

культуры будущих квалифицированных рабочих предприятий торговли. Рассмотрены основные признаки понятий «культура», «коммуникативная культура», «культура общения». Выделены основные позиции, которые определяют сущность формирования коммуникативной культуры будущих квалифицированных рабочих предприятий торговли. Определены составляющие коммуникативной культуры для будущих квалифицированных рабочих предприятий торговли.

Ключевые слова: культура, коммуникативная культура, культура общения, компетентность.

Tsyganok O. A. The culture of dialogue as a component of communicative culture of the in future skilled workers of trade enterprises.

In the article the problem of cultural dialogue of the future skilled workers of sale. Considerable attention is paid to the analysis of features of professional communication experts of this industry. Identified and justified the components of communicative culture of the future skilled workers of sale. Considered the main signs of the concepts «culture», «communication culture», «culture of communication». Allotted the main positions that define the essence of formation of communicative culture for future skilled workers in trade enterprises. Defined compositions of communicative culture of future skilled workers in trade enterprises.

Key words: culture, communication culture, the culture of communication.

Рецензент: Орлов В. Ф., доктор педагогічних наук, професор

УДК 378.047:159.954:331.548:339.138

*Шевченко Н. Ф.,
Кучинова Н. М.*

**РОЗВИТОК КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ:
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ**

Постановка проблеми. На сьогодні однією з найважливіших проблем психологічної та педагогічної теорії і практики є розвиток активної творчої особистості. Професійна освіта націлена не тільки на формування у майбутніх фахівців системи знань, умінь та навичок, необхідних для виконання професійних функцій, але й на розвиток їх творчих здібностей та готовності до креативного підходу у вирішенні нестандартних задач в умовах невизначеності.

Ідея навчання, націленого на розвиток творчих можливостей особистості, лежить в основі багатьох сучасних підходів до освіти, тому важливим є з'ясування психолого-педагогічних умов, які сприяють розвитку креативності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблеми креативності присвячені праці зарубіжних і вітчизняних науковців Д. Б. Богоявленської, Дж. Гілфорда, В. М. Дружиніна, В. О. Моляко, С. Медніка, Р. Стернберга, Е. Торренса, О. Є. Тунік та ін.

Питання розвитку креативності висвітлені в працях відомих психологів Л.Г. Алексеевої, Б. Г. Ананьєва, М. Воллаха, Т. В. Галкіної, П. Я. Гальперіна, Н. Когана, Д. Лаверті, О. М. Матюшкіна, В. О. Моляко, О. Л. Музики, Б. М. Теплова, Н. В. Хазратової та інших науковців.

Психолого-педагогічні умови розвитку креативності розглянуто у роботах вітчизняних та зарубіжних дослідників Т. О. Баришевої, Н. Ф. Вишнякової, М. В. Голубевої, О. В. Лободи, Н. М. Макаренко, Н. Ю. Малій, О. О. Попель, Н. В. Ротової, О. В. Сорокіної, А. В. Тараканова, О. П. Тарасової, Н. Ф. Шевченко, О. Є. Щербакової та ін. Водночас, не зважаючи на наявність досить широкого спектру досліджень, у наукових працях майже не приділяється увага вивченню психолого-педагогічних умов розвитку креативності майбутніх фахівців різних галузей діяльності.

Мета статті. На основі аналізу наукових джерел визначити психолого-педагогічні умови розвитку креативності студентів-маркетологів в процесі професійної підготовки.

Виклад основного матеріалу. В сучасній психолого-педагогічній практиці умови розглядають як необхідні й достатні обставини, які визначають існування та розвиток відповідного освітнього простору.

Досліджуючи розвиток креативності студентів в інформаційному освітньому середовищі, Т. О. Барішева зазначає, що «Сучасний інформаційний простір, комунікативні технології надають унікальні й рівні для всіх можливості доступу до інформаційних ресурсів, свободу вибору, перетворень, є в повному сенсі креативним середовищем і дозволяють активізувати творчий потенціал, реалізувати потребу особистості у самопізнанні та творчості» [1, с. 26].

Значний інтерес представляє запропонована дослідницею розвивальна програма «Креативність. Досвід самопізнання», метою якої є психодизайн креативності в процесі рефлексивної самоорганізації. Розвивальна програма виступає технологією рефлексивної самоорганізації, призначенням якої є створення умов для самопізнання, самоорганізації та саморозвитку особистості, усвідомлення себе суб'єктом творчої діяльності, визначення своїх креативних якостей та їх вдосконалення.

