



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МУКАЧІВСЬКА МІСЬКА РАДА
ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМ. Б.ХМЕЛЬНИЦЬКОГО
ЗАКАРПАТСЬКИЙ УГОРСЬКИЙ ІНСТИТУТ ІМ. ФЕРЕНЦА РАКОЦІ ІІ**

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НАУКИ Й ОСВІТИ
В УМОВАХ ПОГЛИБЛЕННЯ
ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

**Збірник тез доповідей за матеріалами
VI Всеукраїнської науково-практичної конференції**



**Мукачево
13-14 травня 2021 року**



*Рекомендовано до поширення через мережу Інтернет
науково-технічною радою Мукачівського державного університету
(протокол № 4 від «12» травня 2021 р.)*

С 91

Сучасні тенденції розвитку науки й освіти в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів : збірник тез доповідей за матеріалами VI Всеукраїнської науково-практичної конференції, 13-14 травня 2021 р., Мукачево / Ред.кол. : Т.Д.Щербан (гол.ред.) та ін. – Мукачево : Вид-во МДУ, 2021. – 572 с.

У збірнику представлено тези доповідей за матеріалами VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку науки й освіти в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів». Учасниками конференції розглянуто проблеми та перспективи розвитку педагогічної освіти, психолого-педагогічні аспекти індивідуальної траєкторії професійного становлення особистості, сучасні орієнтири розвитку економіки, управління та інженерії, актуальні проблеми розвитку сфери обслуговування, туризму та збереження історико-культурної спадщини, тенденції розвитку сучасного суспільно-політичного та культурно-мистецького простору.

Видання розраховане на науковців, педагогів, викладачів, аспірантів та студентів, які займаються науково-дослідною роботою.

Редакційна колегія:

Щербан Т.Д. – д-р психол. наук, професор (голова);

Гоблик В.В. – д-р екон. наук, професор;

Кобаль В.І. – канд. пед. наук, доцент;

Пігош В.А. – канд. екон. наук, доцент;

Максютова О.В. – провідний фахівець ВНТД.

Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікації.

АТРОЩЕНКО Т.О., БОРА З.М. Духовно-моральна культура майбутніх вихователів закладів дошкільної освіти: до сутності поняття.....	285
АТРОЩЕНКО Т.О., БУРИШИН О.І. Культура командної роботи менеджера дошкільної освіти: соціально-педагогічні проєкції.....	287
АТРОЩЕНКО Т.О., ДИНИС І.М. теоретичні аспекти проблеми розвитку лідерських якостей майбутнього вихователя ЗДО.....	289
БАРЧІ Б. В., КУПЕЦЬ І. Ю. Психологічні особливості запам'ятовування.....	290
БАРЧІ Б. В., МАХЛИНЕЦЬ С. І. До проблеми психологічних особливостей особистості.....	292
БАРЧІ Б. В., РОЗМАН А. М. Характеристика учбово-професійної діяльності старшокласника.....	295
БАРЧІЙ М.С., МУЧИЧКА К.В. Конфліктологічна компетентність майбутнього педагога.....	296
БАРЧІЙ М.С., ФАНТА Н.М. Психологічні особливості конфліктної поведінки підлітків.....	298
BEDEVELSKA M.V. Features of training of future primary school foreign language teachers to use learning situations.....	301
БОПКО І.З. Формування індивідуального стилю педагогічного спілкування майбутніх учителів іноземної мови.....	302
БРЕЦКО І. І., ВАРГА В. С., РИЖИКОВ А. В. Причини виникнення інформаційного стресу.....	304
БРЕЦКО І. І., ВАРГА В. С., ФАЛЬЧ А. Я. Особливості мотиваційної сфери старшокласників.....	306
ВОРОНОВА О.Ю., ЯМЧУК Т.Ю. Самовдосконалення майбутнього вихователя як передумова готовності до професійної діяльності.....	308
ВОРОНОВА О.Ю., ФУЛЕЙ А.Ю. Щодо проблеми етнічної свідомості у психології.....	310
ВОРОНОВА О.Ю., ПУШКАРОВИЧ О. О. Деякі особливості емоційного вигорання старшокласників.....	312
HARAPKO V. The importance of english language competence in an academic environment for PhD-students.....	314
ДІДИК Я., В., БАРЧІЙ М.С. Умови формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців.....	316
ДЯДЧЕНКО О. В. Формування індивідуального стилю педагогічного спілкування майбутніх учителів іноземної мови.....	318
ЗІНЧЕНКО В.О. Realization of the varieties of non-verbal communication in modern english.....	320
КАЗІСТА Н. Use of educational internet resources in the process of formation of phonetic competence of future english teachers.....	322
КОЛОДНЯНСЬКА Д. The role of speaking activities in developing communicative competence.....	324
KONCHOVYCH K.T. Features of studying foreign languages in eu schools.....	326
КРАВЧЕНКО Т. Компетентнісний підхід у підготовці фахівців з маркетингу у праці британських науковців.....	327
КСЕНОФОНТОВ С.С. Особистісне мотиваційно-усвідомлене сприйняття інтелігентності майбутніми фахівцями як педагогічна складова якісної освіти...	330
КУРИЛО О.Й., ГОЛЯНИЧ А.І. До проблеми формування естетичної культури майбутніх учителів початкових класів у процесі фахової підготовки.....	332
КУРИЛО О.Й., ЛЕНДЕЛ Н.В. Інноваційна компетентність майбутніх учителів початкових класів: сутність поняття.....	334

