УДК 339.138.001.76

Інна Ромащенко, *викладач кафедри іноземних мов*
Академії муніципального управління,
м. Київ

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАРКЕТОЛОГІВ ЗАСОБАМИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

У статті досліджується наукова проблема вивчення студентами економічних напрямків навчання майбутніми маркетологами однієї із тем відповідного курсу навчання маркетингу на іноземній мові, що сприятиме формування високих професійних компетенцій у маркетологів.

Ключові слова: *вища освіта, Болонський процес, маркетолог, інноваційні технології.*

Постановка завдання. Нинішній стан соціально-економічного розвитку українського суспільства зумовлює необхідність підготовки освічених, моральних, мобільних, конструктивних і практичних маркетологів, здатних до співпраці, міжкультурної взаємодії, які мають глибоке почуття відповідальності за долю країни, утвердження її як суверенної, незалежної, демократичної, соціальної, правової держави на міжнародних ринках експортної та імпортної діяльності. Освіта є основою розвитку особистості та добробуту країни, а інтелектуальне багатство держави, випускників ВНЗ, які набуті знання використовують у трудовій діяльності є запорука майбутнього України. Провідна роль у цьому процесі належить менеджерам та маркетологам, високий рівень знань або професійних компетенцій, необхідні у сучасній конкурентній ринковій економіці, особливо це стосується діяльності на міжнародних ринках, сфери торгівлі, укладання угод із міжнародними партнерами у підприємницькій діяльності і в нинішній час коли Україна прийняла курс на інтеграцію у Європейський освітній та виробничий простір, знання іноземної мови у майбутніх маркетологів без усяких заперечень стають першою необхідністю, як відзначає професор М. Вачевський [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти розглянутої нами проблеми висвітлені в роботах провідних вчених в галузі маркетингу: Л.В. Балабанової [2], М.В. Вачевського [4], В.Г. Герасимчука [5], Г.О. Владимирської, Т.Д. Гірченко, О.В. Дубовик, М.М. Єрмошенка, А.Ф. Павленка [11], В.М. Мадзігона, Т.М. Циганкової та ін.

Мета статті. Надати практичну допомогу викладачам вищих навчальних закладів з питань формування лексичного запасу, необхідного для спілкування за темою рекламна діяльність, мовленнєвих виразів, обгрунтувати комплекс перевірочних завдань, які сприяють підвищенню ефективності формування комунікативних умінь майбутніх маркетологів у

Виклад основного матеріалу. Сучасний стан освітнього простору Української держави визначається міцною законодавчою базою. Конституцією України (витяг)[1]. Законодавство про вищу освіту України включає низку законів: Закон України "Про освіту"[2], Закон України "Про вищу освіту"[3], Закон України "Про наукову і науково-технічну діяльність"[4], Постанова "Про затвердження Положення про державний вищий навчальний заклад"[5], Положення про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах[6], Постанова про затвердження Положення про освітньо-кваліфікаційні рівні

[1] Конституція України. – К.: Преса України.
– 78 с.
[2] Закон України "Про освіту" (23 травня 1991 р. №1060-XII).
[3] Закон України "Про вищу освіту" (17 січня 2002 р. №2984-II).
[4] Закон України "Про наукову і науково-технічну діяльність" (13 грудня 1991 р. №1977-XII).
[5] Постанова "Про затвердження Положення про державний вищий навчальний заклад" (від 5 вересня 1996 р. №1074).
[6] Положення про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах (від 2 червня 1993 р. №161).

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

(ступеневу освіту)[7], Постанова "Про ліцензування, атестацію та акредитацію навчальних закладів" (від 12 лютого 1996 р. №200)[8].

Функціонально-освітянська діяльність регламентується постановами Кабінету міністрів України: "Про затвердження положення про освітньо-кваліфікаційні рівні (ступеневу освіту)" та наказами Міністерства освіти і науки України: "Про затвердження Положення про організацію навчального Процесу у вищих навчальних закладах".