Н. Ю. Малій, досліджуючи розвиток креативної складової професійного мислення майбутніх педагогів, зазначає, що розвиток креативних компонентів професійного мислення вимагає певних психолого-педагогічних умов, до яких вона відносить: діяльність освітньої установи і весь освітній процес повинні бути приведені відповідно до настанови на випереджальну функцію, на підготовку фахівців нової генерації; повинна бути зроблена науково обґрунтована декомпозиція загальної мети у конкретні кваліфікаційні вимоги до випускника (професійні риси, знання, навички, уміння, здібності), а кожна з них – стати конкретним педагогічним завданням; орієнтація освітнього процесу на студентів; формування у професійно-освітньому процесі фахівця-особистості; інтенсифікація навчання студентів; побудова освітнього процесу ВНЗ на основі сучасних інтенсивних психолого-педагогічних технологій; здійснення керівництва освітнім процесом викладачами-професіоналами, людьми з високою педагогічною культурою [5, с.13].

На наш погляд, визначені вище психолого-педагогічні умови мають надто узагальнений характер і можуть бути застосовані до будь-якої складової професійної підготовки майбутніх фахівців. Проте, ми погоджуємося з думкою Н. Ю. Малій, що для розвитку креативної складової професійного мислення необхідно: здійснення індивідуального підходу до студентської молоді з урахуванням їх соціально-психологічних типів особистості; створення необхідних психолого-педагогічних умов, що забезпечують створення креативного простору з використанням діалогізації навчального процесу, впровадження проблемних та ігрових форм навчання, введення до структури заняття психотехнічних прийомів і вправ, створенням яскравого емоційного фону і заохоченням уяви студентів. Дослідниця зазначає, що використання цих специфічних прийомів дозволяє значно підвищити і рівень креативності, і рівень розвитку аналітико-синтетичних операцій як основних креативних компонентів професійного мислення майбутнього фахівця [5, с. 14].

У дослідженнях Н. М. Макаренко важливою психолого-педагогічною умовою розвитку креативного мислення майбутніх практичних психологів виділяє: створення у вищому навчальному закладі такого середовища, яке, на її думку, дає можливість формування внутрішньої мотиваційної готовності до творчої професійної діяльності, підвищення рівня професійних і загальних знань, компетентності, знайомства з новітніми креативними технологіями; набуття практичних навичок діяльності; використання евристичних прийомів; зняття остраху критики виказаних нестандартних думок; виникнення надситуативної активності при вирішенні проблем, наближених до реальних умов [4, с. 16].

У зв'язку з тим, що у креативній складовій професійного мислення маркетингологів визначено комунікативний компонент, ми розглянули психологічні умови розвитку соціальної креативності студентів у процесі професійної підготовки, які обґрунтовані О. О. Попель. Під соціальною креативністю дослідник розуміє здатність людини опера-

тивно знаходити і ефективно застосовувати нестандартні, оригінальні, творчі рішення ситуацій міжособистісної взаємодії. На думку вченого, оптимальні можливості розвитку соціальної креативності створюються комплексом психологічних умов, які можуть бути представлені наступною сукупністю:

- спрямованість психологічної підготовки на цілісну особистість студента як майбутнього фахівця в системі мотиваційних, інтелектуальних, емоційних, вольових і ціннісно-сміслових характеристик; важливою умовою при цьому є врахування вікових психологічних особливостей студентів;

- створення в навчальній роботі зі студентами предметно-збагаченого, багаторівневого, комунікативно-творчого середовища, яке б надавало студентам максимальні можливості свободи вибору;

- найважливішим чинником створення творчого середовища є особистість педагога, система професійно-важливих якостей якого (стиль спілкування і викладання, професіоналізм спілкування, емпатійні здібності, конгруентність, необхідний рівень соціальної креативності тощо) є каталізатором творчого розвитку студентів;

- організація інноваційної навчальної діяльності, що включає активне використання соціально-психологічного тренінгу та комунікативно-орієнтованих ділових ігор;

- забезпечення взаємозалежної когнітивної, мотиваційної, рефлексивної, операційної, ціннісно-сміслової, духовно-моральної підготовки студентів у рамках спеціальної програми цілеспрямованого формування соціальної креативності [6, с. 72].

