

## ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ ОФІСНИХ ПРАЦІВНИКІВ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті розглянуто проблему формування креативності майбутніх офісних працівників як важливого компонента їх професійної діяльності у сфері ділової культури в сучасних умовах. Розкрито сутність креативності особистості, визначено її ознаки та рівні у студентів досліджуваної групи, а також педагогічні умови формування в закладах вищої освіти. Висвітлено особливості навчально-креативного середовища професійної підготовки, авторську методичку формування креативності студентів на основі інноваційних освітніх технологій, її форми, методи та результати.

**Ключові слова:** креативність, майбутні офісні працівники, ділова культура, педагогічні умови, професійна підготовка, навчально-креативне середовище, інноваційні освітні технології.

В статтє рассмотрена проблема формирования креативности будущих офисных работников как важного компонента их профессиональной деятельности в сфере деловой культуры в современных условиях. Раскрыта сущность креативности личности, обозначены ее признаки и уровни у студентов исследуемой группы, а также педагогические условия формирования в учреждениях высшего образования. Освещены особенности учебно-креативной среды профессиональной подготовки, авторскую методичку формирования креативности студентов на основе инновационных образовательных технологий, ее формы, методы и результативность.

**Ключевые слова:** креативность, будущие офисные работники, деловая культура, педагогические условия, профессиональная подготовка, учебно-креативная среда, инновационные образовательные технологии.

The article deals with the issue of creativity development of future office employees as an important component of their professional activity in the field of business culture in current circumstances. The nature of creativity of the identity is revealed, its features and levels of students of the study group, pedagogical conditions of formation in institutions of higher education are determined. The peculiarities of the educational and creative environment of professional training and the proprietary methodology of formation of students' creativity on the

basis of innovative educational technologies, forms, methods and its effectiveness are revealed.

**Key words:** creativity, future office employees, business culture, pedagogical conditions, professional training, educational and creative environment, innovative educational technologies.

**Актуальність дослідження.** Розвиток інформаційного суспільства, сучасної ділової культури та інформаційно-комунікаційних технологій актуалізують зростання креативного компонента у професійній діяльності офісних працівників, адже саме креативна особистість, як стверджує О. Дубасенюк, здатна адекватно і гнучко вирішувати нагальні проблеми, активно сприймати оточуючий світ, проявляти пошукову активність та виробляти самостійні відповідальні рішення [2]. Отже, розвиток педагогіки вищої школи в умовах глобального інформаційного простору характеризується підвищенням уваги до творчого потенціалу студентів, зазначає В. Попов [7]. Д. Гілфорд у цьому контексті зауважив, що зусилля, витрачені на стимулювання креативності, принесуть високі дивіденди всьому суспільству [10, с. 8].

Вищеозначене обумовлює оптимізацію навчального процесу у ЗВО формами, методами і засобами креативної педагогіки, потенціал якої розкрили такі вітчизняні та зарубіжні педагоги і психологи, як В. Попов (*можливості креативної педагогіки в умовах переходу до інформаційного суспільства*), О. Дубасенюк, Л. Кондрашова, О. Кулик (*проблема креативного підходу у процесі підготовки студентів в умовах ЗВО*), Д. Гілфорд, В. Моляко (*психологічні теорії творчості та креативності*). Питання формування креативності студентів різних спеціальностей вивчали І. Гриненко, Р. Павлюк, Н. Петрушова (*педагогік*), В. Бажанюк (*юристів*), А. Московченко, О. Харцій (*менеджерів*), М. Вовк (*практичних психологів*), Т. Козак (*дизайнерів*), Л. Петришин (*соціальних педагогів*), О. Хуртенко (*фахівців у галузі фізичної культури*), Л. Обманець (*фахівців мистецьких спеціальностей*).

Зважаючи на викладене вище, заявлена нами тема досі не була предметом наукової розвідки, що й обумовило інтерес до неї та **мету дослідження** – розкрити сутність креативності, специфіку та прикладні аспекти її формування в майбутніх офісних працівників у процесі професійної підготовки в умовах ЗВО.

**Завдання дослідження:** розглянути теоретичні засади креативності, окреслити її актуальність щодо професійної підготовки майбутніх офісних працівників, продіагностувати креативність студентів-документознавців, визначити педагогічні умови та розкрити методикою її формування в умовах навчального середовища ЗВО.

