

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ДЗВО «УНІВЕРСИТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ОСВІТИ»
Центральний інститут післядипломної освіти
Кафедра психології управління

С. В Казакова

РОЗВИТОК ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ КЕРІВНИКІВ
ЗАКЛАДІВ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ
ДО МАРКЕТИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Спецкурс

для слухачів очно-дистанційної форми навчання
в системі післядипломної освіти

Київ-2019

Казакова С. В. Розвиток психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг / С. В. Казакова. – 2019 – 57 с.

Схвалено вченою радою Центрального інституту післядипломної освіти ДЗВО «Університет менеджменту освіти» (протокол № 5 від «12» листопада 2019 р.).

Рецензенти:

Брюховецька О. В., доктор психологічних наук, професор, професор кафедри психології та особистісного розвитку Інститут менеджменту та психології Університету менеджменту освіти НАПН України;

Овдієнко І. М. кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології та педагогіки НПУ ім. М. П. Драгоманова

Навчально-методичну розробку присвячено висвітленню особливостей й проблем психологічної підготовки до маркетингової діяльності керівників професійно-технічних навчальних закладів у процесі очно-дистанційної форми підвищення кваліфікації.

Розробка містить навчально-тематичний план, програмний зміст, інформаційні матеріали для спецкурсу, а також завдання для самостійної роботи, питання для самоконтролю й список використаної та рекомендованої літератури.

Призначено викладачам інститутів післядипломної педагогічної освіти, керівниками освітніх організацій, які займаються самоосвітою, а також усім, хто цікавиться проблемами психологічної підготовки фахівців освітньої галузі до маркетингової діяльності.

ББК

© Казакова С. В.

© УМО НАПН України, 2019

ЗМІСТ

1. Вступ.....	4
2. Навчально-тематичний план.....	5
4. Завдання для самостійної роботи.....	10
5. Питання для самоконтролю.....	11
6. Інформаційно-методичні матеріали для спецкурсу.....	12
7. Література.....	38
8. Глосарій.....	40

ВСТУП

У сучасних соціально-економічних та культурних умовах відбувається трансформація парадигми освітнього процесу в бік перенесення акценту з накопичення інформації на засвоєння засобів її отримання, усвідомлення тих цілей, для яких створювалися ці засоби, розвитку здатності до постановки власних цілей у процесі здобуття освіти та пошуку адекватних для їх досягнення засобів і, як наслідок, розвиток ключових компетентностей, необхідних для життя в сучасних умовах.

Це веде до виникнення різних типів закладів освіти державної та недержавної форми власності, які реалізують свої цілі різними методами й у різних умовах. Як результат, деякі педагогічні інновації, їх мета, зміст та результати не завжди є зрозумілими батькам, а очікування, які сформовані на основі загального уявлення про заклад освіти у потенційних споживачів освітніх послуг, не завжди співвідноситься з тим, що вони отримують насправді.

До того ж, через недостатнє фінансове та матеріально-технічне забезпечення освітньої галузі виникає загроза викривлення головної місії закладів освіти (навчання, виховання та розвиток вільної особистості, здатної до саморозвитку), переважна орієнтація освітніх організацій на отримання прибутку як першочергове завдання, особливо, у приватних закладах освіти.

Крім того, через складну демографічну ситуацією, яка склалася в Україні, з кожним роком зростає конкуренція між закладами освіти щодо набору потенційних учнів. Особливого значення набувають ці проблеми для функціонування професійно-технічних закладів освіти через недостатню популярність робітничих професій у сучасному суспільстві.

Отже, проблема розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг, попри всю її актуальність у науковій літературі, представлена недостатньо.

Мета спецкурсу полягає у висвітленні особливостей сприяння розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг в умовах очно-дистанційної форми навчання.

У результаті опанування змісту даного спецкурсу слухачі – керівники закладів професійно-технічної освіти отримають *знання* щодо змісту, особливостей, методів; розвинуть *вміння* аналізувати особливості розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг.

Спецкурс розрахований на 12 годин, 6 з яких реалізуються у формі дискусії і елементів тренінгу на очному етапі навчання, а 6 – через самостійну роботу на дистанційному етапі. Основу інформаційно-методичних матеріалів спецкурсу складають авторські розробки (результати емпіричних досліджень та викладацько-тренерської роботи).

НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва теми	Форма заняття, кількість годин			
		Тематична дискусія	Елементи тренінгу	Самостійна робота	Разом
1	Психологічні особливості маркетингової діяльності у сфері професійно-технічної освіти	2	0	2	4
2	Зміст, складові та умови розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингової діяльності	0	4	4	8
	Усього	2	4	6	12

ЗМІСТ СПЕЦКУРСУ

Тема 1. Психологічні особливості маркетингової діяльності у сфері професійно-технічної освіти (*тематична дискусія*)

Мета: актуалізація установки на здійснення маркетингової діяльності у сфері професійно-технічної освіти як важливого чинника ефективного управління та необхідність відповідної психологічної готовності управлінців.

Питання для обговорення:

1. Освітні послуги та їх специфіка у сфері професійно-технічної освіти: психологічний аспект.

2. Зміст і напрями маркетингової діяльності у сфері професійно-технічної освіти.

3. Проблеми психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингової діяльності у сфері професійної освіти.

Література : [2; 3; 5–24].

Тема 2 **Зміст, складові та умови розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингової діяльності** (*елементи тренінгу*).

Мета тренінгу: сприяння розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг в умовах післядипломної очно-дистанційної форми навчання.

Завдання тренінгу:

1. Як забезпечити психологічну готовність керівників закладів професійної освіти до маркетингу освітніх послуг?»

2. Сприяння розвитку мотивації психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг.

3. Оволодіння слухачами вміннями й навичками застосовувати набуті психологічні знання в практиці професійної діяльності.

Вступ до тренінгу

- *Мультимедійна презентація*: «Що ми сьогодні будемо робити?» (визначення мети і завдань тренінгу);
- *Групове обговорення теми*: «Як ми організуємо свою роботу?» (обговорення організаційних моментів – часу роботи, перерв, правил взаємодії учасників тощо);
- Виявлення очікувань від тренінгу, коли кожний учасник тренінгу завершує на наліпках *незавершені речення*: «Маркетинг – це...», «Маркетинг для мене – це...», «Маркетинг освітніх послуг – це...», «Роль маркетингу освітніх послуг у забезпеченні ефективної діяльності закладу професійно-технічної освіти...» тощо (подальше групове обговорення відповідей);
- *Криголам* «Хто я та які мої позитивні риси...» (знайомство учасників тренінгу один з одним).

Етап 1 (підготовчий або початковий), на якому актуалізується прагнення управлінців до розвитку психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг.

- *Групова дискусія*: «Що може спонукати керівника закладу професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг (особистісного та професійного самовдосконалення)?». Учасники обговорюють та наводять приклади необхідності маркетингу в сучасних закладах професійно-технічної освіти, зміст мотивації, значимість мотивів у професійної досконалості, успішності та ефективності діяльності керівника загалом та маркетингової діяльності закрома.

- *Групова дискусія*: 1. «Усвідомлення умов і шляхів формування власного позитивного іміджу (позитивного іміджу освітньої організації)»; 2. «Знання змісту та специфічних особливостей діяльності в сфері маркетингу освітніх послуг». Пропонується навести та обговорити приклади маркетингу освітніх послуг в сучасних закладах професійно-технічної освіти, та що потрібно для ефективної, успішної маркетингової діяльності керівника, що необхідно для здійснення формування власного позитивного іміджу (позитивного іміджу освітньої організації)

- *«Мозковий штурм»*: «Від яких чинників залежить результативність та ефективність підняття престижу закладу професійної (професійно-технічної) освіти в сучасному суспільстві?», «Що потрібно щоб мати: гарні відгуки громадськості про діяльність закладу; краще матеріальне становище; стабільність свого робочого місця; забезпечення високого рівня матеріально-технічної бази закладу професійної (професійно-технічної) освіти тощо» тощо. Пропонується визначити мотиви яки можуть

покращити, ініціювати їх маркетингову діяльність, можливість ознайомитися з різними позиціями, висунути різні творчі ідеї, якими шляхами можна досягти гарного результату, обмінятися досвідом.

- *«Мозковий штурм»:* «Як забезпечити психологічну готовність керівників закладів професійної освіти до маркетингу освітніх послуг?»; «Чи потрібен маркетинг освітніх послуг в умовах професійної освіти?» тощо. Ознайомлення з різними позиціями, обмін досвідом, можливість запропонувати безліч творчих ідей, поділитися механізмами і шляхами досягнення позитивного іміджу освітньої організації тощо.

- *Міні-лекція:* «Освітні послуги в системі професійної освіти та їх маркетинг: основні підходи», розкриваємо специфіку освітніх послуг у професійно-технічному закладі, маркетингу в системі професійно-технічної освіти, роль, основні підходи, важливість маркетингових послуг тощо.

- *Міні-лекція:* «Маркетинг освітніх послуг закладів професійно-технічної освіти як чинник їх конкурентоздатності», висвітлюємо складові та етапи маркетингу, роль і важливість маркетингових послуг загалом і в системі професійно-технічної освіти зокрема, який забезпечує конкурентоздатність в сучасних умовах тощо.

Етап 2 (діагностичний), спрямований на усвідомлення й самопізнання керівниками закладів власних характеристик і рівнів розвитку психологічної готовності та їх відображення у результатах професійної діяльності.

- *Психологічний практикум.* Дослідження особистісного розвитку психологічної готовності управлінців за допомогою методик: «Тест на загальні здібності до підприємництва (GET TEST, в адаптації Ю. Пачковського)»; «Методика визначення спрямованості особистості (автори – М. Кучера – В. Смейкало)»; «Опитувальник самоефективності (автори – М. Шерер, Дж. Меддукс, у модифікації А. Бояринцевої)»; «Методика визначення соціальної креативності особистості (в адаптації М. Фетіскіна та ін.)».

- *Психологічний практикум.* Дослідження проблем розвитку мотивації вдосконалення психологічної готовності управлінців за допомогою методик: «Методика дослідження мотивів професійної діяльності керівників закладів професійно-технічної освіти (автори – О. Бондарчук, Л. Карамушка, за модифікацією С. Казакової)»; «Ставлення керівника до маркетингу освітніх послуг та психологічної готовності до нього (за авторською модифікацією методики незакінчених речень)».