Як зазначає дослідник, саме ці умови сприяють оптимальному прояву і взаємодії властивостей і здібностей, складових творчого і комунікативного потенціалу особистості, що і виступає психологічним механізмом розвитку соціальної креативності студентів.

У дослідженні М. В. Голубевої розглянуто психологічні умови розвитку емоційної креативності студентів педагогічних спеціальностей. Дослідниця пов'язує формування емоційної креативності з розвитком комунікативних здібностей студентів, що забезпечується єдністю інтелектуально-когнітивної та емоційно-комунікативної функцій спілкування. Умовами розвитку емоційної креативності, на думку дослідниці, є: особистісно-орієнтоване, діалогічно організоване навчання; висока внутрішня (пізнавальна, комунікативна, творча) мотивація участі у підготовці; високий рівень проблемності завдань і вправ програми; спеціальна профілактична робота по зниженню тривожності, підвищенню впевненості, емоційної експресивності [2, с. 23].

Досліджуючи психолого-педагогічні умови розвитку творчого потенціалу особистості майбутнього практичного психолога, О. В. Лобода зазначає, що розвиток творчого потенціалу майбутнього психолога обумовлений активізацією психологічних умов, що охоплюють три взаємопов'язані та взаємообумовлені сфери, а саме: конативну (загальна й творча активність, впевненість у собі та власних діях, допитливість, гнучкість у комунікативній діяльності, екстравертованість у взаємодіях, самоактуалізація потенціалів); пізнавально-емоційну (вербальна креативність, творче мислення й уява, ірраціональність) та соціально-психологічну (соціальна креативність, соціальні цінності, соціальна корисність). До педагогічних умов дослідниця відносить: створення позитивного креативного мікросередовища, атмосфери психологічної безпеки, захищеності, комфорту, невимушеності та свободи за рахунок підтримки творчих починань особистості; ціннісне ставлення до проявів творчості (безумовне оцінювання майбутніх фахівців як стимул до конструктивної та плідної співпраці й співтворчості); індивідуальний творчий стиль професійної діяльності викладача; застосування методів проблемного навчання, методів активізації творчого мислення, евристичних прийомів, дивергентних завдань та запитань відкритого типу [3, с. 209].

О. В. Сорокіна у своєму дослідженні зазначає, що розвиток креативності один із найважливіших аспектів особистісного і професійного розвитку майбутніх фахівців. Вчена розглядає творчість як реалізацію людиною своєї унікальності-індивідуальності, що проявляється в емоційних реакціях і станах. Для того, щоб розвивати креативність, на думку дослідниці, необхідно звертатись до емоційних реакцій і станів людини: «Систематичне звернення до власних емоційних переживань в ході спеціально організованих за-

нять, їх вербалізація дає студентам відчуття своєї ідентичності, допомагає стати аутентичним і конгруентним фахівцем» [8, с. 119].

Ми звернули увагу на дослідження О. П. Тарасової щодо розвитку креативного потенціалу майбутнього фахівця з дизайну. До необхідних і достатніх педагогічних умов дослідниця відносить:

1. насиченість змісту спеціальних дисциплін ціннісно-смысловими проблемно-проектними завданнями, які відображають інноваційні особливості професійної діяльності та активізують розвиток структурних складових креативного потенціалу майбутнього фахівця;

2. впровадження індивідуальних освітніх планів, які актуалізують суб'єктну позицію майбутнього фахівця у навчально-професійній діяльності та передбачають адаптацію освітнього процесу (вибір рівня складності завдань, засобів та способів здійснення діяльності) до особливостей професійно-особистісного розвитку студента;

3. комплексний навчально-методичний супровід, який включає навчально-методичний посібник з розвитку креативного потенціалу майбутнього фахівця; різнорівневі професійно-орієнтовні та ситуаційно-мотиваційні завдання до вивчення певних дисциплін тощо [10].

Значний інтерес викликали наукові погляди А. В. Тараканова щодо впливу активних методів навчання на розвиток креативності студентів у навчальному процесі. Дослідник зауважує, що незалежно від того, з яким типом професійної підготовки ми маємо справу, її результат значною мірою залежить від пізнавальної активності самого студента і від того, які педагогічні умови цьому сприяють.

Науковець доводить, що важливою педагогічною умовою розвитку креативності майбутніх фахівців є впровадження активних методів навчання, які розглядаються як сукупність способів і форм, що спонукають студентів до активної розумової та практичної діяльності в процесі оволодіння навчальним матеріалом, активізують процеси мислення та уваги [9, с. 67].