**Виклад основного матеріалу.** Термін «креативність» у педагогіці та психології набув поширення в країнах Заходу у 60-х роках ХХ ст. після публікацій Д. Гілфорда з теорії дивергентного мислення. У Великій педагогічній енциклопедії поняття «*creatio*» (лат.) трактується як процес і продукт творення чогось нового; його суб'єкт та обставини, в яких відбувається творчий процес, чинники, які його обумовлюють. Креативною вважається творча людина, схильна до нестандартних способів вирішення проблем, здатна до оригінальних і нестандартних дій, відкриття нового, створення унікальних продуктів [6, с. 266].

У контексті нашого дослідження слушними є думки Б. Ананьєва, який вважає, що креативність дає змогу ефективно використовувати наявні в арсеналі особистості знання, уміння та навички в нових непередбачуваних ситуаціях для вирішення нестандартних професійних завдань [1, с. 137]. Звернемо увагу й на позицію Л. Обманець, згідно з якою креативність розвивається в процесі діяльності, поєднується з її провідними мотивами та проявляється як прагнення до самого процесу творчості [5, с. 174]. Вищеозначене актуалізує розвиток креативності студентів задля досягнення успіху в будь-якій професійній діяльності.

Актуальність нашого дослідження підтверджує також діагностика рівнів креативності студентів 5 курсу спеціальності 029 «інформаційна, бібліотечна та архівна справа» спеціалізації «документознавство та інформаційна діяльність» (факультет документальних комунікацій та менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету), які в перспективі стануть офісними працівниками. Дослідження проводилося в межах навчального процесу курсу «Організація представницьких заходів» (спілкування, спостереження, виконання творчих робіт) та опитування «Креативний потенціал офісних працівників» (за методикою А. Московченко) [4].

У діагностиці взяли участь 28 студентів (остання група спеціалітету). В основу визначення рівнів їхньої креативності було покладено здатність до продукування ідей та створення творчих продуктів у сфері ділової культури, а також її вербальний та інтелектуальний складники. Результати дослідження засвідчили: а) **високий рівень** креативності притаманний 25 % (7 студентів) і проявляється в генеруванні та реалізації нових ідей; б) **середній рівень** характерний для 45 % (13 студентів) та демонструється модифікацією готових проєктів, рішень, ідей представницьких заходів; в) **низький рівень** мають 30 % (8 студентів), що характеризується репродукуванням готових проєктів та стандартних підходів щодо підготовки та проведення представницьких заходів.

Дослідження *вербальної креативності* студентів виявило такі її рівні: а) **високий** – притаманний 20% (5 студентів), включає досконале володіння вміннями і навичками ділової комунікації, нестандартне й оригінальне оперування вербальним матеріалом у публічних представницьких заходах (наприклад, у ролі ведучого);

б) **середній** – мають 45 % (12 студентів), характеризується вмілим оперуванням вербальними вміннями та навичками ділової комунікації нормативного характеру з елементами модифікації; в) **низький** – характерний 35 % (10 студентів), які відчувають труднощі в діловій публічній комунікації.

*Інтелектуальна креативність* відображає мотивацію студентів у розширенні знань щодо творчих елементів ділової культури в майбутній офісній діяльності. Її діагностика засвідчила, що отримані показники фактично ідентичні з рівнями креативності: а) **високий рівень** мають 25 % (7 студентів), яким притаманна інтелектуальна активність щодо пізнання теоретичних і прикладних аспектів офісної практики, ділової культури та представницьких заходів (івент-технологій); б) **середній рівень** – 45 % (13 студентів), для яких характерна пізнавальна діяльність у межах офісної практики та ділової культури; в) **низький рівень** – 30 % (8 студентів), в яких відсутній стійкий пізнавальний інтерес щодо продукування креативних ідей.

Узагальнення даних за поданими критеріями засвідчило, що високий рівень креативності притаманний 23 % студентів, середній – 45 %, низький – 32 %. Ці показники зумовлюють необхідність підсилення креативного компонента в професійній підготовці студентів означеної спеціальності (креативного мислення, знань, умінь і навичок генерування оригінальних ідей та методик проведення представницьких заходів, володіння вербальними техніками та культурою мовлення на ділових прийомах, публічних заходах тощо). Це дасть змогу майбутнім фахівцям бути конкурентними на ринку праці у сфері офісної діяльності та ділової культури (на посадах помічника; секретаря керівника; інформаційного аналітика; керівника служби документального забезпечення управління, маркетингових комунікацій; менеджера з персоналу, зв'язків із громадськістю, реклами; експерта з ділової культури; офіс-менеджера, івент-менеджера тощо).

