

**ЛІТЕРАТУРА:**

1. Зинченко В.П. Психология телесности между душой и телом / В.П.Зинченко, Т.С. Леви. – М. : АСТ: АСТ МОСКВА, 2005. – 731 с.
2. Леонтьев Д.А. Тест жизнестойкости / Д.А. Леонтьев, Е.И. Рассказова. – М. : Смысл, 2006. – 63 с.
3. Люсин Д.В. Новая методика для измерения эмоционального интеллекта: опросник ЭМИн // Д.В. Люсин / Психологическая диагностика. – 2006. – № 4. – С. 3–22.
4. Психологические тесты / Под ред. А.А. Карелина. – М. : Эксмо, 2007. – 416 с.
5. Сандомирский М.Е. Психосоматика и телесная психотерапия: Практическое руководство / М.Е. Сандомирский. – М. : Класс, 2005. – 592 с.
6. Тест Куна. Тест «Кто Я?» (М. Кун, Т. Макпартленд; модификация Т.В. Румянцевой) / Румянцева Т.В.

Психологическое консультирование: диагностика отношений в паре – СПб., 2006. С.82–103.

7. Туник Е.Е. Диагностика креативности. Тест Е. Торренса / Е.Е. Туник. – СПб.: ИМАТОН, 1998. – 171 с.
8. Тхостов А.Ш. Психология телесности / А.Ш. Тхостов. – М. : Смысл, 2002. – 287 с.
9. Уляева Л.Г. Самореализация личности спортсмена как субъекта двигательной активности : монография / Л.Г. Уляева, Г.Г. Уляева, Б.Б. Раднагуруев; под общ. ред. Л.Г. Уляевой. – М. : Издатель Мархотин П. Ю., 2014. – 144 с.
10. Хомуленко Т.Б. Психосоматика: культурно-исторический подход: Навч.-метод. посіб. / Т.Б. Хомуленко, І.О. Філенко, К.І. Фоменко, О.С. Шукалова, М.В. Коваленко. – Х. «Диса плюс», 2015. – 264 с.
11. Хомуленко Т.Б. Психосоматичний підхід у проблематиці психології розвитку: теоретичні та практичні аспекти. / Т.Б. Хомуленко, Я.О. Василенко, М.В. Коваленко. // Вісник ХНПУ імені Г.С. Сковороди. Психологія, Вип. 49. – Х. : ХНПУ, 2014. – С. 176–192.

УДК 378.091:159.955-026.15:339.138-051

## МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ СКЛАДОВОЇ ПРОФЕСІЙНОГО МИСЛЕННЯ МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ

Кучинова Н.М., аспірант  
кафедри психології

Запорізький національний університет,  
старший викладач кафедри соціально-гуманітарної  
та фундаментальної підготовки

Західнодонбаський інститут Міжрегіональної  
Академії управління персоналом

У статті презентовано модель розвитку креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів. Визначено поняття професійного мислення маркетолога. Представлено компоненти креативної складової професійного мислення фахівців з маркетингу. Висвітлено психолого-педагогічні умови створення креативного середовища у підготовці майбутніх маркетологів. Розкрито основні аспекти програми розвитку креативної складової професійного мислення студентів-маркетологів.

**Ключові слова:** професійне мислення, маркетолог, креативна складова професійного мислення маркетолога, креативне середовище.

В статье представлена модель развития креативной составляющей профессионального мышления будущих маркетологов. Определено понятие профессионального мышления маркетолога. Представлены компоненты креативной составляющей профессионального мышления специалистов по маркетингу. Освещены психолого-педагогические условия создания креативной среды в подготовке будущих маркетологов. Раскрыты основные аспекты программы креативной составляющей профессионального мышления студентов-маркетологов.

**Ключевые слова:** профессиональное мышление, маркетолог, креативная составляющая профессионального мышления маркетолога, креативная среда.