conducting on-line interaction, webinars, via e-mail, Skype, etc. [3, p. 72].

Analyzing theoretically and implementing in practice different approaches, technologies, methods, the teacher must realize that all of them are not simple "algorithms", and their rational and motivated use requires a creative approach and they have, first of all:

- create an atmosphere in which the student feels free and comfortable, stimulate his interests, develop a desire to use a foreign language in practice;
- encourage the student as a whole, affecting his emotions, feelings, etc .;
- stimulate his language, cognitive and creative abilities;
- activate the student, making him the main actor in the learning process, actively interacting with other participants in this process;
- create situations in which the teacher is not a central figure, ie, the student must realize that learning a foreign language is related to his personality and interests, and not to the techniques and teaching aids used by the teacher;
- teach the student to work on the language independently at the level of his physical, intellectual and emotional capabilities - while ensuring the differentiation and individualization of the educational process;
- provide different works in the audience: individual, group, collective, to some extent, stimulating the activity of students, their independence, creativity [2, p. 142].

Література

1. Ammi C. Innovative Technology and Globalization / Chantal Ammi, Cambridge Scholars Publishing, 2017. – 314 p.
2. Blommaert, J. Discourse: A critical introduction / J.Blommaert. – Cambridge University Press, 2005. – 253 p.
3. European Profile for Language teacher education. – A frame of reference. *Final Report*. 2014. 124 p.

УДК 378; 371.134

КРАВЧЕНКО Т.,
Мукачівський державний університет

КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ У ПРАЦІ БРИТАНСЬКИХ НАУКОВЦІВ

Сучасне суспільство в Україні і світі знаходиться в стані активних змін, які є характерними для всіх сфер життя. Соціальна та економічна глобалізація, інтенсифікація технологій часто випереджає осмислення нових можливостей, економічні та політичні кризи дають підстави стверджувати про стадію розвитку суспільства, на якій зміни є звичним фоном повсякденності і вимагають негайного, випереджаючого реагування на суспільні і духовні трансформації.

Науковці, дослідники наголошують на необхідності, але недостатності традиційних знань, умінь і навичок для досягнення успішності і затребуваності особистості в сучасному суспільстві. Необхідним є комплекс якостей, що включає в себе окрім професійних знань, умінь і навичок досвід практичної діяльності, адекватну соціальну поведінку, здатність і готовність до самоосвіти тощо.

Особливо актуальною така проблема є для сфери професійної підготовки. Насамперед зазначимо, що у підготовці фахівців у Великобританії компетентнісний підхід є визначальним. Аналіз наукових джерел [7; 8] засвідчує, що фахівців з маркетингу повинні володіти управлінськими та лідерськими компетенціями поряд з професійними знаннями та навичками, щоб бути ефективним та конкурентоспроможним на ринку праці.

А. Пейн, М. Крістофер, М.Кларк, Х.Пек видали наукову працю «Маркетинг відносин для отримання конкурентних переваг завоювання і утримання клієнтів» (1999), у якій практично сформулювали основні позиції щодо компетенцій успішного і конкурентоспроможного на європейському і міжнародному ринку маркетингових послуг маркетолога та яка надає широке, багатогранне уявлення про маркетинг відносин, який швидко розвивається сьогодні.

Зосередимо увагу на тих компетенціях, які автори (А. Пейн, Х. Пек, М. Крістофер, М. Кларк) виокремлюють як визначальні для майбутнього фахівця з маркетингу.