Для реалізації мети дослідження визначені такі педагогічні умови:

- формування навчально-креативного середовища професійної підготовки студентів у процесі вивчення курсу «Організація представницьких заходів»;
- упровадження в навчальний процес інноваційних креативних технологій, форм, методів і засобів;
- інтеграція навчального процесу зі сферою ділової культури та соціальної практики;
- творча взаємодія суб'єктів навчального процесу (викладач – студенти);
- активізація самостійної пізнавальної діяльності студентів;
- залучення студентів до активної творчої діяльності.

Оптимальним компонентом формування креативних знань, умінь і навичок студентів є навчально-креативне середовище професійної підготовки. Його трактують як структуровану систему педагогічних факторів, у межах яких здійснюється організований навчальний, виховний та розвивальний процес, результатом якого є отримання здобувачами вищої освіти певного освітнього ступеня, високого рівня особистої культури, професійних знань, умінь і навичок, зокрема й креативних.

Навчально-креативним середовищем професійної підготовки є: навчально-виховний простір університету, факультету документальних комунікацій та менеджменту,

кафедри документальних комунікацій і бібліотечної справи, професійно-орієнтовані дисципліни спеціальності («PR», «Іміджелогія», «Інформаційний менеджмент», «Інформаційний маркетинг», «Реклама інформаційних ресурсів», «Інформаційно-аналітична діяльність», «Документно-інформаційні комунікації» та «Організація представницьких заходів»). Його педагогічний потенціал визначається інтегрованістю у сферу ділової культури (вітчизняний, міжнародний, регіональний та місцевий рівні), офісну практику, івент-технології тощо.

Отже, навчально-креативне середовище виходить за межі вишівських аудиторій, охоплює позанавчальну діяльність студентів в умовах випускової кафедри, факультету, університету (на базах практики, споглядання представницьких заходів в університеті, закладах культури, бізнесових структурах, містах, інформаційному просторі), а також участь студентів у представницьких заходах, які проводяться на факультеті та в університеті загалом (наукові конференції, виставки, конкурси, концерти, дні відкритих дверей тощо).

Таке середовище є поліфункціональною педагогічною системою, яка акумулює взаємодії між усіма її суб'єктами, що залучені до навчального процесу, і забезпечує професійну підготовку, національне виховання та багатогранний розвиток студентів (інтелектуальний, духовний, професійний, креативний), зауважує О. Ярошинська [9, с. 560-561].

Професійна підготовка майбутніх офісних працівників – це процес:

- формування професійно значущих знань, умінь і якостей, індивідуальних способів виконання професійної діяльності;

- формування сучасного стилю наукового та креативного мислення, готовності до професійного саморозвитку;

- формування професійної позиції і здібностей, особистісних якостей (самостійності, активності, креативності, мобільності, комунікативності тощо);

- забезпечення готовності майбутніх фахівців до індивідуально-творчого виконання професійних функцій, зокрема у сфері інформаційних технологій, документоведення, офісної практики.

Розглянемо методику формування креативності майбутніх офісних працівників у межах курсу «Організація представницьких заходів», що розпочинається з визначення мети і завдань професійної підготовки (відповідно до ОКХ та ОПП спеціальності), проектування змісту та організаційно-методичних засад, розробки нормативних документів (навчальна і робоча програми), методичного забезпечення навчального процесу (тексти лекцій; друковані, відео та мультимедійні матеріали для практичних занять; завдання для самостійної роботи та ІНДЗ, модульного і підсумкового контролю).

Структура курсу складається з трьох змістових модулів, в яких вивчаються: а) теоретичні засади та історія розвитку представницьких заходів в Україні; б) представницькі заходи ділової культури організацій (презентаційні, інформаційні, демонстраційні, корпоративні); в) представницькі заходи соціально-культурного спрямування (благодійницькі та соціально-культурні).

Навчальний процес здійснюється відповідно до проекту курсу (90 год). Кожна тема є міні-дидактичним модулем, який включає лекцію, практичні заняття, самостійну роботу та підсумковий контроль.

Це автономна частина навчального процесу, в межах якої здобуваються та закріплюються теоретичні знання (*когнітивна складова*), формуються аналітичні навички в процесі споглядання та аналізу представницьких заходів (*аналітична складова*), удосконалюються творчі вміння і навички щодо пошуку ідей, підготовки та проведення представницьких заходів (*креативно-прикладна складова*), відбувається оцінювання результатів навчально-творчої діяльності студентів (*діагностична складова*).