- *Психологічний практикум.* Дослідження проблем розвитку когнітивно– операційної складової керівників закладів професійно-технічної освіти за допомогою методик: «Оцінка самоконтролю в спілкуванні (автор М. Снайдер)»; «Методика дослідження когнітивного компонента психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти щодо впровадження маркетингу освітніх послуг (авторська розробка)»;

«Методика «Самооцінка іміджу керівника закладу професійно-технічної освіти» (авторська розробка)».

Тексти методик наведено в інформаційно-методичних матеріалах.

Примітка. Методики, позначені *, залежно від ресурсів часу можуть виноситися (після відповідних консультацій) для самостійного опрацювання на дистанційному етапі навчання.

Етап 3 (розвивальний), у рамках якого здійснюється розвиток та корекція складових психологічної готовності управлінців до маркетингу освітніх послуг.

- *Лекція-бесіда:* «Уміння і навички керівника закладу професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг». Можливість проявити вищу активність (сперечатися з проблемних питань, приводити цікаві приклади, самостійно формулювати висновки). Рефлексія: здатність управлінців до ефективних маркетингових комунікацій, у тому числі, здатність до самоконтролю у спілкуванні зі споживачами освітніх послуг.

- *Групова дискусія:* «Чи варто керівнику закладу професійно-технічної освіти орієнтуватися на особистісний розвиток», можливі актуалізація й осмислення цінностей, позиції з якими погоджуються або не погоджуються управлінці закладів професійно-технічної освіти, дає змогу керівникам осмислити свою точку зору з позиціями інших.

- *Рольова гра:* «Психологічні стратегії конкуренції керівника закладу професійно-технічного закладу».

- *Ділова гра:* «Формування позитивного іміджу закладу професійно-технічної освіти» в наслідок якої керівники професійно-технічних закладів приймають управлінське рішення.

- *Аналіз ситуацій:* «Груповий аналіз проблемних ситуацій діяльності закладу професійно-технічної освіти автор». Аналіз конкретних ситуацій стимулює звернення до власного досвіду і досвіду інших, прагнення до закріплення або придбання теоретичних знань для отримання відповідей на обговорювані в ситуації питання.

- *Групова дискусія:* «Хто такий переможець», коли керівникам пропонується оцінити в групах якості людини — переможця в житті, обговорити, зіставивши їх з відомими у науковій літературі характеристиками самодостатньої: 1) висока самооцінка; 2) позитивне ставлення до життя; 3) віра в добро; 4) вміння бачити і відчувати свою причетність до того, що відбувається; 5) уміння мінятися, вчитися все життя, ризикувати, використовувати нові норми буття.

- *Мозковий штурм:* «Професійно важливі якості керівника закладу освіти як маркетинголога у сфері освітніх послуг». слухачі мають змогу ознайомитись з різноманітними позиціями своїх колег, поділитися своїм досвідом.

- *Групова робота:* актуалізація на розвиток готовності керівників освітніх організацій к маркетингу послуг, за допомогою вправ: слухачі які спільно малюють «Портрет успішного керівника закладу професійно-

технічної освіти» з подальшою презентацією і обговоренням результатів; обговорення відомої притчи про трьох каменярів; ділова гра «Вгадай стиль спілкування», «Знайомство», «Пропозиція», «Автономізація мотиву», «Реклама», «Самореклама», «Професійний шлях успішного керівника», «Дюжина» або «Інтелектуальна розминка», «Знайомство із собою» та ін.

(див. інформаційно-методичні матеріали).

Етап 4 (дистанційний або прогностичний), спрямований на визначення можливостей, методів, форм та способів подальшого розвитку та саморозвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг.

Здійснюється через виконання спеціальних завдань для самостійної роботи на дистанційному етапі навчання, на якому пропонуються завдання, які управлінці виконують безпосередньо у процесі професійної діяльності:

- проаналізувати, як здійснюється маркетинг освітніх послуг у закладі професійної освіти, який очолює керівник – учасник тренінгу;
- визначити психолого-управлінські резерви й стимули до маркетингу освітніх послуг у закладі, в якому працює керівник закладу професійно-технічної освіти;
- проаналізувати власну психологічну готовність як керівника закладу професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг і скласти індивідуальну програму її розвитку;
- розробити план просування освітніх послуг з урахуванням специфіки закладу нарік, аналізуючи при цьому можливі варіанти прийняття рішення.
- підготувати презентацію на тему: «Маркетинг освітніх послуг у сучасному закладі професійно-технічної освіти».

Заключна частина тренінгу

- *Рефлексивний аналіз:* «Що дав мені тренінг?».
- *Анкетне опитування :* «Оцінка ефективності тренінгу».
- *Побажання учасників один одному у вигляді «подарунків»* мотивів, що забезпечують можливість вдосконалювати психологічну готовність керівників професійно-технічних навчальних закладів до маркетингу освітніх послуг в умовах очно-дистанційної форми навчання.

Література : [1–3; 5; 11–16; 18-21].

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

1. Проаналізувати, як здійснюється маркетинг освітніх послуг у закладі, в якому працює керівник закладу професійно-технічної освіти.
2. Написати твір-есе на тему: «Позитивний імідж керівника і престиж закладу професійно-технічної освіти».
3. Проаналізувати власну психологічну готовність керівника закладу професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг і скласти індивідуальну програму її розвитку.
4. Розробити план просування освітніх послуг з урахуванням специфіки закладу на рік, аналізуючи при цьому можливі варіанти прийняття рішення.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Що таке освітні послуги?
2. У чому полягає специфічність освітніх послуг (у даному випадку – передачу знань, вмінь і навичок особистості); ціни навчання; напрямів розподілу та просування цих послуг на ринок?
3. У чому полягає особливість надання освітніх послуг?
4. Що таке маркетинг?
5. Сутність та складові маркетингу освітніх послуг
6. У чому полягає концепція маркетингу освітніх послуг?
7. Основні напрями дій у сфері маркетингу освітніх послуг?
8. У чому полягає функція професійно-технічних закладів в просуванні освітніх послуг на освітньому ринку?
9. У чому полягає специфічність маркетинга освітніх послуг в закладах професійно-технічної освіти?
10. Які умови сприятимуть прогресивному особистісному розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх?
11. Яким є значення рефлексії для особистісного розвитку й професійного вдосконалення психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг?

ІНФОРМАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДЛЯ СПЕЦКУРСУ

БЛОК 1. ІНФОРМАЦІЙНО-СМИСЛОВИЙ КОМПОНЕНТ

1.1. Основні підходи у науковій літературі до дослідження проблеми маркетингу освітніх послуг як складової професійної діяльності керівників закладів професійно-технічної освіти.

За результатами теоретичного аналізу літератури виявлено, що на даний момент маркетинг як науковий феномен досліджується у різних сферах наукового знання: філософії – у рамках впливу на людські бажання та масову свідомість (О. Кендюхов та ін.), економіки – як інструмент просування певних товарів чи послуг на споживчий ринок (В. Крючков та ін.), права – у зв'язку із захистом прав споживачів, виробників товарів чи послуг (В. Мельников та ін.), соціології – вивчення маркетингу здійснюється з огляду на суспільні процеси, культуру, громадську думку, можливості управління глобальними змінами культури споживання за допомогою маркетингової політики та маніпулювання громадською думкою (В. Ільїн та ін.), менеджменту та маркетингу – у межах яких увага зосереджена на процесі планування, просування та реалізації ідей, товарів і послуг за допомогою обміну, що задовольняє цілям окремих осіб та організацій (Д. Аакер, Ф. Котлер та ін.), екології – у зв'язку із наслідками взаємодії між економікою та довкіллям (Ю. Осик та ін.), педагогіки – у контексті надання освітніх послуг і проведення маркетингових досліджень в освіті (З Рябова та ін.).

Проаналізовано етапи еволюції маркетингу (Г. Мефферт, К. Мозер; Ф. Котлер та ін.) від етапів орієнтації на виробництво, «агресивних продажів», орієнтації на клієнта, орієнтації на всіх ринкових партнерів до сучасного етапу соціально-етичного маркетингу (Н. Голечьян та ін.), у межах якого комплексна маркетингова діяльність спрямовується на задоволення як потреб цільової групи споживачів, так і соціальних й етичних потреб суспільства в цілому.

За результатами теоретичного аналізу літератури виокремлено *основні підходи* до дослідження проблеми психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до професійної діяльності загалом і до маркетингу освітніх послуг. У річищі психоаналітичного підходу (Д. Беннетт та ін.) маркетинг передбачає апеляцію до неусвідомлених потреб споживача: у безпеці, любові, владі тощо, можливість задоволення яких спонукає споживача прийняти рішення про придбання певного товару (послуги). Біхевіористичний підхід (Д. Блеквелл та ін.) використовує закономірності оперантного та вікарного наочіння для вироблення стійкої звички купувати певний товар (послугу). У межах когнітивного підходу (Р. Фазіо та ін.) йдеться про запуск споживацької поведінки внаслідок активації певних установок (атитюдів, уявлень) споживачів. Прихильники

конструктивістського підходу (Ф. Хансенс та ін.) широко використовувати конструювання (не лише візуальне сприйняття об'єкта, а й його оцінку, соціальне сприйняття, взаємодію з ним) для вироблення бажаних інтенцій споживачів. Гуманістичний підхід (І. Бровкіна та ін.) акцентує основну увагу на проблемі формування мотивації потенційних споживачів як важливої основи маркетингу.

Констатовано, що гуманістичний підхід набув особливої актуальності на сучасному етапі соціально-етичного маркетингу, саме тому його було покладено в основу нашого дослідження. Відповідно маркетинг трактуємо як соціальний процес, який спрямований на задоволення потреб споживачів та суспільних запитів через організацію споживання шляхом вільного забезпечення обміну товарами й послугами.