Методологічними та соціально-політичними інтегрованими документами, які покладені в основу розвитку освіти в Україні на світовому рівні, вибору пріоритетів цього розвитку, стали резолюції та рекомендації ЮНЕСКО з питань освіти, зокрема "Рекомендації щодо освіти у дусі міжнародного взаєморозуміння, співпраці, миру та освіти в галузі прав людини та основних свобод особистості" (Париж, 1974 р.), "Всесвітня програма дій у галузі освіти з прав людини та демократії" (Монреаль, 1993 р.), "Декларація Міністрів, прийнята на 44-й сесії Міжнародної конференції з питань освіти" (Женева, 1994 р.), "Інтегровані рамки дій в галузі освіти в дусі миру, прав людини та демократії" (Париж, 1995 р.), Міжнародна стандартна класифікація освіти (МСКО, ЮНЕСКО, 1997 р.) [8, 5 – 9, 9, С. 3 – 18].

Певна нормативно-правова база вищої освіти на сьогодні вже створена. А саме: діють Положення про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах (1993 р.), Положення про організацію екстернату у вищих навчальних закладах (1995 р.), Положення про державний вищий навчальний заклад освіти (1996 р.), Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти (1996 р.), положення про академічні відпустки та повторне навчання у вищих закладах освіти (1996 р.), Про затвердження норм часу для планування і обліку навчальної роботи та переліків основних видів методичної, наукової й організаційної роботи педагогічних і науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів (2002 р.).

Аналіз нормативної-правової бази дозволяє скласти чітке уявлення про сучасний стан і загальний характер роботи викладача вищого навчального закладу – педагога вищої школи. Відповідно до статті 54 Закону України "Про освіту" (1991 р.) педагогічною діяльністю можуть займатися особи з високими моральними якостями, які мають відповідну освіту, професійно-практичну підготовку, фізичний стан яких дозво-ляє виконувати службові обов'язки.

Педагогічну діяльність у вищих закладах освіти третього і четвертого рівнів акредитації здійснюють, на основі трудового договору або за контрактом науково-педагогічні працівники. Права і обов'язки яких визначаються статтями 55 – 58.

Стаття 47 Закону України "Про вищу освіту" (2002 р.) конкретизує поняття "науково-педагогічні працівники" – це особи, які за основним місцем роботи у вищих навчальних закладах третього і четвертого рівнів акредитації професійно і займаються педагогічною діяльністю у поєднанні з науковою та науково-технічною діяльністю[9].

Одним із головних системо утворюючих факторів системи вищої освіти України (далі – СВО) є забезпечення професійної кваліфікації випускників вищих навчальних закладів (далі – ВНЗ). Безумовне врахування СВО вимог сфери праці є запорукою вирішення основних завдань Болонського процесу в освітній галузі – підвищення можливостей працевлаштування випускників ВНЗ, поширення мобільності громадян на ринку праці, посилення конкурентної спроможності національної СВО. Тільки вирішення таких завдань на основі єдиної трирівневої системи стандартів вищої освіти (державних, галузевих та ВНЗ), із чітким розподіленням за цілями і задачами, дозволяє забезпечити якість освіти, у тому розумінні, як це вже сприймається на сьогодні в соціальному та професійному середовищі.

У законодавстві **України** встановлюється пріоритетність **міжнародних** договорів, учасником яких є **Україна, стосовно** внутрішньодержавних нормативних актів, **на виконання** чого з метою подальшого розвитку **національної** системи освіти, забезпечення якості **вищої освіти** та її інтеграції в європейське і світове **освітнє** співтовариство видано Наказ МОН України від 13.07.2007 р. №612 "Про **затвердження Плану** дій щодо забезпечення якості вищої освіти України та її інтеграції в європейське і світове освітнє співтовариство на період до 2010 року", як відзначає К. Левківський в роботах [8].