У визначенні психолого-педагогічних умов розвитку креативної складової професійного мислення студентів-маркетологів важливе значення для нашого дослідження мають погляди Н. В. Ротової, яка вважає, що психолого-педагогічні умови, що впливають на формування досвіду творчого мислення, можна розділити на дві групи: об'єктивні (ситуативні) і суб'єктивні (особисті). До суб'єктивних умов вона відносить стійкі риси вдачі людини, здатні впливати на стани, викликані тією або іншою ситуацією. До об'єктивних – умови середовища, така організація освітнього процесу, коли не пригнічується ініціатива студентів, формується в них впевненість у своїх силах і можливостях, стимулюється самостійність, розвивається уявлення.

Особливу увагу ми звернули на розкриття дослідницею об'єктивних (ситуативних) умов, які забезпечують можливість цілеспрямованої педагогічної (формуючої) дії. До таких умов Н. В. Ротова відносить:

- особу і поведінку педагога. На її думку: «Педагог виступає основною дійовою особою технологічного процесу, організовує його, забезпечує конкретні практичні взаємодії зі студентами, включає їх у загальноприйнятну систему цінностей, посилює мотиваційну підтримку студентів, активізує їхній творчий потенціал. Творча активність учнів підвищується, коли викладач проявляє власну креативність» [7, с. 379-380];

- морально-психологічний клімат у колективі, спрямований на створення творчої атмосфери, нівелювання чинників, що пригнічують творчість, і підтримку ініціативи тих, хто навчається. «Подібна психологічна атмосфера, – за висловленням вченої, – характеризується залученістю всіх учнів у творчий процес, свободою від стереотипів, неконформністю суджень, ініціативою й самостійністю студентів, їхнім інтересом і готовністю до творчої професійної діяльності» [7, с. 380]. Забезпечення взаємоповаги, опори на сильні сторони студентів, врахування їхніх індивідуальних особливостей, організація навчального процесу у дусі співтворчості та небайдужого ставлення до успіху всіх і кожного – важливі складові морально-психологічного клімату. Для створення творчої атмосфери дослідниця вважає необхідним забезпечувати дух змагання, але водночас підкреслювати бе-

зумовну цінність кожного студента, а також значущість його творчих ідей;

- матеріально-технічну базу. Для придбання достатнього обсягу знань студенти повинні не лише мати інтерес до навчальної праці й навички самостійної навчально-дослідницької діяльності, зауважує вчена, але й мати відповідні можливості. Це і літературний фонд, і комп'ютерне забезпечення, і можливість користуватися інформаційними базами мережі Інтернет, і доступ до культурних цінностей суспільства;

- організацію навчального процесу. Організація освітнього процесу, спрямованого на формування досвіду професійно-творчого мислення, повинна характеризуватися проблемністю. Необхідність вирішення протиріччя між наявністю проблеми і неможливістю її розв'язання при певних конкретних умовах народжує потребу в додатковій інформації, а отже, впливає на мотиваційну сферу особи студента, формуючи пізнавальні потреби [7, с. 380].

Н. В. Ротова також підкреслює, що процес формування у студентів досвіду креативного мислення полягає в цілеспрямованій взаємодії, співтворчості педагога і студента в адекватних спеціально організованих умовах із застосуванням необхідних механізмів, форм і методів організації занять.

Вона, як і інші дослідники, звертає особливу увагу на методи, які спрямовані на формування досвіду професійно-творчої роботи, зокрема: структурно-логічні (задачні) методи; тренінгові методи; ігрові методи [7, с. 380-381].

Значний інтерес у нас викликали методи формуючої спрямованості. До них дослідниця віднесла:

А. Методи розвитку досвіду творчої діяльності:

- методи із застосуванням ускладнюючих умов: метод тимчасових обмежень, метод раптових заборон, метод нових варіантів, метод інформаційної недостатності, метод абсурду;

- методи групового рішення творчих завдань: метод Дельфі, метод «чорного ящика», метод щоденників;

- методи колективного стимулювання творчих пошуків: метод мозкового штурму, синектики. Узагальнена думка людей, спрямована в єдине русло, неминуче стикається, переплітає десятки різноманітних ідей, породжуючи при цьому оригінальні життєздатні рішення;

- перерахування атрибутів і асоціативні прийоми, які полягають у спонуканні до створення нових словесних асоціацій; метафоричний синтез, що передбачає використання метафор і порівнянь для збудження творчої думки і спрямований на те, щоб «робити знайоме дивним».

