

N. Dovmantovych

FORMATION SELF EDUCATION COMPETENCE OF SPECIALISTS AS A PEDAGOGICAL PROBLEM

The article deals with the individual work of students as a form of self education expertise; discovered the benefits of self-study as a form of learning. The features of the formation of self-educational competence of experts. Defines the factors and basic principles of forming self-educational competence. The formation of self education expertise includes system management samoosvitnnoho gaining experience: the emergence of self-interest as a new resource development and competitiveness, sourcing and building their own system, the transformation of creative self-educational work necessary element of professional work and leisure specialist. Shows the main problem faced by teachers in the process of self education competence of students, namely the formation of self-motivation; conditions for mental self-students, their self; formation conscientious attitude to learning; create conditions for the realization efficiency of student academic work; familiarize students with the methods and techniques of self; exploring creative and research methods of work; create customized training programs self. Formation is characterized by the integration of self education competencies previously learned knowledge, skills and self-formation of new ones. Self education competence is based on independent attempts to gain experience and achievements in self education, develop their own personal learning system, the transition from self-copying samples to develop its own model, the inclusion of self in student life. The author notes that the formation of future professionals self education competency should be done during their studies in high school and continue throughout the period of their professional activities.

Keywords: formation of self education competence; self education; self education experience.

Рецензенти

Сисоєва С. О. – д. пед. н., проф., чл.-коресп. НАПН України,
Козак Л. В. – канд. пед. н.

Стаття надійшла до редакції 10.10.2014

УДК 378.147

У. О. Левкович

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МАРКЕТОЛОГІВ ГОТЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Окреслено компетентнісно орієнтований підхід до формування змісту освіти, визначено вимоги до педагога, які акумулює загальноосвітня підготовка молоді, обґрунтовано важливість компетентнісної освіти в процесі підготовки маркетологів до професійної діяльності у готельній сфері, аргументовано поняття «компетенція» та «компетентність», а також визначено фахові компетентності необхідні маркетологам у готельній діяльності.

Ключові слова: готельна діяльність; компетентність; компетентнісно-орієнтований підхід; компетенція; фахові компетентності.

Вступ. Освіта являє собою надзвичайно складне й багатовимірне явище людської культури. Тому вона стала об'єктом вивчення багатьох галузей знань – педагогіки, історії, соціології, психології, економіки, лінгвістики, філософії, математики, маркетингу, менеджменту, кібернетики, статистики, інтелектуальної власності, туризму та інших напрямів розвитку людства.

Компетентнісно орієнтований підхід до формування змісту освіти став новим концептуальним орієнтиром навчальних закладів й одним із чинників модернізації змісту освіти. Він доповнює низку як інноваційних, так і класичних підходів, що допомагають освітянам гармонійно поєднувати позитивний досвід у реалізації сучасних освітніх цілей, зазначають Л. Масол, Н. Миропольська, В. Рагозіна (Масол Л., 2010, с. 5). Міжнародні тенденції розвитку освіти засвідчують широкомасштабне впровадження в педагогічній практиці різних країн компе-

тентнісно орієнтованої освіти, яка сприяє здобуттю учнівською молоддю життєвоважливих (базових) компетентностей. Вважаємо, що вони забезпечують майбутніх фахівців ринку праці вмінням орієнтуватись у сучасному суспільстві, інформаційному просторі, ринку праці, сприяють подальшому здобуттю освіти.

Проблема, яка нами вивчається, відображалась у дослідженнях багатьох вітчизняних науковців, але процес формування професійної компетентності майбутніх маркетологів з готельної діяльності ще не має належного наукового дослідження. Роботи авторів стосуються наступних напрямів: О. О. Бабаян «Формування професійної компетентності майбутніх економістів засобами імітаційно-рольового моделювання» (Бабаян О., 2009), Н. В. Баловсяк «Організаційно-педагогічні умови формування інформаційної компетентності» (Баловсяк Н., 2005), М. В. Вачевський «Маркетинг

формування професійної компетенції» (Вачевський М., 2005), М. С. Головань «Критерії якості професійної підготовки майбутніх фінансистів в умовах компетентнісного підходу» (Головань М., 2011) та інші.

Метою статті є визначення фахової компетентності маркетологів з готельної діяльності. Для досягнення мети були поставлені такі **завдання**: окреслити компетентнісно орієнтований підхід до формування змісту освіти, пояснити поняття «компетенція» і «компетентність», визначити фахові компетентності необхідні маркетологам у готельній діяльності.