[7] Постанова "Про затвердження Положення про освітньо-кваліфікаційні рівні (ступеневу освіту)" (від 20 січня 1998 р. №65).
[8] Постанова "Про ліцензування, атестацію та акредитацію навчальних закладів" (від 12 лютого 1996 р. №200).
[9] Закон України "Про вищу освіту" (17 січня 2002. №2984-II).

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

Модернізація системи вищої освіти має відбуватися в контексті досягнення до 2010 року основних цілей Болонського процесу, а саме: побудови Європейської зони вищої освіти як передумови розвитку мобільності громадян із можливостями їхнього працевлаштування; формування та зміцнення інтелектуального, культурного, соціального та науково-технічного потенціалу Європи; посилення міжнародної конкурентоспроможності Європейської системи вищої освіти, підвищення її престижності у світі; підвищення визначальної ролі університетів у розвитку Європейських культурних цінностей; досягнення більшої сумісності та порівнянності систем вищої освіти при збереженні всього позитивного досвіду та надбань національної системи освіти.

Сучасний стан освітнього простору Української держави характеризується тенденціями глобалізації та інтеграції до світового освітнього простору.

Одним із етапів інтернаціоналізації освіти є Болонський процес. Болонський процес (назва походить від університету Болонья, де були досягнуті відповідні домовленості) – це своєрідний рух освітніх національних систем до єдиних критеріїв і стандартів, які утверджуються в Європі. Для успішного входження України до Європейської системи необхідне фундаментальне оновлення системи педагогічної освіти. На думку доктора філософських наук, професора, академіка АПН України, ректора Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, директора Інституту вищої освіти АПН України В.П. Андрущенка воно передбачає наступне:

1. Вихід на новий рівень інтеграції науки і педагогічної освіти. Сучасний стан освіти вимагає від педагога постійного оновлення знань, вміння навчатися протягом всього життя, бути науковцем і дослідником, сформувати в собі адекватні здібності і якості в процесі свого професійного становлення. Це, в свою чергу, ставить нові вимоги перед викладацьким складом вищої школи. Викладач повинен бути не тільки методистом, а й потужним вченим, вести розгалужені наукові дослідження, залучати до них студентів.

2. Радикальну модернізацію змісту педагогічної освіти: ліквідація ідеологізації, застарілих форм і методів, наближення до соціокультурних реалій та модернізація майбутнього.

3. Демократизацію освітньої політики: децентралізація системи освіти, підвищення самостійності університетів, мобільності викладачів і студентів, впровадження державно-громадського управління навчальним закладом.

4. Організацію ранньої профорієнтації випускників загальноосвітніх шкіл: визначення покликань, психологічних та професійно значимих якостей.

5. Здійснення виховної роботи на багатокультурній основі: формування толерантності, вміння жити разом, поважаючи етнічне, культурне розмаїття. При цьому кожен має залишатися собою для того, щоб розмаїття не призвело до конфлікту, вчитель має виконувати відповідну посередницьку функцію, узгодити моделі поведінки, а головне – сформувати поважливе сприйняття позицій один одного.

6. Підвищення мобільності викладачів і студентів, самостійності студентів, рівня їхньої самоорганізації: обмін між викладачами вузів і студентами, включене навчання студентів у зарубіжних університетах, проведення спільних педагогічних експериментів та інше.

7. Впровадження кредитно-модульної системи організації навчання [1].

Президент АПН України, Академік НАН України В.Г. Кремінь [10, 9 – 17], характеризуючи основні загально цивілізаційні тенденції, що будуть стверджуватися в XXI столітті і впливати на всі сфери життя людини і суспільства (тенденція до глобалізації суспільного розвитку; набуття людством здатності до самознищення; перехід від індустріальних до інформаційних технологій), визначає наступні пріоритети сучасної освіти:

- забезпечення високої функціональності людини в нових умовах;
- забезпечення оптимального балансу між локальним (патріот своєї країни) і глобальним (громадянин світу) формуванням людини;
- формування на загальносуспільному і індивідуальному рівнях розуміння людини як найвищої цінності;
- формування у людини здатність до свідомого і ефективного функціонування в глобалізованому світі;
- мінімізація асиметрії між матеріальністю і духовністю, формування конструктивізму як основи життєвої позиції.