Висвітлено особливості освітніх послуг закладів професійно-технічної освіти: а) «нематеріальність» (через що їх якість можливо досягнути до моменту надання лише опосередковано через навчальні плани, програми, методи та форми надання послуг, ліцензії, дипломи, імідж освітньої організації та ін.); б) невіддільність від суб'єктів (конкретних працівників), що їх надають (заміна викладача може змінити процес і результат надання освітньої послуги, а отже, змінити і попит на послуги); в) нестійкість за якістю (відсутність жорстких стандартів на процеси й результати надання послуг, мінливість споживачів освітніх послуг, неможливість установити чіткі критерії оцінки якості в системі «людина-людина»); г) незбережуваність (неможливість заготовити послугу в повному обсязі заздалегідь і складувати); д) необхідність подальшого супроводу послуг (через природне для людини забування інформації та старіння знань тощо); ж) відносна тривалість виконання освітніх послуг (тривале здобуття диплома); з) відтермінування прояву результативності та її залежність від умов майбутньої роботи і життя випускника.

Констатовано, що особливості управлінської діяльності у сфері маркетингу освітніх послуг зумовлено як загальною специфікою управлінської праці (багатофункціональна діяльність, інформативна насиченість, різноманітність управлінських функцій, жорсткі вимоги до індивідуально-професійних якостей і професіоналізму, психологічна напруженість тощо), так і специфічними особливостями діяльності закладів професійно-технічної освіти (нижча ланка в ієрархії управління, на яку постійно чиниться тиск з боку вищих органів управління освітою, специфічний, «складний» контингент учнів та ін.).

1.2. Зміст, складові, критерії та показники розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг

Зміст і складові психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг, зумовлені загальними (багатофункціональна діяльність, інформативна насиченість,

різноманітність управлінських функцій, жорсткі вимоги до індивідуально-професійних якостей і професіоналізму, психологічна напруженість тощо) та специфічними (нижча ланка в ієрархії управління, на яку постійно чиниться тиск з боку вищих органів управління освітою, специфічний, «складний» контингент учнів та ін.) особливостями їх управлінської діяльності.

Спираючись на підхід Л. Карамушки, визначено, що психологічна готовність керівників ЗПТО до маркетингу освітніх послуг є складним особистісним утворенням, яке містить сукупність мотивів, знань, умінь, навичок та особистісних якостей, що забезпечують ефективність маркетингової діяльності управлінців у сфері освітніх послуг. У структурі психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингової діяльності виокремлено мотиваційну (сукупність мотивів, адекватних цілям і завданням маркетингу освітніх послуг), когнітивну (сукупність знань, необхідних для здійснення маркетингової діяльності в освітній галузі), операційну (сукупність умінь і навичок практичної діяльності в сфері маркетингу освітніх послуг) та особистісну (сукупність особистісних якостей менеджерів освіти, значущих для маркетингової діяльності) складові. (рис. 1)

Критеріями успішного розвитку зазначених складових готовності відповідно виступають: умотивованість і позитивне ставлення; обізнаність і розуміння; дієвість і практикоорієнтованість; підприємливість і конструктивність спілкування тощо.

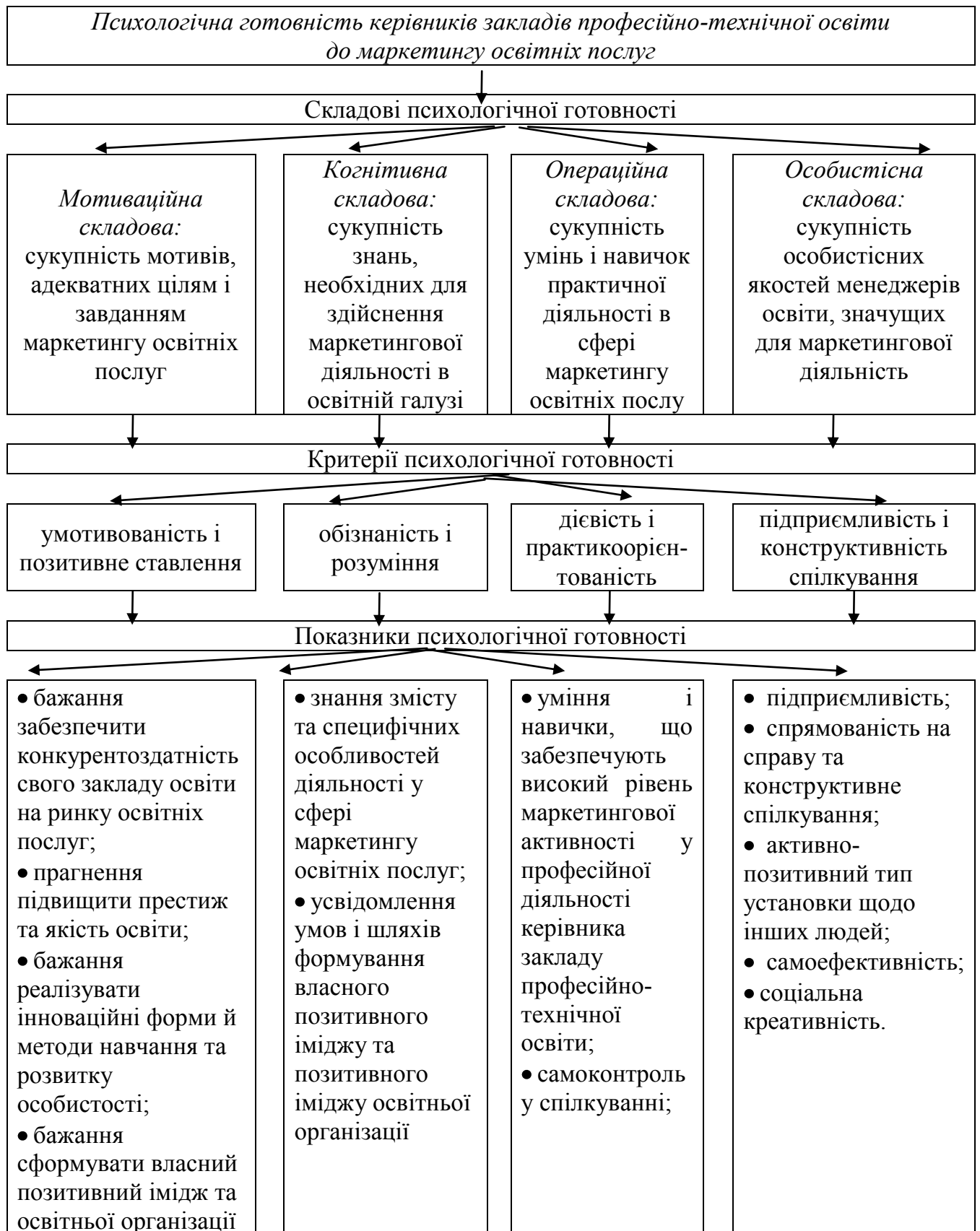


Рис. 1. Структура психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг

БЛОК 2. ДІАГНОСТИЧНИЙ КОМПОНЕНТ
Методики дослідження особистісного розвитку керівників закладів
професійно-технічної освіти

Методика визначення соціальної креативності особистості
(в адаптації М. Фетіскіна та ін.)

Інструкція. Оцініть свої особистісні якості за дев'ятибальною шкалою у певних ситуаціях життєдіяльності.

№	Якості	Оцінка
1	Як часто розпочату справу Вам вдається довести до завершення?	1 2 3 4 5 6 7 8 9
2	Якщо всіх людей розділити подумки на логіків та генераторів ідей, то в якому Ви ступені Ви є генератором ідей?	1 2 3 4 5 6 7 8 9
3	В якому ступені Ви відносите себе до рішучих людей?	1 2 3 4 5 6 7 8 9
4	В якому ступені Ваш кінцевий продукт, Ваше «творення» частіше за все відрізняється від вихідного замислу?	1 2 3 4 5 6 7 8 9
5	Наскільки Ви здатні проявити вимогливість і наполегливість, щоби люди, які обіцяли Вам щось зробити, виконали обіцяне?	1 2 3 4 5 6 7 8 9
6	Як часто Вам доводиться виступати з критичними судженнями на чиюсь адресу?	1 2 3 4 5 6 7 8 9
7	Як часто рішення проблем, що у Вас виникли, залежать від Вашої енергії та наполегливості?	1 2 3 4 5 6 7 8 9
8	Який % людей у Вашому колективі частіше за все підтримують Вас, Ваші пропозиції та ініціативи (1 бал близько 10-11%)	1 2 3 4 5 6 7 8 9
9	Як часто у Вас буває оптимістичний і веселий настрій?	1 2 3 4 5 6 7 8 9
10	Якщо всі проблеми, які доводилося Вам вирішувати за минулий рік, умовно поділити на теоретичні та практичні, то яка питома вага практичних?	1 2 3 4 5 6 7 8 9
11	Як часто доводилося Вам відстоювати свої принципи, переконання?	1 2 3 4 5 6 7 8 9
12	В якому ступені Ваша товариськість, комунікабельність сприяють розв'язанню життєво важливих для Вас проблем?	1 2 3 4 5 6 7 8 9
13	Як часто у Вас виникають ситуації, коли головну відповідальність за розв'язання складних справ проблем у колективі Вам доводиться брати на себе?	1 2 3 4 5 6 7 8 9
14	Як часто і в якому ступені Ваші ідеї та проекти Вам вдавалося втілити в життя?	1 2 3 4 5 6 7 8 9
15	Як часто Вам удається, проявивши винахідливість і підприємливість, хоч у чомусь випередити своїх суперників по роботі?	1 2 3 4 5 6 7 8 9

16	Як багато людей серед Ваших друзів і близьких людей вважають Вас інтелігентною та вихованою людиною.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
17	Як часто Вам у житті доводилося робити дещо таке, що було сприйнято навіть Вашими друзями як неочікувана, принципова нова справа?	1 2 3 4 5 6 7 8 9
18	Як часто Вам доводилося корінним чином реформувати своє життя або знаходити принципово нові підходи у розв'язанні старих проблем?	1 2 3 4 5 6 7 8 9

Методика визначення спрямованості особистості (автори – М. Кучера – В. Смейкало)

Інструкція. Пропонована анкета складається з ряду тверджень, кожне з яких має три різних закінчення: А, В, С. Необхідно з трьох варіантів закінчення вибрати той, котрий для вас найбільше значимий. Упишіть букву (А, В або С), що відповідає вашому виборі, у бланк для відповідей проти відповідного номера питання в рубриці «Більше за все». Потім з відповідей, що залишилися, виберіть той, котрий менш за все збігається з вашою точкою зору, і впишіть букву, що відповідає цій відповіді, проти номера питання в рубриці «Найменше за все» у бланк відповідей. Для кожного питання використовуються дві букви. Відповідь, що залишилася, ніде не фіксується.