Особливості формування професійних компетентностей маркетологів готельної діяльності. Слід зазначити, що ринкова економіка висунула нові умови для здійснення організації процесу навчання у загальноосвітніх навчальних закладах, а також для формування високих професійних компетентностей у випускників ВНЗ (майбутніх маркетологів), що володіють професійними компетентностями з готельної діяльності. Репродуктивний метод навчання не задовільняє сьогодення. Суспільству необхідні випускники із творчим мисленням, вмінням орієнтуватись у конкурентному середовищі. Погоджуємося з М. В. Вачевським (Вачевський М., 2005) в тому, що фундамент економічної освіти та розвитку творчих здібностей закладає загальноосвітня школа, яка, окрім надання загальноосвітніх знань, покликана проводити виховання учнівської молоді, стимулювати в процесі навчання формування відповідних функцій, які підготовляють особистість до вибору професії та сприяють орієнтації у трудовій діяльності.

Загальноосвітня підготовка молоді акумулює такі вимоги до педагога: бути творчим, використовувати в початковому процесі новітні технології, відповідати за наслідки своєї педагогічної діяльності, формувати творче мислення, збагачуватись знаннями. Будь-яку діяльність можна вважати ефективною, якщо вона здатна досягти запланованого результату, беручи до уваги потреби її функціонування. Щоб проаналізувати й оцінити ефективність педагогічної системи, потрібно чітко окреслити сукупність істотних ознак, що стосуються загальноосвітніх потреб особистості та вимог суспільства.

Незважаючи на розбіжності в дефініціях, у науково-педагогічних працях, де аргументується поняття «компетентність», його сутність пов'язується з кінцевим результатом навчання, що чітко фіксується та вимірюється. У сучасних словниках, як відзначає Л. М. Масол (Масол Л., 2010, с. 7), термін «компетенція» тлумачать як добру обізнаність із чим-небудь. Бути компетентним означає оволодіти інтелектуальним і фізичним інструментарієм у певній діяльності. Компетентність визначають як загальну здатність, оснований на знаннях, цінностях, нахилах, що дає

можливість встановлювати зв'язок між знаннями й ситуацією, виявляти процедуру вирішення проблеми (знання дії).

Болонський процес, учасницею якого є Україна, передбачає компетентнісно зорієнтований підхід до змісту освіти, котрий ґрунтується на тому, що основні результати навчання мають базуватись на оволодінні студентами необхідними компетентностями. Більшість науковців, як зазначено в «Болонському процесі» (Болонський процес: Документи, 2004), вважають за необхідність визначити та відібрати необхідний набір компетентностей.

Погоджуємося з Л. О. Малик (Малик Л. О., 2013, с. 5) в тому, що розвиток науки, освіти, належне формування професійних компетентностей є частиною процесів оновлення освітніх систем. Розділяючи зміст компетентнісної освіти майбутніх маркетологів, автор пояснює компетенцію, як сукупність взаємозв'язаних якостей особистості (знань, умінь, навичок, способів діяльності), що задаються відносно певного кола предметів і процесів та є необхідними для того, аби якісно і продуктивно діяти, а компетентність автор розглядає, як володіння людиною відповідною компетентністю, що включає особистісне ставлення до неї і предмета діяльності. Отже, компетенція – це задана вимога, норма, коло повноважень, а компетентність – набута особистісна якість, що передбачає мінімальний досвід використання компетенцій (властивість, що характеризує обізнаність і кваліфікованість у певній царині). З-поміж ознак виокремлюються багатofункціональність і міждисциплінарність.

В Україні розпочато розробку компетентнісного підходу до освіти, пошук шляхів адаптації міжнародного досвіду. Однак, не можна вважати, що сенс поняття вже є сталим. У наукових джерелах подаються переліки ключових компетентностей (або їх різні комбінації), які збігаються не повністю, хоча мають певні спільні тенденції. Окремі компетентності досліджуються на рівні підготовки маркетологів туристичної діяльності, хоча компетентнісний підхід ще не став предметом ґрунтовного науково-педагогічного дослідження. Відсутня спроба концептуалізації проблеми, хоча на вимогу часу автори нових навчальних програм з предметів маркетингу змушені переорієнтуватись на конкретизацію кінцевих результатів навчання – формування компетентностей у майбутніх маркетологів з готельної діяльності. Як українські, так і зарубіжні вчені по-різному тлумачать змістове наповнення поняття «компетенція». Визначаючи поняття «компетентність» та «компетенція» зазначимо наступне:

Компетенція – це задана вимога, норма, коло повноважень, що регламентуються законами, указами, положеннями, інструкціями, правами, обов'язками в трудовій діяльності.