Все вище зазначене обумовлює необхідність перегляду і модернізації освіти в контексті Національної доктрини, що в свою чергу передбачає:

- зміну змісту освіти;
- корекцію спрямованості навчального процесу;
- перехід від кваліфікації до компетентності;
- утвердження особистісно-орієнтованої педагогічної системи;
- актуалізація патріотичного виховання;
- придання інноваційного характеру освіті [10, 9 – 17].

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

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАРКЕТОЛОГІВ ЗАСОБАМИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Сьогодні ми маємо чітко окреслені тенденції оновлення змісту, форм та методів професійної підготовки педагогічних працівників на основі інноваційних педагогічних технологій та концепцій формування високих професійних компетенцій у випускників ВНЗ.

Різні аспекти проблеми професійної підготовки маркетологів знайшли своє відображення в наукових працях багатьох вітчизняних вчених, які в основному розглядають концепції знань економічних дисциплін, фінансів, управління, податків, підприємницької діяльності та набувають особливої актуальності і розробляються у багатьох напрямах на сучасному етапі. До них слід віднести наукові розробки відомих вітчизняних вчених маркетологів: А.С. Афонін, Г.О. Андрусенко, Л.В. Балабанова, М.В. Вачевський, С.С. Гаркавенко, В.Г. Герасимчук, М.М. Єрмошенко, В.Я. Кардаш, В.М. Мадзігон, А.Ф. Павленко, В.П. Пилипчук та інші.

Серед цих напрямів чільне місце займає проблема підготовки до трудового навчання. Проблема професійної підготовки вчителів трудового навчання досить багатоаспектна. Значну увагу їй приділено у працях вітчизняних та зарубіжних вчених – А. Вихруща, І. Волощука, А. Киверялга, О. Коберника, М. Корця, Г. Левченка, В. Мадзігона, В. Сидоренка, Г. Терещука.

Слід відзначити окремі питання навчання різних аспектів іноземної мови засобами інформаційних технологій (ІТ) з'ясовані у дисертаційних роботах Е. Азімовав, І. Зимньої, О. Палія, Ю. Гапон, І. Чурсіної та ін.

Дисертаційні роботи Р. Гуревича, І. Зварич, Р. Потапової та ін. мали чинники лінгвістично-методичного аналізу існуючого на ринку навчальних ресурсів програмного забезпечення для комп'ютеризованого навчання іноземних мов.

Лілія Іванівна Морська досліджує проблему в дисертаційній роботі "Теоретико-методичні основи підготовки майбутніх учителів іноземних мов до використання інформаційних технологій у професійній діяльності", що безпосередньо відноситься і до підготовки майбутніх фахівців ринкової економіки – маркетологів.

Проте більшість робіт не розв'язують актуальні питання підготовки сучасного маркетолога до ринку праці із знанням маркетингу на іноземній мові, забезпечуючи курс навчання як для внутрішнього ринку маркетологів так і маркетологів, які свою діяльність моли б успішно проводити на зовнішніх ринках вкладання угод, надання кредитів, проведення експортної та імпортної діяльності і особливо в нинішніх умовах коли Україна інтегрується у Європейський освітній та торговельний простір, фахівців маркетологів із глибоким знанням курсу маркетинг на іноземній мові стає без заперечень особливою необхідністю.

Наведений перелік досліджень показує, що вони далеко не повно вирішують проблеми забезпечення підготовки інноваційних технологій у вивченні англійської мови майбутніми маркетологами відповідно до потреб сьогодення. В умовах оновлення навчання та підготовки у ВНЗ України, розвитку освітньої галузі "Інноваційні технології" зростає потреба дослідження питань **інноваційної діяльності** майбутніх маркетологів до навчання іноземної мови та підготовки до її здійснення у сучасних умовах ринкової економіки.