Твердження	Більше за все	Менше за все
1. Найбільше задоволення я отримую від: А – схвалення моєї роботи; В – відчуття того, що робота зроблена добре; С – відчуття того, що мене оточують друзі.		
2. Якби я грав у футбол (волейбол, баскетбол), то я хотів би бути: А – тренером, що розробляє тактику гри; В – відомим гравцем; С – обраним капітаном команди.		
3. По-моєму, кращим педагогом є той, хто: А – виявляє цікавість до кожного і до кожного має індивідуальний підхід; В – викликає інтерес до предмета так, що ті, хто навчаються з задоволенням поглиблюють свої знання в цьому предметі; С – створює обстановку, при якій ніхто не боїться висловити свою думку.		
4. Мені подобається, коли люди: А – радуються виконаній роботі; В – із задоволенням працюють у колективі; С – прагнуть виконати свою роботу.		

<p>5. Я хотів би, щоб мої друзі: А – були б чуйними і допомагали людям, коли для цього надаються можливості; В – були б вірні і віддані мені; С – були б розумні і цікаві люди.</p>		
<p>6. Кращими друзями я вважаю тих: А – з ким складаються гарні відносини; В – хто може багато чого досягти в житті; С – на кого можна покластися.</p>		
<p>7. Більше всього в житті я не люблю: А – коли в мене щось не виходить; В – коли псуються відносини з товаришами; С – коли мене критикують.</p>		
<p>8. По-моєму, гірше всього, коли педагог: А – не ховає, що деякі учні йому не симпатичні, насміхається над ними; В – викликає дух суперництва в колективі; С – недостатньо добре знає предмет, що викладає.</p>		
<p>9. У дитинстві мені більше за все подобалося: А – проводити час із друзями; В – відчувати виконані справи; С – коли мене за що-небудь хвалили.</p>		
<p>10. Я хотів бути схожим на ті, хто: А – домагався успіхів життя; В – по-справжньому захоплений своєю справою; С – відрізнявся дружелюбністю і доброзичливістю.</p>		
<p>11. У першу чергу система утворення повинна: А – навчити вирішувати задачі, що ставить життя; В – розвивати насамперед індивідуальні здібності тих, що навчаються; С – виховувати якості, що допомагають взаємодії з людьми.</p>		
<p>12. Якби в мене було багато вільного часу, охоче усього я використовував би його: А – для спілкування з друзями; В – для відпочинку і розваг; С – для своїх улюблених справ і самоосвіти.</p>		
<p>13. Найбільших успіхів я домагаюся тоді, коли: А – працюю з людьми, що мені подобаються; В – у мене є цікава робота; С – мої зусилля добре винагороджуються.</p>		
<p>14. Я люблю, коли: А – інші мене цінують; В – отримую задоволення від добре виконаної роботи; С – приємно проводжу час із друзями.</p>		

<p>15. Якби про мене вирішили написати в газеті, то мені хотілося б, щоб:</p> <p>А – розповіли про яку-небудь цікаву справу, зв'язану з роботою, навчанням, спортом і т.д., у якій мені довелось брати участь;</p> <p>В – написали про мою діяльність;</p> <p>С – розповіли обов'язково про колектив, у якому я працюю.</p>		
<p>16. Я роблю найбільші успіхи в навчанні, якщо викладач:</p> <p>А – має до мене індивідуальний підхід;</p> <p>В – зуміє викликати в мене інтерес до предмета;</p> <p>С – улаштовує колективне обговорення досліджуваних проблем.</p>		
<p>17. Для мене не нічого гірше, ніж:</p> <p>А – образа власної гідності;</p> <p>В – невдача при виконанні важливої справи;</p> <p>С – втрата друзів.</p>		
<p>18. Більше всього я ціную:</p> <p>А – успіх;</p> <p>В – можливість гарної спільної роботи;</p> <p>С – здоровий, практичний розум і кмітливість.</p>		
<p>19. Я не люблю людей, що:</p> <p>А – вважають себе гірше інших;</p> <p>В – часто сваряться і конфліктують;</p> <p>С – заперечують проти всього нового.</p>		
<p>20. Приємно, коли:</p> <p>А – працюєш над важливою для всіх справою;</p> <p>В – маєш багато друзів;</p> <p>С – викликаєш замилювання й усім подобаєшся.</p>		
<p>21. На мою думку, керівник насамперед повинний бути:</p> <p>А – доступним для усіх;</p> <p>В – авторитетним;</p> <p>С – вимогливим.</p>		
<p>22. У вільний час я охоче прочитав би книги:</p> <p>А – про те, як заводити друзів і підтримувати гарні відносини з людьми;</p> <p>В – про життя знаменитих людей;</p> <p>С – про останні досягнення науки і техніки.</p>		
<p>23. Якби в мене були здатності до музики, я зволів би бути:</p> <p>А – диригентом;</p> <p>В – композитором;</p> <p>С – солістом.</p>		
<p>24. Мені б хотілося:</p> <p>А – придумати цікавий конкурс;</p> <p>В – перемогти в конкурсі;</p> <p>С – організувати конкурс і керувати їм.</p>		
<p>25. Для мене важливо знати:</p> <p>А – що я хочу зробити;</p> <p>В – як досягти мети;</p> <p>С – як організувати людей для досягнення мети.</p>		

26. Людина повинна прагнути до того, щоб: А – інші були їм задоволені; В – насамперед виконати свою задачу; С – його не потрібно було дорікати за свою роботу.		
27. Найкраще я відпочиваю у вільний час: А – у спілкуванні з друзями; В – переглядаючи розважальні фільми; С – займаюся своєю улюбленою справою.		

Опрацювання результатів: Відповіді досліджуваного, позначені як «Більше всього», оцінюються в 2 бали. Відповіді, позначені як «Найменше», оцінюються в 0 балів, ті що залишилися невибраними відповідями оцінюються в 1 бал. Всі отримані в процесі заповнення анкети дані звіряються зі спеціальним «ключем». Для кожного виду спрямованості особистості бали підсумовуються за всіма 27 пунктами анкети (окремо). Основним критерієм оцінки результатів є відповідність виборів балів «ключеві», також абсолютна перевага одного з видів спрямованості особистості.

«Ключ» для обробки результатів

Спрямованість на Себе (НС)		Спрямованість на взаємодію (НВ)		Спрямованість на справу (НС)	
1А	15А	1С	15С	1В	15В
2В	16В	2С	16С	2А	16А
3А	17А	3С	17С	3В	17В
4В	18В	4В	18С	4С	18С
5В	19В	5А	19В	5С	19С
6С	20С	6А	20В	6В	20А
7А	21С	7С	21С	7В	21В
8С	22В	8В	22А	8А	22С
9С	23В	9А	23С	9В	23А
10С	24С	10В	24А	10А	24В
11В	25В	11С	25А	11А	25С
12В	26В	12А	26А	12С	26С
13С	27А	13А	27В	13В	27С
14С		14А		14В	

Тест на загальні здібності до підприємництва (GET TEST, в адаптації Ю. Пачковського)

Інструкція. Тест містить 54 твердження. Прочитайте уважно кожне твердження. Якщо Ви погоджуєтеся з твердженням, то в бланку відповідей у клітинці обведіть «А», що розміщена під порядковим номером твердження, відповідь на яке Ви даєте. Відповідно, якщо Ви не погоджуєтеся з твердженням, обведіть у цій самій клітинці літеру «В». У тексті не існує

правильних чи неправильних відповідей. Свою думку висловлюйте вільно і відверто і Ви отримаєте достовірні дані про свої психологічні особливості. Краще давати ту відповідь, яка першою спадає на думку. Час, відведений на виконання тесту, – 10 хвилин. Якщо все зрозуміло, починайте давати відповіді.

Текст опитувальника

1. Я не проти виконувати рутинну роботу за умови, що вона добре оплачується.
2. Коли я визначаю для себе цілі, я обираю переважно складні цілі.
3. Я не люблю робити щось нове та нетрадиційне.
4. Здібні люди, які не досягають успіху, зазвичай не використовують шансів, які їм надаються.
5. Я рідко мрію.
6. Зазвичай я відстоюю свою позицію, якщо хтось зі мною не погоджується.
7. Ти або щось вмієш, або не вмієш, зусилля тут не мають жодного значення.
8. Подекуди людям здається, що мої ідеї є незвичними.
9. Якщо я б хотів зіграти в азартну гру, я б зіграв у лотерею, а не в карти.
10. Мені подобаються важкі завдання, які розвивають мої здібності, а не ті, що мені легше даються.
11. Я надаю перевагу роботі з помірним гарантованим достатком, ніж роботі, виконання якої може принести збитки, якщо в мене щось не вийде.
12. Я люблю робити те, що мені до вподоби, не хвилюючись про те, що подумують інші.
13. Здебільшого, якщо людям щось не вдається, то це пов'язано з невезінням.
14. Мені подобається пізнавати щось нове, навіть якщо це пов'язано з подоланням труднощів.
15. Якщо в мене виникають проблеми з виконанням завдання, я його відкладаю і переходжу до іншого.
16. Якщо я планую, я завжди виконую накреслений план.
17. Мені не подобаються раптові зміни в моєму житті.
18. Я би пішов на ризик, якщо шанси на успіх були б 50/50.
19. Я більше розмірковую про теперішнє і минуле, ніж про майбутнє.
20. Якщо б у мене виникла добра ідея як заробити гроші, я позичив би необхідні кошти для того, щоб її втілити.
21. Працюючи у групі, я не проти того, щоб дати можливість когось керувати процесом.
22. Загалом люди отримують те, на що вони заслуговують.
23. Я не люблю здогадуватися.
24. Важливішим є добре виконана робота, ніж стосунки з людьми.
25. Я отримую від життя все те, чого я хочу, якщо я буду виконувати накази тих людей, які мною керують.