Автори виокремили компетенції, які і визначають, на їх думку, конкурентоспроможність фахівця з маркетингу. Такими вони визначили *діагностичні, аналітичні та прогностичні компетенції, компетенцію соціальної комунікації, компетенції моделювання, проектування, прогнозування, комунікативну і перцептивну компетентність.*

Акцент зроблено на *діагностичних компетенціях*, які для маркетолога дають можливість розробляти успішні маркетингові стратегії взаємовідносин, здійснювати висвітлення потенційних слабких місць на одному або декількох ринках доменів та бар'єрів, які можуть виникнути в результаті таких нехтувань. [8, с. 409].

В науковій праці підкреслюється, що для маркетолога вкрай важливими є аналітичні компетенції, тобто він повинен уміти аналізувати динаміку продажів і управляти прогнозом продажів, управляти рекламним бюджетом і розраховувати ефективність вкладень, порівнювати кілька варіантів рішень і вибрати кращий варіант, встановлювати пріоритети для проектів, завжди шукати причинно-наслідковий зв'язок в поведінці клієнтів [8, с. 408].

Для забезпечення функціональної діяльності в рамках «Домену ринку постачальників та альянсів», які автор виокремлює як стратегічний аутсорсинг, розвиток мережі постачальників, управління ланцюгами поставок, створення взаємовідносин «виграш-виграш» у ланцюгу поставок та створення успішних союзів, визначається компетентність *соціальної комунікації, суть якої полягає у створенні високоінтенсивних відносин між постачальником та споживачем.* [8, с. 411].

Для маркетолога важливою є компетенція моделювання, проектування, прогнозування. Наприклад, для створення брендингу А. Пейн пропонує такий алгоритм: «Обслуговування клієнтів тут визначається як сукупність усіх контактів між постачальником та замовником, які разом поєднуються для підвищення цінності «пропозиції» для цього клієнта. Іншими словами, обслуговування

споживачів є результатом спільного впливу всіх точок контакту між фірмою та її клієнтами.» [8, с. 410]. Окрім цього він наголошує, що «концепція активного та індивідуального обслуговування є настільки ж актуальною як для ринків бізнесу, так і для споживчих ринків; таким чином, компанії прагнуть використовувати різні канали та пакети послуг для задоволення потреб споживачів із дуже різними потребами» [8, с. 412].

Водночас, надзвичайно цінними для фахівця з маркетингу є *прогностичні компетенції*, здатність вибудовувати стратегію. «Стратегія – це мистецтво створення цінності. Вона формує інтелектуальні рамки, концептуальні моделі та керівні ідеї, що дозволяють маркетологам компанії виявляти можливості підвищення цінності продукту чи послуги для споживачів та отримання цієї вартості з прибутком.» [8].

Створення та впровадження маркетингу відносин, тобто підготовка маркетолога до комунікативної і перцептивної компетентності. А.Пейн визначає, що такі компетентності необхідні маркетологу при проактивному / персоналізованому обслуговуванні, визначенні цінності поданої пропозиції постачальником, визначенні відповідних сегментів споживчої цінності, управління та підтримки доставленого задоволення. [8, с. 410].

Отже, компетентнісний підхід має значний потенціал і є платформою, що дозволяє об'єднати і комплексно реалізувати різні напрацювання в сфері активного, розвиваючого, діяльнісного навчання. Такі компетентності як діагностична, аналітична, соціальна комунікація, компетенція моделювання і проектування, комунікативна і перцептивна є важливими для фахівців з маркетингу.