Специфіка курсу обумовлює використання в навчальному процесі інноваційних технологій, форм, методів і засобів (інтерактивних, ігрових, проблемних, творчих, мультимедійних), що оптимізує процес формування креативного простору дисципліни. У цьому контексті важливою для нашого дослідження є позиція Л. Кондрашової, яка вважає, що креативний підхід до організації навчального процесу переорієнтовує його з предметно-змістового аспекту на особистісний і проявляється: у формуванні навчальних цілей у вигляді мисленнєвих задач; ціннісно-смісловій інтерпретації навчальної діяльності; нестандартних способах і діях щодо задоволення потреби в новизні і творчості; створенні авторських програм, проєктів, творчих робіт [8, с. 104].

Провідним інформаційно-пізнавальним компонентом навчального процесу є лекція. Її дидактична мета – дати студентам систематизовані наукові знання, ознайомити з провідними категоріями й закономірностями дисципліни, її методологічною основою, розкрити стан і перспективи розвитку в контексті сучасної ділової культури, сконцентрувати увагу на вузлових питаннях, сформувати інформаційну базу для подальшого засвоєння навчального матеріалу та розвитку пізнавального інтересу студентів.

У процесі вивчення означеного курсу оптимальною є інтерактивна лекція (процес навчання, побудований на взаємодії, діалозі його суб'єктів). Вона розгортається під час сприйняття навчальної інформації та пошуків шляхів вирішення поставленої перед студентами навчальної проблеми, яку зумовлює тема. Студенти на такій лекції займають активну позицію, де не лише сприймають інформацію, але й висловлюють свої думки та судження щодо проблеми, роблять узагальнення. Це сприяє формуванню аналітико-синтетичних здібностей, що є важливою складовою креативності.

Із метою активізації навчальної роботи студентів на лекціях використовуються такі ефективні прийоми, як проблемні запитання, пізнавальні ігри, елементи діалогу (бесіди, дискусії тощо), а також використовуються мультимедійні матеріали.

Проблемні запитання містять реальну чи вдавану суперечність; викликають ускладнення пізнання; вимагають аналізу, порівняння, встановлення причинно-наслідкових зв'язків між фактами, явищами, пошуку доказів; акцентують увагу на вузлових аспектах теми, її сприйнятті, розумінні та засвоєнні. Їх можна ставити на різних етапах лекції: на початку – із метою актуалізації теми; під час викладу матеріалу або наприкінці – для самостійного опрацювання, що дає змогу студенту ще раз «повернутися» до лекції. Наведено приклади проблемних запитань: а) «Чим обумовлене виникнення представницьких заходів як явища ділової культури?»; б) «Чому представницькі заходи називають маркетинговим компонентом компанії?».



Ефективним експрес-методом активізації пізнавальної діяльності студентів на початку лекції є ігри (вікторини, квести, слуховий диктант). Методи візуалізації сприяють кращому засвоєнню інформації, переданої словесно (таблиці, схеми, презентації, зокрема й комп'ютерні). Бесіда і дискусія формують ситуацію діалогу студентів із викладачем та між собою, який ґрунтується на опорних знаннях та засвоєнні нової навчальної інформації.

Складниками навчального модуля є різні види практичних занять (семінари та практикуми). Семінарське заняття передбачає повторення, закріплення та систематизацію лекційного матеріалу з важливих тем курсу, а також самостійне вивчення студентами певних питань, що не розглядалися на лекції. У педагогічній практиці поширеними є традиційні та нетрадиційні форми семінарів (семінари-конференції, -бесіди, -дебати, -ігри тощо).

Специфіку семінару визначає домінування вербальних методів навчання (діалогічних, дискусійних, пізнавально-ігрових, реферативно-коментувальних) із мультимедійними презентаціями з теми, що досить поширені в сучасній педагогічній практиці. У нашій методиці використовуються інтерактивні семінари: а) *семінар-повідомлення* (для повторення першої теми курсу, де розглядаються сутність та види представницьких заходів); б) *семінар-історичний симпозіум* (оптимальний в обговоренні витоків та історичних етапів розвитку представницьких заходів); в) *семінар-«круглий стіл»* (є доцільним в обговоренні теми «Представницькі заходи в Україні доби незалежності»). Їх мета – удосконалити навички аналізу наукової, нормативної, методичної інформації щодо представницьких заходів та практики їх функціонування в Україні загалом та на Рівненщині зокрема.