Компетентність – це певна здатність або потенціал, що є характеристикою, мірою того, що може роби-

ти індивід, використовуючи свою творчу ініціативу, знання, вміння та практичні навички, створюючи нові технології, нові продукти із використанням можливих об'єктів інтелектуальної власності (винаходів, промислових зразків, ноу-хау), надаючи товару або послугі конкурентоспроможності за відповідними параметрами.

Компетентності непостійні, а компетенції стійкі системи зовнішніх умов. Зв'язуючою ланкою виступає діяльність, що відповідає здійсненню посадових професійних обов'язків маркетолога в готельній діяльності. Компетентність – поняття ширше за знання, вміння та навички. Воно містить їх у собі. Окрім знань та вмінь – включає цінності, ставлення та здатність, охоплює мотиваційні, етичні, соціальні та поведінкові складники. Компетентність формується під впливом родини, роботи, друзів, політики, релігії, культури, а не тільки навчання; не обмежується певною сферою діяльності та реалізується особистістю в професійній діяльності при прийнятті нестандартних рішень.

Визначення фахової компетентності з готельної діяльності – це загальна здатність і готовність маркетологів на основі знань, умінь, здібностей, цінностей, ставлення та досвіду, які дають можливість, використовуючи етнічні традиції й досвід, вирішувати завдання з формування творчого підходу в типових і нестандартних ситуаціях у процесі готельної діяльності. Майбутні маркетологи з готельної діяльності повинні володіти відповідними знаннями та навичками з питань культури, толерантності, морально-ділових відносин у різноманітних її проявах. Тому процес формування у майбутніх маркетологів професійних компетентностей з готельної діяльності неможливо здійснити на основі однієї чи декількох на-

вчальних дисциплін. Звідси виникає потреба у залученні комплексу навчальних дисциплін з циклу гуманітарної, професійно-орієнтованої, природничо-наукової, загально-економічної та інтелектуальної підготовки. Серед них можна виділити такі, як основи психології та педагогіки, іноземні мови для професійного спілкування, етика й естетика, філософія, культурологія, соціологія, організація праці маркетолога, управління колективом, міжнародні економічні відносини, глобальна економіка та інші.

Висновки. Слід зазначити, що сучасні підходи до організації вищої освіти, яка надавала б майбутнім фахівцям ринку праці високі професійні компетентності або високу якість освіти, набувають прагматичності. Багато студентів прагнуть не лише здобути академічні знання, але й засвоїти програми, що дають змогу швидко адаптуватися до вимог ринку праці, бути конкурентоспроможними в економіці, почуватися впевнено у суспільстві. Це потребує формування вимог до самих результатів, які раніше проявлялись через такі поняття, як знання, уміння, навички. Нині цей перелік вважається недостатнім, обмеженим, його доповнюють набором компетентностей, які фактично характеризують різноманітну, значно ширшу реалізаційну здатність особистості. Для повноцінності результатів освіти важливо не тільки знати (пізнання), що і як робити, але й хотіти робити (ставлення), знаходити нестандартні рішення (проекування), взаємодіяти і досягати консенсусу з іншими (діалогізування). Формування та розвиток компетентностей, які відповідали б особливостям системи освіти та ринку праці України – надзвичайно важливе та складне завдання. Розуміння його суті студентами, викладачами і роботодавцями може суттєво відрізнитися оскільки кожна з цих груп має свої цільові інтереси.

Література

1. **Бабаян О. О.** Формування професійної компетентності майбутніх економістів засобами імітаційно-рольового моделювання: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / О. О. Бабаян. – Луганськ, 2009. – 22 с.
2. **Баловсяк Н. В.** Організаційно-педагогічні умови формування інформаційної компетентності / Н. В. Баловсяк // Вісник Луганського педагогічного університету імені Тараса Шевченка: Педагогічні науки. – 2005. – №4 (квітень). – С. 21-26.
3. **Болонський процес:** Документи / Укладачі: З.І.Тимошенко, А.М.Греков, Ю.А.Гапон, Ю.І.Палеха. – Київ: Вид-во Європ. Ун-ту, 2004. – 169 с.
4. **Вачевський М. В.** Маркетинг. Формування професійної компетенції: підручник / М.В.Вачевський. – Київ: Професіонал, 2005. – 512 с.
5. **Головань М.** Критерії якості професійної підготовки майбутніх фінансистів в умовах компетентнісного підходу / М. Головань // Молодь і ринок. – 2011. – №7 (78). – С. 35-40.
6. **Малик Л. О.** Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців туристично-рекреаційної галузі. Монографія // Малик Любов Омелянівна; за наук. ред. д-ра пед. наук, проф., акад. Акад. наук вищ. освіти України Мирона Вачевського. – Дрогобич: Коло, 2013. – 478 с.
7. **Масол Л. М.** Формування базових компетентностей учнів загальноосвітньої школи у системі інтегративної мистецької освіти: метод. посіб. для вчителя / Л. М. Масол, Н. Є. Миропольська, В. В. Рагозіна [та ін.]; за наук. ред. Л. Масол. – Київ: Пед. думка, 2010. – 228 с.