Kuchynova N.M. DEVELOPMENT MODEL OF CREATIVE COMPONENT OF FUTURE MARKETING SPECIALISTS' PROFESSIONAL THINKING

The model of creative component of future marketing specialists' professional thinking has been presented in the article. The notion of marketing specialist's professional thinking has been defined. The components of creative activity of future marketing specialists' thinking are presented. The article highlights psycho-pedagogical modalities for the establishment of creative environment in the training of future specialists in marketing. The basic aspects of the development program of creative component of marketing students' professional thinking have been disclosed.

**Key words:** professional thinking, marketing specialist, creative component of marketing specialist's professional thinking, creative environment.



**Постановка проблеми.** На сьогодні необхідність підготовки високопрофесійних кадрів в області маркетингу зумовлена сучасним розвитком економіки України, яка все більше набуває рис традиційної конкурентної економіки. Зараз компаніям необхідні професійно навчені, креативно мислячі фахівці, які вміють розробляти сучасні маркетингові концепції, висувати креативні ідеї та володіють широким спектром маркетингових інструментів. Вітчизняна вища школа повинна готувати маркетологів, які здатні ефективно вирішувати сучасні ринкові проблеми, поєднувати творчу, аналітичну роботу та роботу з технологіями. Водночас аналітики відмічають, що існує значний дисонанс між тим, що хочуть роботодавці, і тим, що можуть запропонувати маркетологи-випускники. Пошук шляхів вирішення цього протиріччя є важливим завданням сучасної психолого-педагогічної науки і практики.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Різним аспектам професійного мислення присвячені роботи вітчизняних та зарубіжних науковців: Г.Г. Валіулліної (проблеми професійного мислення студентів); О.В. Герцен (дослідження професійного мислення економістів); Т.Є. Гури (професійне мислення психологів); Л.Р. Джелілової (особливості професійного мислення вчителів); Л.В. Засєкіної (професійно-творче мислення майбутніх фахівців іноземної мови); Г.М. Топузової (професійне мислення у студентів управлінських спеціальностей у вишах) та інших.

Проблемам розвитку креативності присвячено праці вчених Т.О. Баришевої (психологічна структура креативності), Р.В. Белоусової (особливості комунікативної креативності), Н.Ф. Вишнякової (психологічні основи розвитку креативності в професійній акмеології), Н.Ю. Малій (розвиток креативної складової професійного мислення майбутніх педагогів), Л.Г. Пузеп (психологічні механізми розвитку креативності особистості), М.В. Саврасова (емоційно-мотиваційні складові креативності особистості), О.П. Тарасової (розвиток креативного потенціалу майбутнього дизайнера).

Водночас не вирішеними залишаються проблеми розвитку креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів.

**Постановка завдання.** Мета статті – презентувати модель розвитку креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Аналіз наукових джерел з проблематики професійного мислення показав, що воно є важливою складовою професійної майстерності фахівця та забезпечує успішне виконання професійних задач, прийняття оригінальних управлінських рішень у певній сфері діяльності; є втіленням професійних компетенцій особистості та умовою її професійного розвитку [4; 9].

Професійне мислення маркетолога має певні особливості, зумовлені специфікою маркетингової діяльності в умовах нової економіки. До них аналітики перш за все відносять аналітичність, стратегічність, інтегративність, системність, ергономічність, творчу інтуїцію, винахідливість [4]. Проте провідне значення надають креативності як цілісному системному утворенню, що визначає творчий характер діяльності людини [12].

Для розуміння креативності як важливої складової професійного мислення фахівців з маркетингу вважали за доцільне визначити її психологічну структуру. Так, на підставі аналізу наукових джерел (Т.А. Баришева [1], Р.В. Белоусова [2], Н.В. Вишнякова [3], Н.Ю. Малій [9], Л.Г. Пузеп [12], М.В. Саврасов [13], О.П. Тарасова [14] та інші) було виділено структурні компоненти креативної складової професійного мислення маркетолога (КСПММ): мотиваційний, когнітивно-дивергентний, комунікативний та емоційно-вольовий.