У педагогічній літературі інноваційна діяльність розглядається в трьох аспектах: за етапами розвитку інноваційних процесів як розробка, освоєння й використання нововведень (Л. Даниленко, В. Кваша, О. Мойсєєв, О. Мойсеєва та ін.), як вищий ступінь педагогічної творчості, педагогічного винахідництва, введення нового в педагогічну практику (І. Дичківська, О. Козлова, Н. Клокар та ін.), як науково-практичне дослідження та інноваційний експеримент (Ю. Максимов, М. Меладзе та ін.).

Слід відзначити про концептуальні та світоглядні позиції навчального процесу інноваційних технологій в наукових публікаціях українських авторів (Є. Машбиця, Н. Морзе, І. Підласого, П. Сердюкова) та інших учених.

Необхідність урахування сучасної інноваційної ситуації та майбутніх змін в освітньому середовищі вимагає, на нашу думку, переорієнтації курсу маркетинг та його вивчення майбутніми маркетологами на іноземній мові, що сприятиме професійній і практичній підготовці на формування випускника ВНЗ до формування високих професійних компетенцій до сучасних інтеграційних процесів України на ринку праці.

Сказане вище дозволяє стверджувати, що вивчення питань підготовки майбутніх маркетологів до ринкової економіки є актуальним, перспективним у світлі розбудови системи національної освіти. Ця обставина обумовила вибір теми дослідження: **"Формування професійної компетенції маркетологів засобами інноваційних технологій".**

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дослідження здійснено в межах планової тематики кафедри менеджменту, маркетингу та підприємництва Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка затвердженої на засіданні кафедри

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

менеджменту і підприємництва (протокол №8 від 26 вересня 2008 року), та вченої ради університету (протокол №10 від 18.10.2008 р.).

Об'єкт дослідження – процес професійної підготовки майбутніх маркетологів до роботи в умовах ринкової економіки.

Предметом дослідження педагогічні умови, форми і методи формування у майбутніх маркетологів знань маркетингу із іноземної мови до інноваційної діяльності в ринковій економіці.

Мета дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні та експери-ментальній перевірці педагогічних умов, що забезпечують ефективність підготовки майбутніх маркетологів до інноваційної діяльності в умовах ринкової економіки.

Концепція дослідження – визначає теоретико-методичні засади системи підготовки майбутніх маркетологів в умовах ринкової економіки до використання інноваційних технологій у професійній діяльності і містить такі положення:

1. Підготовка майбутніх маркетологів ринкової економіки до використання інноваційних технологій у процесі формування професійних компетенцій становить систему, яка є водночас компонентом загальної системи педагогічної освіти випускника вищого педагогічного навчального закладу. Така підготовка, з одного боку, базується на досягненнях української освітньої стратегії, інноваційних підходах до її реформування зі збереженням вітчизняних традицій, а з іншого боку, враховує новітню політику України у сфері освіти, спрямовану на її інтеграцію у світовий освітній простір, формує основи для саморозвитку та самовдосконалення майбутніх маркетологів у використанні, наприклад, знань із іноземних мов та інноваційних технологій.

2. Визначення методологічних засад дослідження зазначеної проблеми здійснюється на основі взаємозв'язку та взаємодії системного, компетентнісного, особистісно-орієнтованого, технологічного, діяльнісного та модульного підходів. Побудова педагогічної діяльності вчителя іноземних мов в умовах інноваційних технологій підготовки майбутніх маркетологів і створення відповідних моделей готовності до використання інноваційних технологій ґрунтується на єдності, взаємозумовленості й наступності цільових, змістових, технологічних та діагностичних функцій усіх структурних компонентів системи підготовки маркетологів. Необхідна умова розширення й удосконалення професійної підготовки компетенцій майбутніх маркетологів – її безперервність, яка, з одного боку – забезпеченням можливості переходу маркетологів на новий, вищий рівень професійних компетенцій – аж до творчого – рівень готовності, варіативністю й можливістю інтенсифікації цих переходів до діяльності маркетологів у конкурентному ринковому середовищі.