Б. Методи емоційного впливу (формують досвід через переживання власної професійно-творчої й навчально-пізнавальної діяльності і створюють установку на позитивне емоційне ставлення до неї): заохочення, навчально-емоційна гра, створення ситуації успіху, стимулююче оцінювання, вільний вибір творчих завдань, спонукання до вибору альтернативних рішень, підкреслення особистої значущості учнів.

В. Методи формування готовності пам'яті. Професійні компоненти проявляються в розумовій діяльності як спрямованість особи на вирішення професійних завдань і оперування професійними знаннями й уміннями. Отже, їхньому розвитку сприяє професійний зміст діяльності в цілому і конкретних завдань зокрема [7, с. 381].

Аналіз наукової літератури дозволив нам узагальнити психолого-педагогічні умови розвитку креативності студентів у процесі професійної підготовки. До таких психолого-педагогічних умов відносимо:

1. Навчально-методичне забезпечення процесу професійної підготовки майбутніх маркетологів: організація інноваційної діяльності через насиченість змісту спеціальних дисциплін ціннісно-смысловими, проблемно-проектними завданнями відповідно до особливостей майбутньої професійної діяльності; широке застосування методів активізації пізнавальної діяльності студентів (ігрові методи, методи проблемного навчання, евристичні прийоми, дивергентні завдання, тренінгові технології, ситуації вільного вибору тощо); впровадження у навчальний процес спецкурсів з розвитку креативного

потенціалу майбутніх фахівців та розробку відповідних навчально-методичних посібників [2; 4; 10].

2. Створення комунікативного середовища в процесі професійної підготовки фахівців: зміна ролі викладача у системі взаємовідносин «викладач-студент»; створення атмосфери партнерства у спілкуванні викладачів і студентів; організація діалогічного навчання [8; 11].

3. Використання особистісно-орієнтованого підходу: організація професійної підготовки з врахуванням вікових психологічних особливостей та соціально-психологічних типів студентів; використання індивідуальних освітніх планів з адаптацією до особливостей особистісного розвитку студента [10; 11].

4. Організація психологічної підтримки розвитку креативності студентів: створення сприятливого морально-психологічного клімату; спеціальна робота зі зниження тривожності, підвищення впевненості, емоційної експресивності; створення атмосфери психологічної безпеки, комфорту, невимушеності та свободи за рахунок творчих почи-нань; зняття страху критики виказаних нестандартних думок; трансформація когнітивного змісту в емоційне, безоцінкове прийняття і підтримка емоційних реакцій і станів студентів [2; 3; 4; 11].

5. Підготовка викладача до впровадження програми розвитку креативності професійного мислення майбутніх фахівців-маркетологів: організація психолого-педагогічного семінару з проблем розвитку креативності професійного мислення майбутніх фахівців з маркетингу; індивідуальне консультування викладачів професійно-орієнтованих дисциплін щодо розробки навчально-методичного забезпечення організації інноваційної навчальної діяльності, тощо [7].

Висновки. На підставі аналізу наукових джерел ми дійшли висновку, що розвиток креативності особистості студента успішно відбувається в креативному середовищі, яке створюється за допомогою певних психолого-педагогічних умов. Вивчення досвіду вітчизняних та зарубіжних дослідників дало можливість визначити необхідні і достатні умови: навчально-методичне забезпечення професійної підготовки майбутніх фахівців; створення спеціального комунікативного середовища; впровадження особистісно-орієнтованого навчання; організація психологічної підтримки розвитку креативності студентів-маркетологів; підготовка викладача до впровадження програми розвитку креативності професійного мислення майбутніх маркетологів. Розглянуті психолого-педагогічні умови розвитку креативності стають підставою для розробки комплексної програми розвитку креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів.