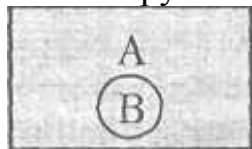
26. Люди вважають, що я задаю багато запитань.
27. Якщо є можливість поразки, я не буду ризикувати.
28. Мене дратує, коли люди не приходять вчасно.
29. Коли я приймаю рішення, мені необхідно мати усі факти, незалежно від того, скільки часу буде необхідно витратити для цього.
30. Коли я виконую завдання, мені рідко потрібна допомога.
31. Неможливо досягнути успіху, якщо Ви не знаходитеся у відповідному місці в потрібний час.
32. Мені до вподоби виконання різноманітних робіт, ніж дуже добре виконувати одну роботу.
33. Я краще б працював з людиною, яка мені подобається, але не дуже добре вправляється зі своєю роботою, ніж з кимось, хто мені не до вподоби, хоча є хорошим професіоналом.
34. Успіх – це результат важкої праці, він не обов'язково пов'язаний з везінням.
35. Я люблю працювати за звичними схемами, не випробовуючи нові методи.
36. Перш ніж прийняти важливе рішення, я дуже швидко зважую всі «за» і «проти», не витрачаючи багато часу на роздуми.
37. Я краще працюватиму над роботою як член команди, ніж братиму відповідальність на себе.
38. Я краще використаю можливість, яка зможе покращити ситуацію, ніж робити те, що мені буде одночасно подобатися.
39. Я роблю те, чого від мене очікують, та дію згідно з інструкціями.
40. Для мене досягнути того, що я хочу, мало пов'язано з везінням.
41. Мені подобається, коли моє життя є організованим і спланованим.
42. Коли я зіштовхнувся зі складним завданням, я більше думаю про успіх, ніж про можливу невдачу.
43. Я переконаний у тому, що усе те, що відбувається у моєму житті, значною мірою визначається іншими людьми.
44. Я у змозі впоратися з багатьма справами одночасно.
45. Мені важко усвідомлювати залежність від послуг, наданих іншими людьми.
46. Я рано встаю, пізно лягаю та не їм для того, щоб виконати певну роботу.
47. Те, до чого ми звикли, краще, ніж щось невідоме.
48. Більшість людей вважає, що я впертий.
49. Невдачі людей рідко є результатом поганого планування.
50. Інколи в мене виникає стільки ідей, що я не знаю, яку з них обрати.
51. Мені легко розслабитися під час відпустки.
52. Я отримую від життя усе те, що я хочу, бо наполегливо працюю над цим.
53. Мені легше адаптуватися до змін, ніж дотримуватися рутини.
54. Мені подобається розпочинати нові проекти, навіть якщо вони є ризикованими.

Бланк відповідей

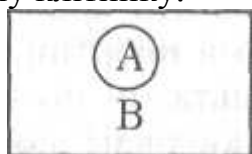
№ рядка 1	46	37	28	19	10	1
	A	A	A	A	A	A
2	B	B	B	B	B	B
	47	38	29	20	11	2
3	A	A	A	A	A	A
	B	B	B	B	B	B
4	48	39	30	21	12	3
	A	A	A	A	A	A
5	B	B	B	B	B	B
	49	40	31	22	13	4
6	A	A	A	A	A	A
	B	B	B	B	B	B
7	50	41	32	23	14	5
	A	A	A	A	A	A
8	B	B	B	B	B	B
	51	42	33	24	15	6
9	A	A	A	A	A	A
	B	B	B	B	B	B
10	52	43	34	25	16	7
	A	A	A	A	A	A
11	B	B	B	B	B	B
	53	44	35	26	17	8
12	A	A	A	A	A	A
	B	B	B	B	B	B
13	54	45	36	27	18	9
	A	A	A	A	A	A
14	B	B	B	B	B	B

Обробка результатів

Підсумуйте ваші бали. При цьому в кожному рядку, а їх у бланку відповідей всього дев'ять, додайте собі 1 бал за позицію «В», якщо вона припала на сіру клітинку.



а також оцініть в 1 бал кожен обрану вами позицію «А», що припала на світлу клітинку.



Напишіть загальну суму балів з обраних вами «А» і «В» по кожному горизонтальному рядку і перенесіть у таблицю знизу.

Рядок 1..... Рядок 2..... Рядок 3.....
 Рядок 4..... Рядок 5..... Рядок 6.....
 Рядок 7..... Рядок 8..... Рядок 9.....

Тепер виконайте обрахунки з визначенням «ваги» п'яти секцій, що характеризують ту чи іншу підприємницьку рису, діагностика яких передбачена даним тестом.

Додайте:

бали рядка 1 до рядка 6 – Секція 1
 бали рядка 3 визначають – Секцію 2
 бали рядка 5 до рядка 8 – Секція 3
 бали рядка 2 до рядка 9 – Секція 4
 бали рядка 4 до рядка 7 – Секція 5

Аналіз результатів

Кожна секція оцінює конкретну рису. Високий бал по кожній секції означає ступінь вираженості риси, яка оцінюється у цій секції.

Секція 1. Потреба в досягненнях (подальшому розвитку)

Максимальний бал – 12, середній бал – 9.

Якщо отримали велику кількість балів у цій секції, Ви наділені усіма або значною кількістю таких рис:

- завбачливість;
- самодостатність;
- оптимізм;
- енергійність;
- наполегливість та рішучість;
- зорієнтованість на результат (завдання);
- ретельність;
- самовпевненість.

Секція 2. Потреба в незалежності/автономії

Максимальний бал – 6, середній бал – 4.

Якщо отримали велику кількість балів у цій секції, для Вас характерним є:

- робити щось нетрадиційне;
- працювати наодинці;
- робити все по-своєму;
- говорити все, що думаєте;
- не схилитися під тиском групи;
- роявляти впертість та цілеспрямованість;
- не піддаватися тиску наказів;
- вирішувати все самостійно.

Секція 3. Схильність до творчості (творчі здібності/нахили)

Максимальний бал – 12, середній – 8.

Якщо отримали високий бал, для Вас характерним є:

- виявляти схильність до нового, невідомого;
- мрійливість;
- здогадливість і розвинена інтуїція;

8. Якщо я роблю щось вкрай необхідне, але не надто приємне для мене, я все рівно буду старатися до тих пір, поки не доведу справу до кінця										
9. Якщо я вирішив щось зробити, я буду йти до кінця.										
10. Якщо мені не вдається швидко вивчити щось нове, я зразу кидаю цю справу										
11. Коли проблеми виникають несподівано, мені не вдається їх владнати.										
12. Я не прагну навчитися чому-небудь новому, якщо воно виглядає надто складним для мене										
13. Невдачі не засмучують мене, а тільки примушують робити ще більш наполегливі спроби приборкати ситуацію.										
14. Я відчуваю впевненість у своїх силах при вирішенні складних проблем.										
15. Я цілком впевнена в собі людина										
16. Я легко кидаю справи										
17. Я не подібний до людини, яка легко впорається з будь-якими проблемами.										
18. Мені важко знаходити нових друзів.										
19. Якщо я зустрічаю людину, з якою мені було би приємно поговорити, я йду до неї сам, не очікуючи, коли вона підійде до мене.										
20. Якщо мені не вдається стати близьким другом цікавою для мене людини, я, скоріше за все., припиню спроби спілкування з нею.										
21. Якщо я познайомився з людиною, яка на перший погляд здається не надто цікавою, я все одно не припиняю зразу контактувати з нею										
22. Я не надто комфортно відчуваю себе на зборах, у великих групах людей.										
23. Я здобув всіх своїх друзів завдяки моїй здатності встановлювати контакти.										

Діяльнісна самоефективність – додаються бали, що отримані за відповіді на №№ 1–17, при цьому бали, отримані за відповіді №№ 2,4,5,6,7,10,11,12,16 є оберненими.

Соціальна самоефективність – додаються бали, що отримані за відповіді на №№ 18–23, при цьому бали, отримані за відповіді №№ 18,20,22 є оберненими.

Загальна самоефективність складається із суми балів за діяльнису і соціальну самоефективність.

Методики дослідження мотиваційної складової психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти

Ставлення керівника до маркетинга освітніх послуг та психологічної готовності до нього (за авторською модифікацією методики незакінчених речень С. Казакова)

Інструкція. Шановний керівнику закладу професійно-технічної освіти! Зараз ми перевіримо Вашу увагу й вміння швидко і логічно міркувати. Завершіть кожне речення швидко, не роздумуючи. Записуйте перше, що спало Вам на думку.

1. Результати роботи закладу професійної (професійно-технічної) освіти залежать, насамперед, від...
2. Міркуючи про вдосконалення навчально-виховного процесу...
3. Маркетинг освітніх послуг...
4. Психологічна готовність керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти до управління...
5. Щоби діяльність закладу професійної (професійно-технічної) освіти відповідала сучасним вимогам...
6. Освітні послуги...
7. Міркуючи про маркетингову діяльність керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти
8. Психологічна готовність керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти до маркетингу освітніх послуг ...
9. Педагогічний колектив закладу професійної (професійно-технічної) освіти ...
10. Надання освітніх послуг у наш час...
11. Здійснення маркетингу освітніх послуг у закладі професійної (професійно-технічної) освіти...
12. Розвитку психологічної готовності керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти до маркетингу освітніх послуг сприятиме...
13. Імідж закладу професійної (професійно-технічної) освіти та його керівника...
14. Якби освітні послуги у закладі професійної (професійно-технічної) освіти...
15. Реклама закладу професійної (професійно-технічної) освіти ...

16. Розвитку психологічної готовності керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти до маркетингу освітніх послуг стає на заваді...

Ключ до обробки результатів:

Ставлення до закладу професійної (професійно-технічної) освіти та його іміджу:

1. Результати роботи закладу професійної (професійно-технічної) освіти залежать, насамперед, від...

5. Щоби діяльність закладу професійної (професійно-технічної) освіти відповідала сучасним вимогам...

9. Педагогічний колектив закладу професійної (професійно-технічної) освіти ...

13. Імідж закладу професійної (професійно-технічної) освіти та його керівника...

Ставлення до освітніх послуг та їх надання:

2. Міркуючи про вдосконалення навчально-виховного процесу...

6. Освітні послуги...

10. Надання освітніх послуг у наш час...

14. Якби освітні послуги у закладі професійної (професійно-технічної) освіти...

Ставлення до маркетингу освітніх послуг:

3. Маркетинг освітніх послуг...

7. Міркуючи про маркетингову діяльність керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти

11. Здійснення маркетингу освітніх послуг у закладі професійної (професійно-технічної) освіти...

15. Реклама закладу професійної (професійно-технічної) освіти ...

Ставлення до психологічної готовності керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти до маркетингу освітніх послуг та її розвитку:

4. Психологічна готовність керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти до управління...

