. дис. ...д-ра пед. наук: 13.00.02.* – Волгоград, 2003. – 40 с.

4. Зайчиков В.М. *Информационная культура личности педагога* *Электронный ресурс.* / В.М. Зайчиков.

Режим доступа: <http://tehnologiya.ucoz.ru/publ/36> (дата обращения 15.04.2009).

5. Карабін О. *Інформаційна культура студентів в контексті модернізації педагогічної освіти* // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Серія: Педагогіка. – 2005. – №2. – С. 37–40.

6. Ковалев А.Г., Мясичев В.Н. *Психологические особенности человека. Т. 1. – Л., 1957–1960. – 264 с.*

7. Коломієць А., Коломієць Д. *Міжпредметні та надпредметні проекти як спосіб розвитку інформаційної культури студента* // Педагогіка і психологія професійної освіти. – 2006. – №2. – С. 24–31.

8. Морська Л.І. *Методична система підготовки майбутнього вчителя іноземних мов до використання інформаційних технологій у навчанні учнів.* Монографія. – Тернопіль: ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2007. – 243 с.

9. Мясичев В.Н. *Проблема способностей в советской психологии и ее ближайшие задачи* // Проблемы способностей. [Материалы конференции, 22–24 июня 1960 г., Ленинград]. Отв. ред. чл.-кор. АПН РСФСР проф. В.Н. Мясичев. – М., 1962. – 308 с.

10. Сороко Н.В. *Роль інформаційних та комунікаційних технологій у професійному розвитку вчителя* / Сороко Н.В. // Проблеми сучасної педагогічної освіти: [зб. ст.]. Сер.: Педагогіка і психологія. Вип. 13; Ч. 2 / РВНЗ “Крим. гуманіт. ун-т”; [редкол.: О.В. Глузман та ін.; відп. за вип. М.Я. Ігнатенко]. – Ялта: [б. в.], 2007. – 299 с.

Стаття надійшла до редакції 18.12.2011