Саме мотивація на успіх, творчість і саморозвиток; узгодженість мотивів та цінностей; розуміння соціальної значущості продуктів професійної діяльності характеризують мотиваційний компонент КСПММ. Показниками когнітивно-дивергентного компоненту визначено рухливість, пластичність та оригінальність мислення; асоціативність; інтуїтивну здібність; здатність до перетворення та прогнозування; винахідливість; творчу уяву; досвід творчої (продуктивної) діяльності. Комунікативний компонент характеризується легкістю у спілкуванні, схильністю до самопрезентації, незалежністю, емоційною стійкістю у спілкуванні, схильністю до маніпуляцій, експресивністю та атракцією. Важливе значення у професійній діяльності маркетолога мають емоційна стійкість фахівця, його професійна витримка, готовність до ризику та рішучість у прийнятті рішень, які є показниками емоційно-вольового компоненту [6].

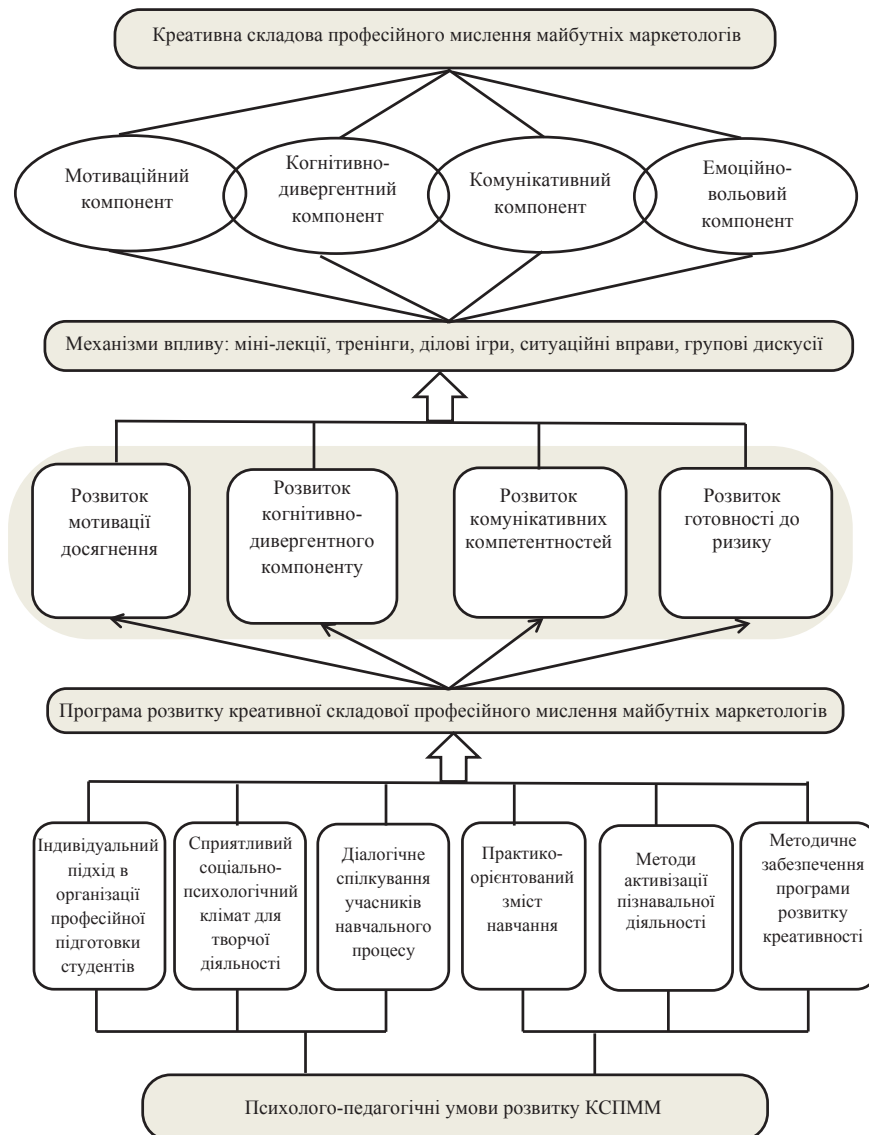
При моделюванні процесу розвитку КСПММ ми виходили з припущення, що цілеспрямований психолого-педагогічний вплив

на розвиток КСПММ студентів-маркетологів, який буде здійснено через створення психолого-педагогічних умов та впровадження комплексної програми розвитку КСПММ, буде сприяти досягненню позитивної динаміки розвитку всіх компонентів креативної складової професійного мислення як складного психологічного утворення.

