

**SCI-CONF.COM.UA**

**INNOVATIVE DEVELOPMENT  
OF SCIENCE, TECHNOLOGY  
AND EDUCATION**



**PROCEEDINGS OF IX INTERNATIONAL  
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE  
JUNE 6-8, 2024**

**VANCOUVER  
2024**

# **INNOVATIVE DEVELOPMENT OF SCIENCE, TECHNOLOGY AND EDUCATION**

Proceedings of IX International Scientific and Practical Conference

Vancouver, Canada

6-8 June 2024

**Vancouver, Canada**

**2024**

**UDC 001.1**

The 9<sup>th</sup> International scientific and practical conference “Innovative development of science, technology and education” (June 6-8, 2024) Perfect Publishing, Vancouver, Canada. 2024. 665 p.

**ISBN 978-1-4879-3792-8**

The recommended citation for this publication is:

*Ivanov I. Analysis of the phaunistic composition of Ukraine // Innovative development of science, technology and education. Proceedings of the 9th International scientific and practical conference. Perfect Publishing. Vancouver, Canada. 2024. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/ix-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-innovative-development-of-science-technology-and-education-6-8-06-2024-vankuver-kanada-arhiv/>.*

**Editor**

**Komarytskyy M.L.**

*Ph.D. in Economics, Associate Professor*

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

**e-mail:** [vancouver@sci-conf.com.ua](mailto:vancouver@sci-conf.com.ua)

**homepage:** <https://sci-conf.com.ua/>

©2024 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” ®

©2024 Perfect Publishing ®

©2024 Authors of the articles

## PEDAGOGICAL SCIENCES

- |     |   |     |
|-----|---|-----|
| 50. | <i>Єфремова А. Г.</i><br>ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕСІЙНО ВАЖЛИВИХ ЯКОСТЕЙ ФАХІВЦІВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ                                   | 278 |
| 51. | <i>Кабанець М. М., Каралкіна Г. В.</i><br>ПРИНЦИПИ УНІВЕРСАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ НАВЧАННЯ  | 282 |
| 52. | <i>Каплун Д. М.</i><br>ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ ДО СТВОРЕННЯ ЗДОРОВ'ЯЗБЕРІГАЮЧОГО НАВЧАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ    | 286 |
| 53. | <i>Кузнєцова О. Я., Рихтер М. О.</i><br>СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ПЕДАГОГІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ – ВТІЛЕННЯ ІДЕЙ ВИДАТНИХ ПЕДАГОГІВ МИНУЛОГО                  | 290 |
| 54. | <i>Лещенко О. Г., Бабенко Т. П.</i><br>СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА ПРОФІЛАКТИКА ЮНОГО МАТЕРИНСТВА СЕРЕД МОЛОДІ В ЗАКЛАДАХ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ | 297 |
| 55. | <i>Лещенко О. Г., Тимчишин І. В.</i><br>СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА ПРОФІЛАКТИКА КІБЕРСУЇЦИДУ СЕРЕД ПІДЛІТКІВ   | 307 |
| 56. | <i>Навольський С. Н.</i><br>ВИЗНАЧЕННЯ ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАРКЕТОЛОГІВ В ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ               | 317 |
| 57. | <i>Пінаєва О. Ю., Осипчук С. В.</i><br>ВОЛОНТЕРСТВО ТА МЕЦЕНАЦТВО: ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГРОМАДИ ПОДІЛЛЯ                                   | 321 |
| 58. | <i>Сердюк О. Ю.</i><br>ФОРМУВАННЯ АРТИСТИЗМУ ЯК ВАЖЛИВОГО КОМПОНЕНТУ УСПІШНОГО ВИСТУПУ МУЗИКАНТА-ВИКОНАВЦЯ                                      | 328 |
| 59. | <i>Стародубцев Р. А., Величко Р. О., Журавель О. А.</i><br>РОЛЬ СПЕЦІАЛЬНОЇ ФІЗИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ   | 335 |
| 60. | <i>Цапенко Л. Ю., Лебедева О. В., Гвоздь О. В.</i><br>ЗНАЧИМІСТЬ ІНТЕРАКТИВНИХ МЕТОДІВ ТА ВПРАВ У НАВЧАННІ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ                  | 338 |
| 61. | <i>Шаменко М. Л.</i><br>ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ               | 342 |

УДК 378

**ВИЗНАЧЕННЯ ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ ФОРМУВАННЯ  
ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАРКЕТОЛОГІВ В ПРОЦЕСІ  
ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ**

**Навольський Святослав Назарович**

аспірант

Тернопільський національний

педагогічний університет

імені Володимира Гнатюка

м. Тернопіль, Україна

**Анотація.** Дослідження присвячене визначенню педагогічних умов, які забезпечують ефективне формування професійного іміджу маркетологів у процесі фахової підготовки. Визначено основні фактори та компоненти освітнього процесу, що впливають на підготовку фахівців, підкреслено важливість системного підходу.

**Ключові слова:** професійний імідж, маркетологи, педагогічні умови, освітній процес, фахова підготовка.

Професійна діяльність маркетологів має свої особливості та передбачає певні умови, що створюють стан готовності до виконання їх функціональних обов'язків. Науково-педагогічний етап реформування закладів вищої освіти в сучасних умовах охоплює питання удосконалення функціонування системи навчання та підвищення ефективності навчального процесу. Одним із аспектів, який цікавить науковців, є визначення, обґрунтування та перевірка педагогічних умов, що забезпечують успішність підготовки до майбутньої діяльності.