Література

1. Байбардина Т.Н., Гришкова Н.С., Мищенко Л.В., Процко Т.Л. Формирование инновационного потенциала специалистов по маркетингу в условиях интеграции Европейского образовательного пространства. Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2016. № 1 (57). С. 197-206. URL: <http://lib.i-bteu.by/bitstream/handle/22092014/2844> (дата звернення: 30.03.2021)
2. Загашвили Э. С. Международный маркетинг английских компаний и внешнеэкономическая политика правительства Великобритании. URL: <http://economy-lib.com/mezhdunarodnyy-marketing-angliyskih-kompaniy-i-vneshneekonomicheskaya-politika-pravitelstva-velikobritanii#ixzz6pj6KmSU5> (дата звернення: 01.04.2021)
3. Сергеева О. В. Особенности профессиональной освіти у Великій Британії / О. В. Сергеева. // Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. - 2010. - Вип. 5. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps_2010_5_15. (дата звернення: 15.03.2021)
4. Толстяков Р. Р. Концепция опережающего маркетинга в системе социально-экономических отношений профессионального образования в экономике знаний. Социально-экономические явления и процессы. 2009. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-operezhayuschego-marketinga-v-sisteme-sotsialno-ekonomicheskikh-otnosheniy-professionalnogo-obrazovaniya-v-ekonomike> (дата звернення: 15.03.2021)
5. Kemp G. A., Eagle L., Verne J. Massmedia barriers to social marketing interventions: the example of sun protection in the UK // Health promotion international. 2010. Т. 26. №. 1. С. 37-45. URL: <https://academic.oup.com/heapro/article/26/1/37/677802> (дата звернення: 15.03.2021)
6. Liu G., Eng T. Y., Takeda S. An investigation of marketing capabilities and social enterprise performance in the UK and Japan. Entrepreneurship Theory and Practice. 2015. Т. 39. №. 2. С. 267-298.

URL:[http://perpustakaan.unitomo.ac.id/repository/An%20Investigation%20of%20Marketing%20Capabilities%20and%20Social%20Enterprise%20Performance%20in%20the%20UK%20and%20Japan%20\(pages%20267%E2%80%93298\).pdf](http://perpustakaan.unitomo.ac.id/repository/An%20Investigation%20of%20Marketing%20Capabilities%20and%20Social%20Enterprise%20Performance%20in%20the%20UK%20and%20Japan%20(pages%20267%E2%80%93298).pdf) (дата звернення: 15.02.2021)

7. Normann, R. Ramirez, R., From value chain to value constellation: Designin ginteractive strategy. Harvard Business Review, July–August, 1993, pp. 65–77

8. Relationship Marketing for Competitive Advantage: Winning and Keeping Customers by Adrian Payne (Author, Editor), Christopher Martin (Author), Moira Clark (Author), Helen Peck (Author), Chartered Institute of Marketing (Corporate Author). Published in association with The Chartered Institute of Marketing, 1999. 510 с. URL: https://www.academia.edu/32677694/Relationship_Marketing_for_Competitive_Advantage (дата звернення: 15.02.2021)

УДК 378:005.6:316.663-057.85(043.2)

КСЕНОФОНТОВ С.С.,
Мукачівський державний університет

ОСОБИСТІСНЕ МОТИВАЦІЙНО-УСВІДОМЛЕНЕ СПРИЙНЯТТЯ ІНТЕЛІГЕНТНОСТІ МАЙБУТНІМИ ФАХІВЦЯМИ ЯК ПЕДАГОГІЧНА СКЛАДОВА ЯКІСНОЇ ОСВІТИ

Актуальність звернення до проблем професійної освіти молоді в цілому і формування компетенції інтелігентної відповідальної поведінки майбутніх фахівців зокрема, обумовлена безліччю причин. Як у окремих представників педагогічної професії, так і в сучасному суспільстві в цілому спостерігається дефіцит культури, духовності, інтелігентності, а постійно зростаючий інтерес до проблематики відповідально-інтелігентної поведінки в освіті можна пояснити суспільною затребуваністю у формуванні соціально-духовної, освіченої та творчої, культурно-розвиненої особистості.

Метою роботи є дослідження можливостей супровідно-відновлювальних педагогічних технологій для формування відповідально-інтелігентної поведінки молодих людей, майбутніх фахівців освітньої сфери, в ході отримання ними гуманітарної університетської освіти. Проблема формування компетенції не тільки відповідальної, а також інтелігентної поведінки вихователя розглядається в контексті вдосконалення компетентнісного підходу в професійній освіті. Аналізуються принципи і зміст процесу формування відповідально-інтелігентної поведінки у молоді в ході навчання на педагогічному факультеті вузу. Розглядаються можливості застосування педагогічних супровідно-відновлювальних технологій для придбання компетенцій відповідального інтелігентного поводження, як одного з істотних передумов становлення якостей інтелігента у майбутнього педагога в рамках університетського освітнього простору [1]. На нашу думку, становлення якостей інтелігента у майбутнього педагога - це виключно особистісно затребуваний процес формування соціально значущих гуманістичних переконань, ідеалів, установок і високоморальних принципів в цілісну якість людини, тобто - інтелігентність. Не пряме нав'язливе «впливання» на особистість шляхом будь-яких «виховних», «ламаючих» індивідуальність



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/>