8. Психологічна готовність керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти до маркетингу освітніх послуг ...

12. Розвитку психологічної готовності керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти до маркетингу освітніх послуг сприятиме...

16. Розвитку психологічної готовності керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти до маркетингу освітніх послуг стає на заваді..

Методика дослідження мотивів професійної діяльності керівників закладів професійно-технічної освіти (автори – О. Бондарчук, Л. Карамушка, за модифікацією С. Казакової)

Інструкція. Прорангуйте наведені нижче мотиви професійної діяльності від 1 до 18 залежно від значущості кожного з них для Вас особисто (1 – найбільш значущий мотив, 2 – менш значущий,... 18 – найменш значущий мотив).

№	Твердження
	- бажання підвищити якість вітчизняної професійної (професійно-технічної) освіти;
	- бажання підняти престиж закладу професійної (професійно-технічної) освіти в суспільстві;
	- бажання створити заклад інноваційного типу, щоби краще готувати прийдешні покоління до життя в нових умовах;
	- бажання ефективно управляти професійно-технічним навчальним закладом;
	- прагнення ефективно вирішувати проблеми діяльності професійної (професійно-технічної) освіти;
	- прагнення працювати з командою закладу професійної (професійно-технічної) освіти щодо формування його позитивного іміджу;
	- прагнення сприяти впровадженню нових програм та технологій навчання з метою забезпечення якості освіти;
	- бажання мати гарні відгуки громадськості про діяльність керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти
	- бажання ствердити репутацію керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти як одного з найкращих;
	- бажання представляти на широкий загальний успіхи в діяльності закладу професійної (професійно-технічної) освіти;
	- прагнення ствердитися за рахунок позитивного іміджу в очах оточуючих людей
	- бажання оволодіти методиками професійно-особистісного розвитку як керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти;
	- бажання реалізувати власний творчий потенціал у професійній діяльності;
	- прагнення знати методики та умови формування позитивного іміджу закладу професійної (професійно-технічної) освіти та його керівника;
	- бажання мати впевненість у стабільності свого робочого місця;
	- прагнення поліпшити власне матеріальне становище;
	- бажання забезпечити високий рівень матеріально-технічної бази закладу професійної (професійно-технічної) освіти;
	- бажання мати широкі соціальні зв'язки та активно взаємодіяти з партнерами та спонсорами.

Ключ до методики 3

1. Соціальні мотиви

- бажання підвищити якість вітчизняної професійної (професійно-технічної) освіти;

- бажання підняти престиж закладу професійної (професійно-технічної) освіти в суспільстві;
- бажання створити заклад інноваційного типу, щоби краще готувати прийдешні покоління до життя в нових умовах;

2. Власне управлінські мотиви:

- бажання ефективно управляти професійно-технічним навчальним закладом;
- прагнення ефективно вирішувати проблеми діяльності професійної (професійно-технічної) освіти;
- прагнення працювати з командою закладу професійної (професійно-технічної) освіти щодо формування його позитивного іміджу;
- прагнення сприяти впровадженню нових програм та технологій навчання з метою забезпечення якості освіти;

3. Престижні мотиви:

- бажання мати гарні відгуки громадськості про діяльність керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти
- бажання ствердити репутацію керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти як одного з найкращих;
- бажання представляти на широкий загал успіхи в діяльності закладу професійної (професійно-технічної) освіти;
- прагнення ствердитися за рахунок позитивного іміджу в очах оточуючих людей

4. Мотиви саморозвитку:

- бажання оволодіти методиками професійно-особистісного розвитку як керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти;
- бажання реалізувати власний творчий потенціал у професійній діяльності;
- прагнення знати методики та умови формування позитивного іміджу закладу професійної (професійно-технічної) освіти та його керівника;

5. Прагматичні мотиви:

- бажання мати впевненість у стабільності свого робочого місця;
- прагнення поліпшити власне матеріальне становище;
- бажання забезпечити високий рівень матеріально-технічної бази закладу професійної (професійно-технічної) освіти;
- бажання мати широкі соціальні зв'язки та активно взаємодіяти з партнерами та спонсорами.

Методики дослідження когнітивно-операційної складової психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти

Оцінка самоконтролю в спілкуванні (автор М. Снайдер)

Інструкція. У тексті наведені висловлювання, які стосуються Ваших особистих вчинків у різних ситуаціях. Оскільки тут немає абсолютно однакових висловлювань, то будьте уважні перед тим, як відповісти. Якщо твердження правильне (або в основному правильне), то поставте «+». Якщо

висловлювання не підходить до опису вашої поведінки або в основному не підходить, то поставте знак «-».

Текст опитувальника:

1. Мені важко наслідувати поведінку інших людей.
2. На зустрічах, вечірках, в компанії я не намагаюся зробити або сказати те, що повинно подобатися іншим.
3. Я можу захищати лише ті ідеї, в які вірю сам.
4. Я можу імпровізувати навіть по такій темі, в якій зовсім не розбираюся.
5. Я думаю, що у мене є здатність справляти враження на інших людей і розважати їх.
6. Я, ймовірно, міг би стати гарним актором.
7. У групі я рідко є центром уваги.
8. У різних ситуаціях і з різними людьми я поводжуся найрізноманітнішим чином.
9. Навряд чи я досягаю успіху тоді, коли намагаюся сподобатися іншим людям.
10. Я не завжди та людина, якою здаюся іншим людям.
11. Я не зраджу свої думки або поведінки, щоб сподобатися іншим людям.
12. Я погодився б бути тамадою на вечірці.
13. Я ніколи не був вдалий в іграх, що вимагають імпровізації.
14. Мені важко змінити свою поведінку, щоб відповідати певній ситуації або підлаштуватися під певну людину.
15. На вечірках або в компанії я надаю іншим людям можливість розповідати жарти й анекдоти.
16. Я відчуваюся трохи скутим у групах і компаніях, не можу в повній мірі виразити себе.
17. Я можу дивитися в очі іншій людині й незворушно брехати, якщо це треба для справи.
18. Я можу обдурити інших людей тим, що здаюся доброзичливим по відношенню до них, коли в дійсності вони мені зовсім не симпатичні.

Ключ для обробки результатів:

Згода з висловлюванням «+» і незгоду з ним «-» означає рівень вираженості самомоніторинга у досліджуваного. Максимальна кількість балів – 18 (найвищий рівень самомоніторингу).

«+» – питання 4, 5, 6, 8, 10, 12, 17, 18.

«-» – питання 1, 2, 3, 7, 9, 11, 13, 14, 15, 16.

Аналіз ситуації маркетингової активності у професійної діяльності керівника закладу професійно-технічної освіти (авторська розробка)

Ситуація 1. За аналізом кількості заяв, в порівнянні з минулими роками, Ви помітили що зменшилась кількість бажаючих навчатися в закладі яким Ви керуєте. Ващі дії?

Ситуація 2. Протягом двох-трьох місяців про заклад, яким Ви керуєте, в соцмережах пишуть не дуже позитивні відгуки. Ващі дії?

Ситуація 3. У закладі яким ви керуєте, матеріально-технічна база не відповідає сучасним вимогам. Ващі дії?

Ситуація 4. В порівнянні з минулими роками у закладі яким Ви керуєте відбулися зміни викладацького складу і на жаль відгуки про їх професіоналізм не відповідають вимогам вашої установи. Ващі дії?

Ситуація 5. В порівнянні з минулими роками у закладі яким Ви керуєте відбулися зміни які привели до збільшення кількості бажаючих навчатися в закладі, покращалася матеріально-технічна база, кількість позитивних відгуків збільшилася, як про заклад так і про надання освітніх послуг. Ващі дії?

Аналізуються проблемні ситуації управлінської діяльності у контексті маркетингу освітніх послуг, конструктивне розв'язання яких можливе за умови наявності високого рівня відповідної психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти;

***Методика «Імідж керівника закладів професійно-технічної освіти»
(автор – М. Фадєєва, за модифікацією С. Казакової)***

1. Оцініть імідж Вашого закладу професійної (професійно-технічної) освіти від 1 до 5 балів (5 балів-найвищий)

1 2 3 4 5

2. З чого, на вашу думку складається позитивний імідж керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти?

3. Оцініть Ваш персональний імідж як керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти від 1 до 5 балів (5 балів-найвищий)

1 2 3 4 5

4. Що означає, на вашу думку, поняття «імідж керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти»?

5. Як ви оцінюєте свої знання щодо формування позитивного іміджу керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти:

5.1. Є досконалыми.

5.2. Потребують вдосконалення.

5.3. Є недосконалыми і потребують спеціального навчання.

6. Якими є складові особистісної готовності керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти до формування позитивного іміджу?

7. Оцініть Вашу особистісну готовність до формування позитивного іміджу у закладі професійної (професійно-технічної) освіти від 1 до 5 балів (5 балів-найвищий)

1 2 3 4 5

8. Якими є етапи формування позитивного іміджу керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти?

9. Яку наукову літературу, методичні посібники з формування іміджу керівника організації ви читали? Укажіть, по можливості, їх назву та авторів (основні, що пам'ятаєте). Оцініть Вашу психологічну готовність до маркетингу освітніх послуг у закладі професійної (професійно-технічної) освіти від 1 до 5 балів (5 балів-найвищий).

БЛОК 3. РОЗВИВАЛЬНИЙ КОМПОНЕНТ

Зразки розвивальних вправ для використання в тренінгу

- *Вправа «Маркетинг у моєму житті»*

Мета: визначення як ставляться керівники закладів професійно-технічної освіти до маркетингу в їх закладах (до іміджу керівника, до іміджу установи)

Опис вправи. Пропонується написати в стовпчик цифри від 1 до 7 і сім разів письмово закінчити вислів: «Маркетинг для мене...».

Обговорення: після того, як управлінці напишуть свої висловлювання, їм пропонується розповісти групі про свій досвід, про свої думки з цього приводу. Слід також проаналізувати, наскільки легко чи важко було кожному учаснику впоратися з цим завданням.

- *Рольова гра «Психологічні стратегії конкуренції керівника закладу професійно-технічного закладу»*

Опис вправи. Аудиторія розподіляється на групи. Кожна група отримує від ведучого кейс, в якому наведено приклади конкуренції в діяльності професійно-технічного закладу. Кожна група програє найбільш ефективний та результативний спосіб поведінки особистості в ситуації конкурентної взаємодії.