3. Теоретичний компонент системи підготовки майбутніх маркетологів визначає комплекс понять, цілей, завдань, закономірностей, функцій, складових, які характеризують сутність досліджуваного явища. Він будується з урахуванням структурних елементів діяльності педагога із підготовки майбутніх маркетологів та використанням інноваційних технологій навчального процесу (мотиваційний, змістовий, компетентнісний і рефлексивний, реалізовані у підготовчому, особистісно-діяльнісному й контрольно-корективному блоках), комплексного й інтегрованого характеру, як однієї з основних передумов формування в маркетологів їх професійних компетенцій у діяльності ринкової економіки.

4. Реалізація концептуальних положень дає змогу характеризувати підготовку майбутніх маркетологів до використання інноваційних технологій у професійному становленні і діяльності як системний, неперервний, багатокомпонентний феномен, цілісний, спеціально організований, динамічний, інноваційний у своїй сутності процес, побудований з урахуванням специфіки діяльності маркетолога в умовах інноваційних технологій до реальних умов професійного навчання студентів у вищих педагогічних навчальних закладах.

Висновки. Отже, процес підготовки майбутніх маркетологів до формування професійних компетенцій знань іноземної мови та інноваційної діяльності стає ефективним за таких педагогічних умов:

- збагачення змісту дисциплін циклу професійної і практичної підготовки системою понять та теоретичних знань з курсу маркетинг, промисловий маркетинг і розробки відповідного навчально-методичного забезпечення іноземною мовою;
- формування у студентів майбутніх маркетологів мотиваційно-ціннісного ставлення та інтересу вивчення курсу маркетинг іноземною мовою;
- озброєння студентів системою знань й умінь роботи на ринку праці з науковою інформацією іноземної мови та прийомами її впровадження у практичну діяльність для ефективної інноваційної діяльності на ринку праці;

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

- навчально-виховний процес буде здійснюватися на основі реалізації прогностичної моделі системи ефективного формування наукових основ сучасного виробництва на внутрішньому і зовнішньому ринках на основі набутих знань вивчення курсу маркетингу іноземною мовою.

1. Андрущенко В.П. Модернізація педагогічної освіти України в контексті Болонського процесу//Вища освіта України. – 2004. – №1.– С. 5.

2. Балабанова Л.В. Маркетинг: Підручник. – К.:Знання-Прес, 2004. – 645 с.

3. Биркун Л.В., Мошков В.В. Комунікативні методи та матеріали для викладання англійської мови. – К.: 1998. – 48 с.

4. Вачевський М.В. Маркетинг формування професійної компетенції. Підручник. – К.: Професіонал. – 2005. – 512 с.

5. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика. Навч.посібник. – К.: КНЕУ. – 1998. – 300 с.

6. Законодавство України про освіту. Збірник законів. – К.: Парламентське видавництво. – 2002. – 159 с.

7.Державна національна програма "Освіта.Україна XXI столітті", Закони України "Про загальну середню освіту", "Про вищу освіту", "Національна доктрина розвитку освіти України у XXI столітті".

8. Левківський К.М. Збірник нормативних документів щодо болонського процесу. – К.: ПТЗО МОН України. – 2008. – 120 с.

9. Левківський К.М. Інформаційно-аналітичні матеріали підготовки студентів державних освітніх програм до вимог ринку праці // Молодь і ринок. – 2009. – №4. – С. 12 – 16.

10. Кремень В.Г. Філософія освіти XXI століття//Вища школа. – 2002. – №6. – С. 9 – 17.

Стаття надійшла до редакції 12.05.2009

a b c d a b c d a b c d a b c d a b c d a b
v v v v v v v v v v v v v v v v v v v v v v v v v v v v v v

?