Література

1. Барышева Т. А. «Креативность. Опыт самопознания» – технология рефлексивной самоорганизации (*self-examination – development*) студентов в информационной образовательной среде / Т.А. Барышева // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, 2013. – № 158. – С. 26-36.
2. Голубева М. В. Психологические условия и сопровождение развития эмоциональной креативности студентов педагогических специальностей: автореф. дис. на соискание степени канд. психол. наук : 19.00.07 «Педагогическая психология» / Маргарита Витальевна Голубева. – Нижний Новгород, 2013. – 26 с.
3. Лобода О. В. Психолого-педагогічні умови розвитку творчого потенціалу особистості майбутнього практичного психолога : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Олена Вікторівна Лобода. – Київ, 2011. – 21 с.
4. Макаренко Н. М. Психологічні чинники розвитку креативного мислення майбутніх практичних психологів: автореф. дис... канд. психол. наук : спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Наталя Миколаївна Макаренко. – Київ, 2008. – 20 с.
5. Малій Н. Ю. Психолого-педагогічні особливості розвитку креативної складової професійного мислення у майбутніх педагогів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Наталя Юріївна Малій. – Хмельницький, 2011. – 20 с.

6. Попель А. А. Психологические условия развития социальной креативности студентов в процессе профессиональной подготовки: дис. ... кандидата психол. наук : 19.00.07 / Александр Александрович Попель. – Нижний Новгород, 2005. – 217 с.
7. Ротова Н.В. Формування компетентності креативного мислення під час вивчення російської мови студентами-іноземцями / Н. В. Ротова // Проблеми інженерно-педагогічної освіти. – 2013. - № 38-39. – С. 378-383.
8. Сорокина О. В. Развитие креативности как профессионально-значимого качества личности у студентов-психологов / О. В. Сорокина // Вестник Московского государственного областного университета. – Серия «Психологические науки», 2010. – №4. – С. 115-120.
9. Тараканов А. В. Развитие креативности студентов при помощи активных методов обучения в вузе / А. В. Тараканов // Сибирский педагогический журнал, 2012. – №8. – С. 65-68.
10. Тарасова О. П. Развитие креативного потенциала будущего дизайнера: автореф. дис. на соискание степени канд. пед. наук : спец. 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» / Оксана Петровна Тарасова. – Оренбург, 2010. – 19 с.
11. Шевченко Н. Ф. Практикум з розвитку духовного потенціалу молоді / Н. Ф. Шевченко, З. М. Шевчук / Практична психологія і соціальна робота. Київ, № 4 (181). – 2014. – С.62-71.

У статті висвітлено погляди зарубіжних та вітчизняних дослідників щодо психолого-педагогічних умов розвитку креативності студентів різних спеціальностей. Визначено, що розвиток креативності особистості студента-маркетолога успішно відбувається в креативному середовищі, яке створюється певними психолого-педагогічними умовами: організацією навчально-методичного забезпечення професійної підготовки майбутніх фахівців, створенням відповідного комунікативного середовища, впровадженням особистісно-орієнтованого навчання, організацією психологічної підтримки розвитку креативності студентів-маркетологів, підготовкою викладача до впровадження програми розвитку креативності професійного мислення майбутніх маркетологів.

Ключові слова: психолого-педагогічні умови, креативність, професійна підготовка, креативне середовище, студенти-маркетологи

Шевченко Н. Ф., Кучинова Н. Н. Развитие креативности будущих маркетологов: психолого-педагогический аспект.

В статье освещены взгляды зарубежных и отечественных исследователей на психолого-педагогические условия развития креативности студентов разных специальностей. Определено, что развитие креативности личности студента-маркетолога успешно происходит в креативной среде, которая создается определенными психолого-педагогическими условиями: организацией учебно-методического обеспечения профессиональной подготовки будущих специалистов, созданием соответствующей коммуникативной среды, внедрением личностно-ориентированного обучения; организацией психологической поддержки развития креативности студентов-маркетологов, подготовкой преподавателя к внедрению программы креативности профессионального мышления будущих маркетологов.

Ключевые слова: психолого-педагогические условия, креативность, профессиональная подготовка, креативная среда, студенты-маркетологи.

Shevchenko N.F., Kuchynova N.N. Development of Future Marketing Creativity: Psychological and Pedagogical Aspect.

The article highlights the foreign and national researchers' views of psycho-pedagogical conditions of students' creativity development of different specialties. It has been determined that the development of the creative person of the marketing student successfully occurs in the creative environment, which creates from the certain psycho-pedagogical conditions: the organization of educational and methodological support of training of future professionals; creation the corresponding communicative environment; implementation of student-centered learning; organization of psychological support of development of marketing students' creativity; teacher training for the implementation of the development program of future marketers' professional thinking.

Keywords: psycho-pedagogical conditions, creativity, training of professionals, creative environment, marketing students