

ЕЛЕМЕНТИ СТРУКТУРИ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО МАРКЕТОЛОГА

У статті розглядаються складові елементи структури професійної культури майбутнього маркетолога рекреаційної індустрії, яка формується з урахуванням потреб розвитку даної галузі.

Ключові слова: рекреаційна індустрія, маркетолог, рекреаційна сфера, професійна поведінка.

Постановка проблеми. Управлінська діяльність в сфері рекреаційної індустрії визначається системою базових понять: професійна культура, управлінська культура, управлінське мислення, управлінські знання, управлінська поведінка, управлінська майстерність, управлінська компетентність, управлінська грамотність. Формування всіх цих понять дає змогу говорити про готовність випускника вищого навчального закладу до професійної діяльності в конкретній виробничій сфері [1]. Головним елементом ефективної діяльності маркетолога виступає професійна культура, яка має певні структурні елементи.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідження наукових джерел допомагає визначити складові елементи та вибудувати структуру професійної культури майбутнього маркетолога рекреаційної індустрії, яка формується під впливом особливостей самої галузі. Теоретичні основи формування професійної культури сучасних фахівців розроблені українськими вченими М.В. Вачевським, А.О. Старостиною, Н.В. Карпенко, Р.М. Адуловим, В.К. Федорченко, російськими – В.О. Квартальним, І.В. Зоріним, Т.І. Власовою та ін.

Мета статті – проаналізувати структурні елементи професійної культури майбутнього маркетолога, здатного працювати на підприємствах рекреаційної індустрії та визначити їх зміст.

Виклад основного матеріалу. Для України розвиток і ефективне функціонування рекреаційних територій є одним із пріоритетів національної економіки, важливою суспільною площиною спілкування людей [4]. Розвиток рекреаційних територій передбачає розвиток і функціонування підприємств туристичної та санаторно-курортної сфери. Крім того,

відбувається інтеграція цих галузей в результаті чого виникають нові виробничі структури, що сприяють активному розвитку рекреаційних територій.

Рекреаційна сфера сьогодні постає як галузь наукового пізнання, ця сфера відображає особливості поведінки людини поза постійним середовищем існування; як галузь діяльності – забезпечує потреби людей в лікуванні, в мандрах; як комплекс взаємодіючих впливів, які людина і галузь здійснюють на навколишнє культурологічне, економічне та екологічне середовище. Туризм, наприклад, як складова системи рекреаційної індустрії в Україні є водночас освітнім простором, в якому відбувається багатовекторний розвиток людини на основі загальнолюдських моральних та етичних принципів у межах регіональних та національних традицій в інтересах особистості, суспільства і держави [1]. Природно, що в цій галузі зосереджуються найрізноманітніші проблеми туризму, історії, філософії, соціології, екології, політології, культурології, економіки, права та інші.

Далі, розвиток рекреаційної галузі причетний сьогодні до сорока різних галузей суспільного й господарського життя в Україні. Як уже відмічалось, чільне місце серед них посідає туризм. Його розвиток спрямовується урядовими документами, зокрема Указом Президента України № 973/99 від 10 серпня 1999 р. “Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року”, Державною програмою розвитку туризму на 2002 – 2010 роки, затвердженою Постановою Кабінету Міністрів України № 583 від 29 квітня 2002 року.

Враховуючи все вищезгадане, рекреаційна галузь може і повинна створити притаманний саме цій сфері конкурентноспроможний на внутрішньому та світовому ринках національний

ЕЛЕМЕНТИ СТРУКТУРИ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО МАРКЕТОЛОГА

продукт, здатний максимально задовольнити потреби населення України та предстанків інших країн, які користуються цим продуктом, забезпечити на його основі комплексний розвиток курортних територій та туристичних центрів з урахуванням соціально-економічних інтересів населення, збереження та відновлення природного середовища та історико-культурної спадщини, вирішити завдання щодо наповнення державного і місцевого бюджетів.

Таким чином, визначальним фактором розвитку рекреаційно-туристичної індустрії та успішного розв'язання її нагальних проблем виступає потреба у кадровому потенціалі, який би мав високу професійну культуру для її сталого розвитку [2].

Готуючи молоду людину до реальної дії в конкретній виробничій сфері, а саме – рекреаційно-туристичній, слід озброїти її глибокими фаховими знаннями і обов'язково зосередитись на формуванні її світогляду, майстерності, поведінки [5]. Чому?

Професійний світогляд передбачає знання про професійну діяльність рекреаційно-туристичної галузі, Структура цих знань має такі складові: *психолого-педагогічні* знання – включають дидактику, теорію виховання, психологію, теорію і методику спілкування, логіку, закономірності індивідуального та вікового розвитку особистості; *предметні* – включають володіння особливостями організації рекреаційно-туристичної діяльності, *культурологічні* – передбачають знання норм і правил мовлення, широкий лексичний запас, логіку, техніку мови, *людинознавча компетентність* – означає володіння методами стимулювання уваги, знання психогігієни, створення доброзичливої атмосфери, вирішення конфліктів, особистісну самопрезентацію, знання нових інформаційних технологій.

осмислювати те чи інше соціально-економічне явище у взаємозв'язку зі всіма компонентами професійної діяльності; вірно діагностувати ситуації, відокремлювати головне та способи його оптимального рішення; вміння аналізувати свої особисті дії;

проективні – переводити цілі і зміст професійної діяльності в конкретні прагматичні задачі; враховувати потреби та інтереси колег і учасників професійної діяльності; можливості матеріальної бази, свій досвід та особистісно-ділові якості; планувати систему спільних творчих справ; планувати індивідуальну роботу з тими, хто виявляє значний інтерес до тієї чи іншої теми або напрямку діяльності; обирати зміст, форми, методи, засоби професійної діяльності в їх оптимальному сполученні; планувати систему прийомів стимулювання активності уваги, мислення, уяви; планувати способи створення особистісно-розвиваючого середовища та підтримки зв'язків з громадськістю;

прогностичні – уміння прогнозувати розвиток колективу, розвиток системи взаємодій; вміння прогнозувати розвиток особистості: її якостей, почуттів, волі, поведінки, можливих відхилень, складнощів установах взаємовідносин з людьми; уміння прогнозувати хід і розвиток професійної діяльності: труднощі її розвитку та очікувані результати;

мобілізаційні – уміння привернути увагу тих, хто навчається та розвинути у них стійкий інтерес до пізнання, самоосвіти, саморозвитку; уміння використовувати знання та життєвий досвід для формування творчого відношення до навколишнього світу і захоплювати інших різними видами продуктивної діяльності;

інформаційні – уміння викласти програмний матеріал; працювати з джерелами, уміння дидактично змінювати інформацію; уміння та навички, пов'язані з потребою фахівця постійно



Рис. 1. Складові елементи структури професійної культури майбутнього маркетолога рекреаційної індустрії

Професійна майстерність – це сума знань, що вбирає в себе *уміння та аналітичні навички* поділяти соціальні явища на складові елементи (умови, причини, мотиви, стимули, засоби, форми);

розширювати професійно-інформаційний простір; *дослідницькі* – вміння експериментувати, діагностувати, на підставі узагальнення переосмислювати, коректувати свій досвід, творчо

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com