Практичні заняття (практикуми) передбачають обговорення теоретичних питань, а також виконання студентами творчих завдань (розробку і презентацію проектів, програм тощо). На них відпрацьовуються прийоми формування креативності знань, мислення, умінь, навичок, здібностей, компетентностей студентів щодо продукування оригінальних ідей відповідно до форм і програм представницьких заходів, їх інформаційно-рекламного супроводу. Такий підхід дає змогу організувати навчальну діяльність на рівнях: аналітичному, репродуктивному, творчому, результатом якої є оригінальні творчі продукти.

На практичних заняттях виконуються різні види творчої роботи: аналізуються інформаційні, методичні та ілюстративні матеріали про представницькі заходи, здійснюється їх перегляд та обговорення, розкривається методика підготовки та проведення заходів, відпрацьовуються окремі творчі компоненти (пошук ідей, форми і теми заходу, розвиток задуму, розробка програми тощо). Окрім того, значна увага зосереджується на художній основі окремих заходів, що сприяє підвищенню обізнаності студентів із різними жанрами мистецтва.

Зміст практичних занять із теми «Ділові прийоми» передбачає розкриття їх особливостей (наприклад, прийом «чай», «коктейль», «жур-фікс» тощо) із мультимедійним показом та проведенням рольових ігор, які можуть доповнюватися тематичними розважальними програмами, розробленими студентами.

Практичні заняття з модуля «Інформаційні представницькі заходи» проводяться у формі конференції, прес-конференції або брифінгу. Це дає змогу удосконалити навички проведення інформаційних заходів та ділової вербальної комунікації.

На практичних заняттях із методики підготовки та проведення публічних презентацій студенти працюють у мікрогрупах, кожна з яких створює програму певного виду презентації (відкриття філії організації, випуск нової продукції, рекламна акція тощо). Наступним видом творчої роботи є розробка програм корпоративних вечірок (новорічної, з нагоди ювілею компанії, дня народження керівника тощо).

Найскладнішими в контексті креативності є творчі проекти і програми публічних соціокультурних представницьких заходів (дні компанії в місті, свята, фестивалі, благодійні акції), які пов'язані зі специфікою діяльності організації. Це довгострокові практичні роботи, які виконуються студентами в процесі творчої діяльності (від пошуку ідей до розробки програм заходів) і презентуються на конкурсі креативних ідей.

Завершує цикл практичного навчання колективна творча робота студентів – розробка програми та проведення конкурсу «Студент року факультету ДКМ». Він організовується у формі публічного заходу, в програмі якого – представлення учасниками креативного портфоліо про себе (у контексті спеціальності) та церемонія нагородження переможців.

Пізнавально-творчі завдання студенти виконують і в межах самостійної роботи: складання карток статей та електронних матеріалів із курсу, хронологічної таблиці історії представницьких заходів, прес-релізів, програм промо-акцій, благодійних заходів компаній для закладів соціальної сфери тощо.

Творчі завдання з курсу входять до програми виробничої практики і передбачають участь студентів у їх проведенні на базах органів державної влади, бізнес-структур, закладів інформаційної сфери, освітніх установ, ЗМІ, рекламних агентств, закладів культури тощо. Прикладом цього можуть бути ділові прийоми, дні інформації, корпоративні вечірки, професійні свята, презентація молодіжних проектів, благодійні заходи тощо.

Креативні компоненти доповнюють систему поточного та підсумкового контролю навчально-пізнавальної та творчої діяльності студентів (тести, творчі модульні роботи, залікова робота).

Отже, креативний підхід передбачає організацію професійної підготовки студентів на системному рівні, у процесі якої виконуються різні види навчально-творчої роботи (пізнавальної, розвивальної та творчо-прикладної). Вони виконуються індивідуально, у малих групах та колективно, що дає змогу реалізувати суб'єкт-суб'єкту взаємодію студентів, яка є оптимальним способом виконання творчих завдань. Це дає можливість перетворити навчальний процес у проектування перспектив професійного зростання майбутніх фахівців, розвитку їх творчого потенціалу.

Підтвердженням вищевикладеного є контрольний зріз рівнів креативності студентів, у процесі навчання яких високий рівень підвищився на 2 % і становить 25 % (7 студентів), середній – на 10 % (55 %, 15 студентів), а низький зменшився на 12 % (20 %, 6 студентів).