Джерела мудрості

Настанови Матері Терези

"Життя – це можливість. Скористайся нею!
Життя – це краса. Захопися нею!
Життя – це мрія. Здійсни її!
Життя – це виклик. Прийми його!
Життя – це обов'язок, твій насущний. Виконай його!
Життя – це багатство. Не розтринькай його!
Життя – це надбання. Борони його!
Життя – це любов. Насолодися нею сповна!
Життя – це таємниця. Пізнай її!
Життя – це вмістилище лиха. Здолай усе!
Життя – це пісня. Доспівай її до кінця!
Життя – це боротьба. Стань борцем!
Життя – це удача. Шукай цю мить!
Життя таке чудове – не змарнуй його!
Це твоє життя. Виборюй його!"

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

ВИМОГИ ДО ЗМІСТУ ТА ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ У НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ЖУРНАЛ “МОЛОДЬ І РИНОК”

1.Приймаються одноосібні статті (співавтори). Текст обсягом 6 – 10 друкованих сторінок із двома-трьома ілюстраціями (рисунками, фотографіями). У статтях повинно бути чітко і стисло, без зайвих математичних формул, викладено те нове та оригінальне, що досягнуто авторами в їх практичній діяльності. Потрібно уникати повторів, зайвих подробиць та загальновідомих положень, на які можна посилатися, вказуючи відповідний номер у списку літератури, що додається.

2.Рукопис статті надсилається у одному примірнику (обов’язково перший), надрукованих через півтора інтервали на одній сторінці стандартного паперу, з пронумерованими сторінками.

ДО РУКОПИСУ ДОДАЮТЬСЯ:

- УДК;
- ключові слова;
- анотація статті на окремій сторінці у одному примірнику українською мовою (у випадку подання статті російською, польською чи іншими мовами, додається анотація на мові оригіналу статті та українською мовою);
- рисунки, фотографії з підрисунковими підписами;
- список літератури, оформлений у відповідності з діючим ДСТ-ом (за абеткою; у тексті в дужках позначається позиція та сторінка [3, 47]);
- відомості про автора (авторська карточка: прізвище, ім’я та по-батькові, посада, місце праці, вчений ступінь, наукове звання, адреса (службова, домашня), телефони.

3. До статей додається рекомендація кафедри (відділу) установи, де автор працює, і рецензія доктора чи кандидата наук; для статей докторів та кандидатів наук рецензій не потрібно.

4. Таблиці повинні мати назви та порядковий номер. Одночасне використання таблиць та графіків для пояснення одних і тих же положень не рекомендується.

5. Статті підписуються всіма авторами із зазначенням домашньої адреси, номерів домашнього та службового телефонів автора, який буде листуватися з редакцією з приводу цієї статті.

Редколегія відхиляє статті з порушенням цих вимог:

Відповідно до вимог ВАК України (Постанова №7-06. 1 від 15 січня 2003 р.) необхідно дотримуватися таких елементів написання статей: постановка проблеми у загальному вигляді та її зв’язок із важливими науковими чи практичними завданнями, аналіз основних досліджень і публікацій, в яких започатковано розв’язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується дана стаття; формування цілей статті (постановка завдання); виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів; висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.

Сфера розповсюдження та категорія читачів:

- загальнодержавна, зарубіжна;
- викладачі університетів, ВНЗ всіх рівнів акредитації, студенти, аспіранти, науковці, спеціалісти, які підвищують свої професійні компетенції в галузі освіти та педагогічних наук.

Програмні цілі (основні принципи) або тематична спрямованість:

Ознайомлення із питаннями наукових досліджень педагогіки, ринкової економіки, інфраструктури ринку, історії, філософії, психології, формування професійних компетенцій у студентів ВНЗ, організації навчального процесу, використання інформаційних технологій у навчанні, виховання учнівської молоді та студентства у високих християнських цінностях і моральних та культурних засадах, української та романо-германської філології, тощо.

Головний редактор Мирон Вачевський
Комп’ютерний набір та верстка Іван Василиків
Технічний редактор Михайло Примаченко
Художнє оформлення Христина Стасик

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