

5. Ужченко В.Д., Авксентьев Л.Г. Українська фразеологія / В.Д.Ужченко, Л.Г.Авксентьев. – Х. : Основа, 1990. – 167 с.

6. Устенко Л.Ф. Особливості функціонування фразеологічних одиниць у різних стилях української мови / Л.Ф.Устенко // Наукові записки НДУ ім. М.В.Гоголя. - Серія. Філологічні науки, 2011.- С.40, 41-44.

УДК 378:371.11:339.138

І. І. КУШНІР
Мукачівський державний університет

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ КЕРІВНИКІВ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ДО МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Зміни соціально-економічних умов, що відбулися у суспільстві, призвели до прогресивних перетворень у системі професійної освіти. Однією з особливостей сучасного етапу розвитку освіти є підготовка майбутніх керівників навчальних закладів до маркетингової компетентності. В умовах розширення функцій освітніх систем, орієнтації освіти на гуманізацію і професійно-особистісний розвиток суб'єктів педагогічних систем, найбільш затребуваними в освітньому закладі є не просто висококваліфіковані керівники, а фахівці, здатні досліджувати навчально-виховний процес, планувати стратегії і тактики розвитку освітнього закладу та шляхи особистісно-професійного розвитку дітей, ухвалювати самостійні рішення, здійснювати корегувальну і контрольну-оцінюючу діяльність. В умовах інноваційного розвитку освіти проблема формування готовності майбутніх керівників навчальних закладів до маркетингової компетентності стає особливо актуальною, адже це у свою чергу дозволить забезпечити підвищення якості освіти, організувати такий процес навчання і виховання, при якому досягається найбільша його ефективність.

Готовність майбутніх керівників навчальних закладів до маркетингової компетентності це інтегративне утворення особистості, яке передбачає теоретичну обізнаність, володіння вміннями та навичками щодо діяльності з вивчення, формування складних управлінських умінь: умінь ставити цілі, конкретизувати їх у вигляді завдань, проектувати і планувати роботу навчального закладу, організовувати педагогічний процес, діагностувати, аналізувати, здійснювати моніторинг навчально-виховного процесу і ухвалювати управлінські рішення на основі даних моніторингу. Сучасний керівник освітнього закладу повинен мати такі якості особистості як готовність до безперервного розвитку, креативність, здібність до взаємодії, мобільність, аналітичність мислення, прогностичні здібності тощо. Готовність майбутніх керівників навчальних закладів спрямована, насамперед, на оновлення, поповнення і поглиблення наявних знань, фіксує необхідні спеціалізовані знання, умінь, якості, обов'язки, розкриває взаємозв'язки, співвідносячи посадові обов'язки з конкретними знаннями, вміннями.

У структурі готовності майбутніх керівників навчальних закладів до маркетингової компетентності як сукупності мотивів, знань, умінь, навичок та

особистісних якостей, що забезпечують ефективність маркетингу в сфері освітніх послуг виокремлюють:

- мотиваційну складову – сукупність мотивів, адекватних цілям і завданням маркетингу освітніх послуг (бажання забезпечити конкурентоздатність свого навчального закладу на ринку освітніх послуг, прагнення підвищити престиж та якість освіти, бажання реалізувати інноваційні форми й методи навчання та розвитку особистості);

- когнітивну складову – сукупність знань, необхідних для здійснення маркетингової діяльності в освітній галузі (знання змісту та специфічних особливостей діяльності в сфері маркетингу освітніх послуг, умов і шляхів формування власного позитивного іміджу освітньої організації);

- операційну складову – сукупність умінь і навичок практичної діяльності в сфері маркетингу освітніх послуг (володіння методами вивчення потреб і очікувань цільових груп споживачів освітніх послуг, здійснення ефективних маркетингових комунікацій, визначення шляхів і наслідків просування маркетингових послуг в освітній галузі);

- особистісну складову – сукупність особистісних якостей майбутніх керівників начальних закладів, значущих для маркетингової діяльності (конкурентоздатність, комунікативність, прогностичність тощо).

Таким чином, специфіка формування готовності майбутніх керівників навчальних закладів до маркетингової компетентності полягає в тому, що вона здійснюється відповідно до особливостей управлінської діяльності. В її основі повинна лежати складна система їх професійних і особистісних установок. При цьому важливо націлити всю роботу на корегування або вдосконалення професійно значущих переконань і ціннісних орієнтацій майбутніх керівників начальних закладів.

Література

1. Педагогіка вищої школи : курс лекцій для магістрів / І.П.Аносов, Т.Ф.Бельчева, М.В.Елькін, М.І.Приходько та ін. – Мелітополь : ТОВ «Видавничий будинок ММД», 2009. – 316 с.

2. Мельник В.К. Теоретичні засади формування фахової компетентності керівника загальноосвітнього навчального закладу в системі післядипломної педагогічної освіти / В.К. Мельник // Післядипломна освіта в Україні. – 2007. – №1. – С.85-88.

3. Сорока О.В. Модель функціональної компетентності керівника сучасного навчально-виховного закладу / О.В.Сорока // Вісник Черкаського університету. – Черкаси, 2009. – Вип.147. – С.150-156. – (Серія «Педагогічні науки»).

УДК 372.41:373.31.382:792.2

М.В.ЛАВРЕНОВА, А.С.ПЕКАР
Мукачівський державний університет

ГРА-ДРАМАТИЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ НАВЧАННЯ ДІТЕЙ ВИРАЗНО ЧИТАТИ

На сучасному етапі розвитку шкільної освіти вчитель дістав можливість орієнтуватися на творчий підхід до організації процесу навчання: вибирати програму і підручники із декількох альтернативних варіантів, оцінювати їх з позицій теорії методики викладання свого предмету. У цих умовах



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>