Таким чином, системна творча робота студентів у межах навчального курсу вдосконалює та підвищує рівень їх креативності, сприяє формуванню індивідуально-творчих якостей: *креативного мислення* (здатності продукувати нові ідеї); *творчої уяви* (самостійного створення нових образів, які реалізуються в оригінальних результатах діяльності);

*інтелектуальної активності* (розвиток творчих умінь і навичок особистості, що ґрунтується на інтелектуальній ініціативі); *практичних умінь і навичок* (реалізація творчих проєктів у сфері ділової культури за активної особистої участі на рівні сценариста, ведучого, учасника заходу, розробника інформаційно-рекламних продуктів); *креативної поведінки* (трансформація ідеї в новий творчий продукт).

**Висновки.** Дослідження проблеми формування креативності майбутніх офісних працівників у навчальному процесі ЗВО засвідчило, що на сьогодні вона є досить актуальною, адже креативність є важливою професійною якістю спеціалістів документно-комунікаційної сфери, що пов'язана з інноваційними інформаційними технологіями та розвитком ділової культури. У зв'язку з цим її формування у здобувачів вищої освіти (бакалаврів, магістрів) у навчальному просторі ЗВО сприятиме підвищенню рівня їх фахової підготовки та кар'єрним перспективам у сфері професійної діяльності. Вищевикладене актуалізує моніторинг означеної проблеми в межах навчального процесу, офісної практики і може бути перспективним **напрямом подальших досліджень.**

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ананьев Б. Г. Человек как предмет познания / Б. Г. Ананьев. – СПб. : Питер, 2002. – 228 с.
2. Дубасенюк О. А. Креативний підхід до професійно-педагогічної підготовки майбутніх учителів / О. А. Дубасенюк // Креативна педагогіка. – 2011. – № 4. – С. 23–28.
3. Козак Т. С. Методика розвитку творчого мислення майбутніх дизайнерів для підготовки до дипломного проєктування / Т. С. Козак // Науковий вісник

НЛТУ України. – 2017. – Т. 27. – № 4. – С. 181–185.

4. Московченко А. А. Особливості креативності як професійно вагової якості студентів-менеджерів / А. А. Московченко // Проблеми сучасної психології : зб. наук. пр. КПНУ ім. І. Огієнка та Інституту психології ім. Г. С. Костока НАПН України. – 2016. – Вип. 32. – С. 342–351.

5. Обманець Л. О. Формування креативності майбутніх фахівців у галузі мистецької освіти в процесі інструментально-виконавської підготовки / Л. О. Обманець // Музичне мистецтво в освітологічному дискурсі. – 2017. – № 2. – С. 172–175.

6. Педагогика : большая современная энциклопедия / сост. Е. С. Рапацевич. – Мн. : Современ. слово, 2005. – 720 с.

7. Попов В. Возможности креативной педагогики в условиях перехода к информационному обществу / В. Попов // Альма-матер. – 1999. – № 4. – С. 23–27.

8. Професійне становлення студентів в умовах креативного підходу до організації освітнього процесу вищої педагогічної школи / Л. В. Кондрашова // Професійне становлення особистості: проблеми і перспективи : матер. V Міжнарод. наук.-практ. конф. – Хмельницький : ХНУ, 2009. – С. 101–105.

9. Ярошинська О. О. Освітній простір ВНЗ як континуум для проєктування освітнього середовища професійної підготовки майбутніх фахівців / О. О. Ярошинська // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – Запоріжжя : КПУ, 2014. – Вип. 35 (88). – С. 558–567.

10. Guilford J. Creativity / J. Guilford // American Psychologist. – 1950. – Vol. 15. – С. 444–454.

*Дата надходження до редакції: 17.05.2018 р.*

УДК 378.046-021.68[.091.12.011.3-051]:005.336.5

**Світлана ІВАШНЬОВА,**

*кандидат педагогічних наук, заступник директора Інституту післядипломної педагогічної освіти Київського університету імені Бориса Грінченка*

## ПРОЄКТУВАННЯ ЗМІСТУ НАВЧАННЯ В СИСТЕМІ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ: ОСВІТНІ ЗАПИТИ І ПОТРЕБИ

*У статті представлено технологію проєктування змісту навчальних курсів у системі післядипломної педагогічної освіти, які враховують освітні запити та потреби педагогічних працівників. Уточнено зміст ключових понять та визначено відмінності в прояві освітніх запитів та освітніх потреб. Розроблено технологію проєктування змісту*

*навчальних курсів, що забезпечує цілеспрямованість неперервної професійної освіти, її динамічність та відповідність реальним потребам педагогічного персоналу.*

**Ключові слова:** *освітні запити, освітні потреби, проєктування, зміст навчання, розвиток професійної компетентності, педагогічний персонал.*