В розробку моделі було покладено алгоритм, запропонований О.М. Новіковим, за яким розвиток розглядається як цілеспрямований процес, що відбувається за умови його логічної структури [10]. Окресливши компоненти психологічної структури креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів, ми розробили модель розвитку КСПММ як цілісної системи (рис. 1).

Аналіз наукових джерел дав підстави визначити, що розвиток креативності особистості студента успішно відбувається в креативному середовищі, яке створюється за допомогою певних психолого-педагогічних умов [5; 7; 8; 9]. За визначенням Л.Й. Петришина, саме креативне середовище є основою результативності розвитку креативності студентів у процесі професійної підготовки, у якому враховуються психолого-педагогічні закономірності формування креативних здібностей, знань, умінь, що служать основою успішного формування креативної компетентності студентів, та забезпечується творчий характер навчальної діяльності студентів [11].

Вивчення досвіду вітчизняних та зарубіжних дослідників дало можливість ви-



**Рис. 1. Модель розвитку креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів**



ділити психолого-педагогічні умови, які є необхідними і достатніми обставинами організації процесу розвитку креативної складової професійного мислення студентів-маркетологів.

До психологічних умов розвитку КСПММ віднесено:

- реалізацію індивідуального підходу в організації професійної підготовки студентів-маркетологів;
- створення сприятливого соціально-психологічного клімату для творчої діяльності майбутніх фахівців;
- організацію діалогічного спілкування учасників навчального процесу.

Педагогічними умовами розвитку КСПММ визначено:

- впровадження методів активізації пізнавальної діяльності студентів;
- наповнення програми КСПММ практико-орієнтованим змістом;
- методичне забезпечення програми розвитку креативності [15].

Визначені психолого-педагогічні умови розвитку КСПММ, на нашу думку, створять необхідне креативне середовище, яке дасть можливість кожному студенту реалізувати свій творчий потенціал, буде сприяти розвитку креативного мислення та спонукати майбутніх фахівців до творчого саморозвитку.

Важливим елементом моделі розвитку КСПММ є комплексна програма розвитку креативної складової професійного мислення студентів-маркетологів.

Методологічну основу комплексної програми розвитку креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів склали положення системного, особистісно-діяльнісного, діалогічного та праксеологічного підходів. Так, системний підхід передбачає, що кожний психічний процес, явище чи стан людини розглядається як система і досліджується як єдиний організм з урахуванням внутрішніх зв'язків між окремими елементами і зовнішніх зв'язків з іншими системами та об'єктами (Б.Ф. Ломов, С.Д. Максименко, В.Д. Шадріков, Г.П. Щедровицький, Е.Г. Юдін). Особистість студента, його мотиви, мета діяльності, індивідуальний психологічний склад розглядаються в процесі професійної підготовки з позицій особистісно-діяльнісного підходу (Б.Г. Ананьева, І.С. Булах, Л.С. Виготського, В.В. Давидова, Д.Б. Ельконіна, І.О. Зимньої, О.М. Леонтьєва, С.Д. Максименка, С.Л. Рубінштейна, І.С. Якиманської). Впровадження активних методів навчання та групових форм роботи здійснюється на засадах діалогічного підходу, який ґрунту-

ється на активності суб'єкта спілкування і навчання та створює умови її розвитку (Л.Г. Дмитриєва, Л.В. Долинська, Г.В. Дьяконов, Т.О. Флоренська). Ідеї праксеологічного підходу зумовлюють цілеспрямовану підготовку студентів до виконання професійної діяльності з метою досягнення її результативності (І.А. Колеснікова, Т.Котарбінський, Т.Пщоловський, В.О.Козловський).

В розробку комплексної програми розвитку креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів покладено принципи гуманізму, науковості, оптимізації і раціональності, які мають забезпечити її результативність. Також було враховано основні принципи дидактики: усвідомленість, активність, доступність, послідовність.