Обговорення: по завершенню завдання учасники тренінгу висловлюють свої відчуття від тієї взаємодії, в якій вони знаходилися під час програвання кейсів. Аналізуються конструктивні та деструктивні наслідки від поведінки учасників конкурентної взаємодії, ситуації ігнорування/уникання конкуренції. Визначаються шляхи конструктивної взаємодії, кейси програються в її контексті.

Здійснюється обговорення її результативності та психологічних особливостей порівняно з іншими стратегіями.

- *Ділова гра «Формування позитивного іміджу закладу професійно-технічної освіти»*

Мета: в наслідок ділової гри керівники професійно-технічних закладів приймають управлінське рішення.

Опис вправи. Слухачі діляться на групи. Учасникам пропонується скласти план розвитку позитивного іміджу закладу професійно-технічної освіти, з урахуванням специфіки закладу.

Обговорення: групи презентують свій план с подальшим его обговорюванням.

- *Обговорення відомої притчи про трьох каменярів*

Опис вправи. Кожний із каменярів давав своє пояснення власної роботи («тягаю каміння», «заробляю на хліб», «будую дім, де будуть жити люди»).

Обговорення таких питань: 1) чому каменярі давали різні відповіді; 2) як би ви визначили головний сенс своєї професійної діяльності на початку роботи? Зараз? Через 1 рік? Через 5 років?

Після того учасникам пропонується інструкція зробити малюнки визначених сенсів кольоровими олівцями. Малюнки збираються, учасники діляться враженнями від них, оцінюють відмінності в змісті, кольоровій гамі, осмислюють цінності професійної діяльності тепер і в майбутньому.

- *Вправа «Пропозиція»*

Мета: навчитися вибирати способи і методи створення та посилення мотивації іншої людини.

Опис вправи. Зараз я пропоную вам розбитися на дві команди. Завдання кожної з команд – розробити план створення або посилення мотивації в учасника команди суперника. Кого ви будете мотивувати, ви вибираєте самі. Головна ваша мета – зуміти використовувати такі мотиви, які допомогли б вам переманити учасника іншої групи в вашу команду. Ви можете використовувати найрізноманітніші мотиви, головне, щоб вони мотивували учасника протилежної команди на перехід в вашу команду.

Обговорення. Далі всі учасники обговорюють, які мотиви надали найбільш істотний вплив на рішення гравців перейти / не перейти в іншу команду.

- *Вправа «Автономізація мотиву»*

Мета: спроектувати і реалізувати ситуацію, в якій у інших людей відбувалася б автономізація мотиву.

Автономізація мотиву – це перетворення початкового мотиву в самостійний мотив.

Наприклад. Керівнику закладу професійно-технічної освіти запропонували пройти психологічний тренінг для того, щоб навчитися мотивувати своїх підлеглих. Він настільки захопився психологією, що перейшов на роботу в психологічний центр, в якому проходив тренінг.

Опис вправи. Група ділиться на дві команди. Команда 1 повинна буде викликати автономізацію мотиву у команди 2, команда 2 – у команди 1.

Ваше завдання – домогтися того, щоб команда, яку ви будете мотивувати, настільки захопилася роботою, що забула про свою первісну мету.

- *Вправа «Автопілот»*

Мета: усвідомлення своїх прагнень, підвищення впевненості в своїх силах.

Опис вправи. Учасники розмірковують про те, якими їм хотілося б стати: як себе вести, як ставитися до себе і оточуючих і т.д. Відповідно до цього кожен складає програму для свого «автопілоту» за певною схемою, наприклад: «Я впевнений в собі; я доброзичливий».

Обговорення. Коли програма готова, кожен учасник читає її вголос так, щоб у присутніх виникло переконання, що ця людина саме така.

- *Вправа «Самореклама»*

Слухачам пропонується описати себе або сусіда так, щоби себе (його) презентувати перед колективом з найкращого боку. Обговорити в групах результати.

- *Вправа «Професійний шлях успішного керівника»*

Мета: визначити основні етапи професійного шляху управлінців, розуміння ними успішної кар'єри, гармонійного поєднання професійної діяльності з іншими сферами життя, особистісним розвитком тощо.

Учасники мають намалювати професійний шлях успішного керівника, співставити його зі своїм життєвим шляхом, обговорити в групах результати.

- *Вправа «Дюжина» або «Інтелектуальна розминка»*

Мета: тренування навичок впевненої поведінки в ситуаціях, коли потрібно оперативно реагувати на мінливу ситуацію.

Опис вправи: Учасники розташовані в колі. Ведучий показує на будь-якого з них і називає число від 2 до 12. Той, на кого показав ведучий, демонструє на пальцях назване число (якщо воно більше 10, то в два прийоми). Той, хто стоїть праворуч від нього, демонструє на пальцях число на одиницю менше, наступний правий сусід – ще на одиницю менше і т.д., поки не буде досягнутий нуль. Хто помилиться або забариться – вибуває з гри.

Обговорення: Які вміння, з точки зору учасників, розвиваються в цій вправі?;

- *Рольова гра «Реклама опонента»*

Двом учасникам пропонувалося прорекламувати колегу таким чином, щоб аудиторії було зрозуміло які якості є у нього та з'явилося бажання порекомендувати іншим заклад професійно-технічної освіти яким він керує.

Обговорення: Які вміння, з точки зору учасників, розвиваються в цій вправі?;

- *Вправа «Знайомство із собою»*

Мета: розвиток уміння саморозкриття на основі саморефлексії.

Опис вправи: кожний учасник поділяє аркуш на дві частини вертикальною лінією, ліву частину відмічає знаком «+», праву – знаком «-», під знаком «+» перераховується те, що особливо подобається (в маркетингу, в людях, в собі тощо), а під знаком «-» – те, що особливо неприємне, наприклад, «не люблю агресивних людей» тощо. Всі по черзі зачитують свої записи вголос.

Обговорення результатів. (здатність управлінців до ефективних маркетингових комунікацій, у тому числі, здатності до самоконтролю у спілкуванні зі споживачами освітніх послуг);

- *Робота в малих групах*

Слухачі спільно малюють «Портрет успішного керівника закладу професійно-технічної освіти» з подальшою презентацією і обговоренням результатів.

- *Ділова гра «Вгадай стиль спілкування»*

Мета: навчити учасників діагностувати стиль спілкування – свій і співрозмовника, з'ясувати чинники, що впливають на вибір того чи іншого стилю спілкування, виробити навички швидкого вибору найкращого варіанту власної поведінки.

Обговорення: учасники-глядачі аналізують продемонстровані сценки, відповідаючи на наступні питання: Як можна назвати стиль спілкування, який показала підгрупа?

- *Вправа «Реклама»*

Учасникам пропонується визначити якомога більше різноманітних варіантів реклами їх закладу професійно-технічної освіти.

- *Вправа «Один проти усіх»*

У процесі якої учасник, що виконує роль «керівника закладу професійно-технічної освіти» мусить переконати інших учасників експериментальної групи («колектив») ухвалити непопулярне рішення, якому група чинить опір, при обговоренні результатів особливу увагу слід звернути на особливості встановлення контакту з аудиторією, переконливості аргументів й образу керівника та ін.;

- *Вправа «Промовець»*

Мета: вправа спрямована на закріплення установки на особистісний розвиток.

Опис вправи: учасники розбиваються на пари і їм пропонується переконати співрозмовника у необхідності особистісного розвитку для керівника професійно-технічної освіти.

- *Вправа «Створення «квітки»*

Мета: рефлексія та побудова власного профілю конкурентоздатності
Опис вправи: кожна пелюстка квітки – представленість розвитку комплексу психологічних характеристик конкурентоздатності особистості в умовах організаційного розвитку. Всі відкладені на зворотному боці пелюсток показники утворюють «власний профіль конкурентоздатності» кожного учасника тренінгу. Здійснюється самоаналіз важливості розвитку характеристик конкурентоздатності, залежно від потреб учасників у їх розвитку, специфіки діяльності їх професійно-технічного закладу, професійно-технічної діяльності та ін. *Обговорення:* за бажанням учасників відбувається презентація результатів роботи.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бондарчук, О. І. Проблеми психологічної готовності керівників професійно-технічних навчальних закладів до маркетингу освітніх послуг / О. І. Бондарчук, С. В. Казакова // Актуальні проблеми психології : зб. наук. 38го. Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [38гоб. Кол. : С. Д. Максименко (гол. 38гоб.) та 38го.]. – К., 2014. – Т. 1 : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія / за 38гоб. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – Вип. 41. – С. 70–75.
2. Бондарчук О. І. Психологія управління в освіті : курс лекцій та завдання для навч. практикуму для слухачів очно-дистанційної форми навчання в системі післядипломної педагогічної освіти / [О.І. Бондарчук, Л.М. Карамушка, Н.Л. Коломінський та ін.]. – К. : Валевіна, 2006. – 195 с.
3. Бондарчук О. І. Соціально-психологічні основи особистісного розвитку керівників загальноосвітніх навчальних закладів у професійній діяльності : монографія / О. І. Бондарчук. – К. : Наук. світ, 2008. – 318 с.
4. Бондарчук Е., Казакова С. Проблеми психологічної готовності керівників / в професійно-технічних навчальних закладів до маркетингу освітніх послуг. // Актуальні проблеми психології. Зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України, Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія, Київ, 2014, № 41, с.70-75.
5. Бояринцева А. В. Мотивационно-когнитивные характеристики личности молодого предпринимателя : дис.... канд. психол. наук : 19.00.01 / А. В. Бояринцева. – М., 1995. – 249 с.
6. Ванькина, И. В. Маркетинг образования: уч. Пособие / И. В. Ванькина, А. П. Егоршин, В. И. Кучеренко. – М. : Университетская книга. Логос, 2007 – 336 с.
7. Волянюк Н. Ю. Психологія професійного становлення тренера : монографія / Н. Ю. Волянюк. — Луцьк : Волинська обласна друкарня, 2006. — 444 с.
8. Исаев Е. И. Антропологический принцип в психологии / Е. И. Исаев, В. И. Слободчиков // Вопросы психологии. — 1998. — № 5. — С. 3—17.
9. Захарова, И. В. Маркетинг образовательных услуг [Текст] / И. В. Захарова. – Ульяновск : УлГТУ, 2008. – 170 с.
10. Карамушка Л. М. Психологія освітнього менеджменту: навч. посіб./ Л. М. Карамушка. – Київ : Либідь, 2004. – 424 с.
11. Карамушка Л. М. Тренінг «Психологічні основи управління змінами в освітніх організаціях» // Актуальні проблеми психології : зб. наук. праць Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / За ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : Наук. світ, 2007. – Т. 1. – Ч. 19. – С.3–7.
12. Карпов, Е. Б. Психология продвижения образовательных услуг в системе открытого образования [Текст] : дис... доктор психол. Наук / Е. Б. Карпов. – М., 2004. – 503 с.
13. Креденцер, О. Інноваційність як важлива психологічна характеристика підприємницької поведінки менеджерів освітніх організацій у контексті організаційного розвитку [Текст] / О. В. Креденцер // Актуальні

проблеми психології : зб. наук. З9го. Інституту психології імені Г. С.Костюка НАПН України / [З9гоб. Кол. : С. Д. Максименко (гол. З9гоб.) та З9го.]. – К. : А.С.К., 2010. – Т. I : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія / за З9гоб. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – 2010. – Ч. 27. – С. 70–78.