Формування професійного іміджу є одним із важливих етапів професійної підготовки. Його ефективність залежить від низки відповідних принципів, виховної функціональної спрямованості, методів, прийомів, засобів і умов

організації навчального процесу.

Аналіз досліджень з цього питання показав, що визначенням педагогічних умов в різних аспектах педагогічної науки займались: А. Алексюк, А. Аюрзанайн, О. Бражнич, В. Козаков, П. Підкасистий. Аспекти іміджування вивчали: С. Болсун, О. Козлова, В. Тимошенко та ін.

Дослідники [1] під педагогічними умовами розуміють фактори, що впливають на процес досягнення цілей, і класифікують їх таким чином:

а) зовнішні: позитивні стосунки викладачів та студентів; об'єктивність оцінки навчального процесу, місце проведення, атмосфера тощо;

б) внутрішні: особистісні характеристики здобувачів (здоров'я, особистісні якості, досвід, здібності, навички, мотивація тощо).

О. Бражнич вважає, що педагогічні умови є сукупністю об'єктивних можливостей змісту, методів, організаційних форм і матеріальних можливостей здійснення педагогічного процесу, що забезпечує успішну реалізацію поставлених цілей [2].

Тому дослідники визначають педагогічні умови як сукупність об'єктивних можливостей, що забезпечують успішне розв'язання поставленого завдання [1] або як функціональну залежність суттєвих компонентів педагогічного явища від комплексу об'єктів (речей, їх станів, процесів, взаємодій) у різних проявах [2].

«Професійний імідж – це складний соціально-психологічний та педагогічний феномен, який передбачає створення образу конкретної професії. Він створюється і розвивається в процесі певної професійної діяльності і є фактором підвищення її ефективності» [3, с. 56].

Професійний імідж поєднує в собі фахові та моральні якості спеціаліста. Це цілеспрямовано створений образ, який відображає ступінь відповідності суспільним очікуванням і потребам.

Науковець С. Болсун стверджує, що професійний імідж має складатись із чотирьох компонентів: імідж змісту (якість знань, рівень умінь, актуальність використання, грамотність, професіоналізм тощо); імідж соціальний

(затребуваність); імідж фінансовий (реальність); імідж суб'єктний (особистісно зорієнтований) [4, с.380].

Таким чином, під педагогічними умовами формування професійного іміджу маркетологів ми будемо розуміти сукупність факторів та складових, які ефективно впливатимуть на його формування.

Тому ми вважаємо, що на формування професійного іміджу маркетологів ефективно вплинуть такі моменти:

- розробка освітніх програм, які будуть спрямовані на формування професійного іміджу;

- створення в навчальному закладі інформаційно-освітнього середовища на основі сучасних засобів та технологій навчання для ефективного формування професійного іміджу фахівців;

- розвиток підготовки та вміння майбутніх маркетологів взаємодіяти, співпрацювати та реалізовувати суб'єкт-суб'єктні відносини, які є основою комунікації викладач-студент в умовах існування сучасного закладу вищої освіти;

- формування спрямованості викладача на засвоєння майбутніми фахівцями відповідних цінностей та технологій, а також орієнтування діяльності викладачів на формування ціннісного ставлення студентів до засвоєння змістовної частини освіти, допомога у самовизначенні шляхів професійно-особистісного зростання;

- поєднання всіх складових процесу формування професійного іміджу в систему цілеспрямованого виховання майбутніх маркетологів.

Окресливши педагогічні умови формування професійного іміджу майбутніх маркетологів, ми дійшли висновку, що певні протиріччя в сучасній професійній освіті можна розв'язати лише шляхом проведення глибоких реформ відповідно до вимог часу.

Отже, кожна з визначених педагогічних умов має свої внутрішні можливості, будучи переважно націленою на формування того чи іншого компонента професійного іміджу майбутніх фахівців. У той же час, кожна

окремо умова не здатна забезпечити ефективність формування досліджуваної проблеми. Лише їх системна єдність уможливить досягнення найкращих результатів і становить комплекс педагогічних умов формування професійного іміджу майбутніх маркетологів у процесі фахової підготовки.

Практичним напрямком подальшого розвитку вищезазначених питань є експериментальна перевірка педагогічних умов формування особистості сучасного маркетолога в контексті професійної підготовки.

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Організація самостійної роботи студентів в умовах інтенсифікації навчання : навч. посіб. / А.М. Алексюк, А.А. Аюрзанайн, П.І. Підкасистий, [та ін.]. – К. : ІСДО, 1993. – 336 с.
2. Бражнич О.Г. Педагогічні умови диференційованого навчання учнів загальноосвітньої школи : дис. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.07 «Теорія і методика виховання» / О.Г. Бражнич. – Кривий Ріг, 2001. – 238 с.
3. Савченко Н. Професійний імідж учителя початкової школи як предмет психолого-педагогічних досліджень// Психолого-педагогічні проблеми сільської школи. – 2015. – Випуск 53. – С. 55-62
4. Болсун С. А. Професійний імідж керівника навчального закладу / С. А. Болсун // Менеджмент. – 2013. – № 7–9. – с. 379–381.