Метою програми визначено здійснення цілеспрямованого психолого-педагогічного впливу на розвиток креативної складової професійного мислення студентів-маркетологів у процесі навчальної діяльності.

До основних завдань програми розвитку КСПММ віднесено:

- формування у студентів теоретичних уявлень про креативність, складові креативного мислення, технології креативної діяльності;
- розуміння значущості креативної складової професійного мислення у структурі діяльності фахівця з маркетингу та усвідомлення себе як креативної особистості;
- оволодіння прийомами творчої дії та застосування на практиці креативних технологій для найбільш оптимального вирішення проблем у професійній діяльності;
- формування мотиваційної установки на подальший розвиток креативності, зокрема професійної.

Основними компонентами змісту комплексної програми розвитку креативної складової професійного мислення студентів-маркетологів є:

- теоретичний, який відображає систему наукових знань з теорії розвитку креативності особистості, що забезпечують формування високого рівня креативної компетентності у професійній діяльності;
- практико-розвивальний, який формує аналітичні, проєктувальні, конструктивні, комбінаторні уміння і навички у майбутніх маркетологів для вирішення практичних завдань;
- особистісно-креативний, що характеризує оволодіння креативними способами діяльності, перенесення отриманих знань в нетипові (позааудиторні, професійні) ситуації для вирішення нових завдань;
- емоційно-рефлексивний, що дає змогу орієнтувати студентів на самопізнання,



осмислення своїх дій і станів, розвивати прагнення до самовдосконалення в професійній діяльності.

Програма складається із чотирьох модулів, кожен з яких містить теоретичну і практичну частини, які націлені на розвиток мотиваційного, когнітивно-дивергентного, комунікативного та емоційно-вольового компонентів креативної складової професійного мислення студентів-маркетологів.

Перший модуль – «Розвиток мотивації досягнення» – спрямований на формування уявлення студентів про мотиваційну сферу особистості, розкриття впливу позитивної мотивації на результати професійної діяльності людини, розвиток стійкого прагнення до досягнення визначеної мети, підвищення рівня мотивації досягнення успіху студентів-маркетологів.

Метою другого модуля – «Розвиток когнітивно-дивергентного компоненту» – є розкриття особливостей креативного мислення, сприяння розвитку вербальної і невербальної креативності, озброєння студентів-маркетологів прийомами латерального мислення.

Третій модуль – «Розвиток комунікативних компетентностей» – націлений на вдосконалення комунікативної культури студентів, розвиток навичок первинного контакту та підвищення довіри у спілкуванні, формування установки на взаєморозуміння та взаємодію.

Основною метою четвертого модуля – «Розвиток готовності до ризику» – є розвиток у студентів-маркетологів стимулювання інтересу до професійної діяльності, переосмислення сильних сторін своєї особистості, навчання прийомам і методам виходу із ситуацій невизначеності та сприяння формуванню індивідуального стилю поведінки в ситуаціях ризику.

З метою активізації пізнавальної діяльності студентів-маркетологів в процесі навчальної діяльності в програму розвитку КСПММ включено такі механізми психолого-педагогічного впливу, які сприяють оптимізації засвоєння знань, умінь і навичок та стимулюють навчальну активність студентів.

Теоретична складова кожного модуля включає міні-лекції, які розкривають теоретичні аспекти процесів і явищ професійної діяльності маркетолога у мотиваційній сфері, в процесі творчої діяльності, у комунікативному середовищі, в емоційно-вольовій готовності до прийняття рішень.

Практична частина містить тренінгові технології, ділові ігри, ситуаційні вправи, групові дискусії, головною метою яких є підвищення рівня професійної самосвідомості майбутніх фахівців з маркетингу, формуван-

ня практичних навичок маркетингової діяльності, розвиток їх креативного мислення та розкриття творчого потенціалу.