References

1. **Babaian, O. O.** (2009). Formation of economists' professional competence by means of simulation and role modeling: an abstract of dissertation for the degree of Candidate of Pedagogical Sciences: the specialty 13.00.04. Luhansk, 22 p. (in Ukrainian).
2. **Balovsiak, N. V.** (2005). Organizational and pedagogical conditions of information competence's formation. *Visnyk Luhanskoho pedahohichnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka: Pedahohichni nauky.* №4 (april), P. 21-26 (in Ukrainian).
3. **The Bologna Process: documents** (2004). Ed. Z. I. Tymoshenko, A. M. Hrekov, Yu. A. Hapon, Yu. I. Palekha. Kyiv: Vyd-vo Yevrop. Un-tu, 169 p. (in Ukrainian).
4. **Vachevskyi, M. V.** (2005). Marketing. Formation of professional competence: a textbook. Kyiv: Professional, 512 p. (in Ukrainian).
5. **Holovan, M.** (2011). The quality criteria of the future financiers' professional training in terms of a competency based approach. *Molod i rynek,* №7 (78), P. 35-40 (in Ukrainian).
6. **Malyk, L. O.** (2013). Theoretical and methodological foundations of the future specialists' of tourism and recreation industry professional training. Ed. Myron Vachevskij. Droghobych: Kolo, 478 p. (in Ukrainian).
7. **Masol, L. M., Myropoljsjka, N. Je., Raghozina V. V.** (2010). Secondary schools students' basic competencies formation in the system of an integrative art education: methodological manual for a teacher. Ed. L. Masol. Kyjiv: Ped. dumka, 228 p. (in Ukrainian).

У. О. Левкович

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ МАРКЕТОЛОГОВ ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Описывается компетентно ориентированный подход и научные требования к формированию содержания образования, определены требования к педагогу, которые аккумулируют общеобразовательную подготовку молодёжи, обоснована важность компетентностного подхода в образовании для подготовки маркетологов к профессиональной деятельности в гостиничной сфере, аргументировано понятие «компетенция» и «компетентность», а также определена необходимость профессиональной компетентности маркетолога в гостиничной деятельности.

Ключевые слова: гостиничная деятельность; компетентность; компетентностно ориентированный подход; компетенция; профессиональные компетентности.

U. Levkovych

FORMATION OF MARKETERS' PROFESSIONAL COMPETENCE IN HOTEL ACTIVITY

This paper outlines a competence-oriented approach to the formation of the educational content, defines the requirements for a teacher, which accumulate a comprehensive training of young people. The importance of competency-based education in preparing marketers for professional activity in the hotel sphere has been proved. The arguments to the concept «the competence» and «the competency» have been given. The professional competencies that marketers need to obtain to take part in hotel activities have been indicated. It has been noted that modern approaches to the organization of higher education, which would provide future specialists of the labor market with high professional competencies, become pragmatic. The attention has been drawn to the fact that for the usefulness of educational outcomes not only the knowledge are important (the cognition) – that is to know what and how to do – but also the willingness to do the action (the attitude), find innovative solutions (planning), to interact and find consensus with others.

This study is just an attempt to highlight the importance of the given issue. A competency-based approach to the formation of the educational content has become a new conceptual reference point of educational institutions and is among the factors of modernization of the content of education. Our research aims at starting and putting the basis for the model of the marketer's professional competence formation. It is especially appropriate in fundamental researches, aimed at revealing general regularities and peculiarities of the phenomena studied.

Keywords: competence; competence-oriented approach; competencies; hotel activity; professional competencies.

Рецензенти

Вачевський М. В. – д. пед. н., проф.,
Вовк Ю. Я. – канд. екон. н., доц.

Стаття надійшла до редакції 09.10.2014