14. Митина Л. М. Психология конкурентоспособной личности / Л. М. Митина. – М. : МПСИ, 2002. – 400 с

15. Мозер, К. Психология маркетинга и рекламы / Клаус Мозер; пер с нем. – Х. : Изд-во Гуманитарный Центр, 2004. – 380 с.

16. Мороз. Л. Основи професійно-психологічного тренінгу : (У запитаннях і відповідях) : навч. посіб. / Л. Мороз. – К. : Видавець ПАЛИВОДА А. В., 2004. – 130 с.

17. Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности: учеб. пособие / под ред. Г. С. Никифорова, М. А. Дмитриевой, В. М. Снеткова. – С.Пб. : Речь, 2003. – С. 190–208.

18. Психологічна підготовка керівників освітніх організацій до діяльності в умовах змін : посібник / за наук. З9гоб. О. І. Бондарчук. – К., 2014. – 194 с. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/8298>

19. Радзімовська, О. В. Психолого-педагогічна технологія розвитку професійної ідентичності учнів професійно-технічних навчальних закладів / О. В. Радзімовська : [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/3197>

20. Технології роботи організаційних психологів : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. та слухачів ін-тів післядиплом. освіти / за наук. ред. Л. М. Карамушки. – К. : ІНКОС, 2005. – 366 с.

21. Технологія підготовки персоналу освітніх організацій до роботи в умовах соціально-економічних змін : навч.-метод. посіб. / за ред. Л. М. Карамушки. – Біла Церква : КОІПОПК, 2008. – 100 с.

22. Фадеєва, М. В. Психологічна підготовка керівників загальноосвітніх навчальних закладів до формування позитивного іміджу освітньої організації / М. В. Фадеєва: автореф. гоб. канд. психол. наук : 19.00.07 – ДВНЗ «Університет менеджменту освіти». – К., 2010. – 20 с.

23. Фетискин Н. П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Н. П. Фетискин, В. В. Козлов, Г. М. Мануйлов — М. : Изд-во Институт психотерапии, 2005. — 490 с.

24. Фрейджер, Р. Личность. Теории, упражнения, эксперименты / Роберт Фрейджер, Джеймс Фейдимен ; пер. с англ. Е. Будаговой, М. Васильевой, В. Кучерявкина [и др.] – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2006. – 704 с. – (Большая университетская библиотека).

ГЛОСАРІЙ

Групова дискусія – активний метод, який може привести до нового погляду на обговорювану проблемну ситуацію.

Дискусія – це форма колективного обговорення, мета якого — виявити істину або знайти правильний розв'язок порушеного питання через висловлення власних міркувань та зіставлення поглядів опонентів на проблему

Інтерактивні методи – форма навчання, у процесі якого лектор та слухачі перебувають у режимі діалогу, бесіди між собою

Маркетинг – це процес управління, який виявляє, передбачає і задовольняє вимоги споживача при дотриманні принципів ефективності і прибутковості.

Маркетинг освітніх послуг – це процес управління, який виявляє, передбачає і задовольняє вимоги споживача та спонукає його до трансформації его мотивів.

Міні-лекція – проводяться на початку заняття, впродовж десяти хвилин на одне з питань теми.

«Мозковий штурм» – це спосіб вирішення питань, заснований на стимулюванні творчої активності групи учасників

Мотиви маркетингу освітніх послуг:

1) *соціальні*: прагнення ефективно вирішувати проблеми діяльності закладу професійної (професійно-технічної) освіти на ринку освітніх послуг; бажання створити і просувати на ринку освітніх послуг заклад інноваційного типу, щоби краще готувати прийдешні покоління до життя в нових умовах; бажання мати широкі соціальні зв'язки та активно взаємодіяти зі споживачами освітніх послуг, партнерами та спонсорами;

2) *власне професійні*: бажання ефективно управляти професійно-технічним навчальним закладом; прагнення сприяти впровадженню нових програм та технологій навчання з метою активного просування освітніх послуг у сфері професійно-технічної освіти; бажання підвищити якість вітчизняної професійної (професійно-технічної) освіти; прагнення працювати з командою закладу професійної (професійно-технічної) освіти щодо формування його позитивного іміджу;

3) *престижні*: бажання представляти на широкому загалі успіхи в діяльності закладу професійної (професійно-технічної) освіти; прагнення ствердитися за рахунок позитивного іміджу в очах оточуючих людей; бажання підняти престиж закладу професійної (професійно-технічної) освіти в суспільстві; бажання ствердити репутацію керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти як одного з найкращих;

4) *мотиви особистісного та професійного самовдосконалення*: бажання реалізувати власний творчий потенціал у професійній діяльності; прагнення знати методики та умови формування позитивного іміджу закладу професійної (професійно-технічної) освіти та його керівника;

бажання оволодіти методиками професійно-особистісного розвитку як керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти;

5) *прагматичні*: бажання мати гарні відгуки громадськості про діяльність керівника закладу професійної (професійно-технічної) освіти; прагнення поліпшити власне матеріальне становище; бажання мати впевненість у стабільності свого робочого місця; бажання забезпечити високий рівень матеріально-технічної бази закладу професійної (професійно-технічної) освіти.

Освітні послуги – це комплекс визначених законодавством, освітньою програмою та/або договором дій суб'єкта освітньої діяльності, що мають визначену вартість та спрямовані на досягнення здобувачем освіти очікуваних результатів навчання.

Презентація (англ. presentation) – це процес ознайомлення слухачів з певною темою. Зазвичай це демонстрація, лекція чи промова, з метою проінформувати чи переконати когось (Вікіпедія). Міні-презентації – це та ж презентація, але меншого обсягу.

Рольова гра – це моделювання ситуації, де учасникам пропонується виконати роль якого-небудь людини в знайомих для них обставин або ситуаціях.

Складові психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг:

мотиваційна: сукупність мотивів, адекватних цілям і завданням маркетингу освітніх послуг; критерій: умотивованість і позитивне ставлення.

когнітивна: сукупність знань, необхідних для здійснення маркетингової діяльності в освітній галузі критерій: обізнаність і розуміння.

операційна: сукупність умінь і навичок практичної діяльності в сфері маркетингу освітніх послуг; критерій: дієвість і практикоорієнтованість.

особистісна: сукупність особистісних якостей менеджерів освіти, значущих для маркетингової діяльності; критерій: підприємливість і конструктивність спілкування.

Спрямованість:

1) особистісна (спрямованість на себе – НС) зв'язується з переважанням мотивів власного благополуччя, прагнення до особистого першості, престижу. Така людина найчастіше буває зайнятий самим собою, своїми почуттями і переживаннями і мало реагує на потреби людей навколо себе. В роботі бачить насамперед можливість задовольнити свої домагання.

2) колективістська (спрямованість на взаємодію – НВ) має місце тоді, коли вчинки людини визначаються його потребою в спілкуванні, прагненням підтримувати гарні відносини з товаришами по роботі. Така людина проявляє інтерес до спільної діяльності.

3) ділова (спрямованість на завдання – НЗ) відображає переважання мотивів, породжуваних самою діяльністю, захоплення процесом діяльності, безкорисливе прагнення до пізнання, оволодіння новими вміннями і навичками. Зазвичай така людина прагне співпрацювати з колективом і домагається найбільшої продуктивності групи, а тому намагається

аргументувати точку зору, яку вважає корисною для виконання поставленого завдання.

Тип установки щодо інших людей як специфічна оцінна диспозиція особистості виступає важливим діагностичним критерієм в силу того, що розкриває властивості ціннісного підходу до інших людей і в значній мірі зумовлює модальність, інтенсивність, глибину їх сприйняття та вибір відповідних поведінкових реакцій.

1) *Ситуативно-суб'єктивний тип* установки відрізняється схильністю диференціювати своє ставлення до інших в залежності від власного емоційного стану, ситуативного сприйняття обставин та відчуття власного прийняття оточуючими. Слабкий емоційний контроль та відсутність емоційної стабільності призводить до різких коливань настрою, під впливом суб'єктивних чинників.

2) *Функціонально-діловий тип* установки характеризується диференційним ставленням до людей в залежності від корисності, поділом оточуючих на категорії: корисні, малокорисні, некорисні. До «корисних» ставлення позитивне, уважне, з проявом заохочення.

3) *Нейтрально-байдужий тип*, в основі якого лежить закритість особистості від емоційного втручання до себе і відсутність прояву інтересу і щирості до інших. Особистість знаходиться у закритому панцирі, який відсторонює її від інших на емоційному рівні, спілкування ввічливе, рівне, але поверхове і відчужене.

4) *Сховано-негативний тип*, прояв якого збільшується у часовій динаміці останніх років має характерну розпізнавальну особливість – помічати та виділяти негативні моменти у інших, на які експресивно реагує, породжуючи агресивність та недобррозичливість оточуючих.

5) *Активно-позитивний тип* установки виступає професійно важливою якістю фахівців типу професій «людина-людина», характеризується доброзичливим ставленням до всіх, без оцінювання та вимог. Особистість авансує іншим добре ставлення і викликає зустрічну доброзичливість, завищує оцінки іншим, не помічає негативу, налаштована на все позитивне. породжує коло себе атмосферу доброзичливості й урівноваженості.