**Висновки з проведеного дослідження.** Пошук шляхів вирішення протиріччя між очікуваннями роботодавців і готовністю маркетологів-випускників до професійної діяльності є важливим завданням сучасної психолого-педагогічної науки і практики. На підставі теоретичних засад дослідження побудовано модель розвитку креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів, яка містить психологічну структуру КСПММ, психолого-педагогічні умови та програму розвитку креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів, механізми впливу на розвиток структурних компонентів КСПММ. У подальших дослідженнях планується висвітлити результати впровадження програми та динаміку розвитку креативної складової професійного мислення студентів-маркетологів.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Барышева Т.А. «Креативность. Опыт самопознания» – технология рефлексивной самоорганизации (self-examination – development) студентов в информационной образовательной среде / Т.А. Барышева // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, 2013. – № 158. – С. 26–36.
2. Белоусова Р.В. Индивидуально-типологические особенности коммуникативной креативности : дис. ... на соискание ученой степени канд. психол. наук. 19.00.01. / Р.В. Белоусова. – Одесса, 2004. – 199 с.
3. Вишнякова Н.Ф. Психологические основы развития креативности в профессиональной акмеологии: автореф. дис. на соискание степени доктора психол. наук : 19.00.13 «Психология развития» / Н. Ф. Вишнякова. – Москва, 1996. – 21 с.
4. Герцен О.В. Педагогические условия развития профессионального мышления у будущих экономистов в образовательном процессе вуза : дис. ... на соискание ученой степени канд. пед. наук. 13.00.08. «Теория и методика профессионального образования» / О.В. Герцен. – Белгород. – 2005. – 173 с.
5. Голубева М.В. Психологические условия и сопрождение развития эмоциональной креативности студентов педагогических специальностей: автореф. дис. на соискание степени канд. психол. наук : 19.00.07 «Педагогическая психология» / М.В. Голубева. – Нижний Новгород, 2013. – 26 с.
6. Кучинова Н.М. Креативна складова професійного мислення маркетолога / Н.М. Кучинова // Проблеми сучасної психології: Збірник наукових праць ДВНЗ «Запорізький національний університет» та Інституту психології ім. Г.С. Костюка НАПН України / За ред. С.Д. Максименко, Н.Ф. Шевченко, М.Г. Ткалич. – Запоріжжя : ЗНУ, 2014. – № 2 (6). – С. 135–148.
7. Лобода О.В. Психолого-педагогічні умови розвитку творчого потенціалу особистості майбутнього прак-



тичного психолога : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / О.В. Лобода. – Київ, 2011. – 21 с.

8. Макаренко Н.М. Психологічні чинники розвитку креативного мислення майбутніх практичних психологів: автореф. дис... канд. психол. наук : спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Н.М. Макаренко. – Київ, 2008. – 20 с.

9. Малій Н.Ю. Психолого-педагогічні особливості розвитку креативної складової професійного мислення у майбутніх педагогів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Н.Ю. Малій. – Хмельницький, 2011. – 20 с.

10. Новиков А.М. Методологія / А.М. Новиков, Д.А. Новиков. – М.: СИН-ТЕГ, 2007. – 668 с.

11. Петришин Л.Й. Креативне середовище як педагогічна умова формування креативності майбутніх соціальних педагогів / Л.Й. Петришин // Соціальна педагогіка: теорія та практика. – 2013. – № 2. – С. 61–71.

12. Пузеп Л.Г. Психологические механизмы развития креативной личности : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. психол. наук : спец. 19.00.01 «Общая психология, психология личности, история психологии» / Л.Г. Пузеп. – Красноярск, 2006. – 23 с.

13. Саврасов М.В. Емоційно-мотиваційні складові креативності особистості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.01 «Загальна психологія, історія психології» / Микола Володимирович Саврасов. – Харків : Б.в., 2012. – 18 с.

14. Тарасова О.П. Развитие креативного потенциала будущего дизайнера: автореф. дис. на соискание степени канд. пед. наук : спец. 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» / О.П. Тарасова. – Оренбург, 2010. – 19 с.

15. Шевченко Н.Ф. Розвиток креативності майбутніх маркетологів: психолого-педагогічні аспекти / Н.Ф. Шевченко, Н.М. Кучинова // Професійна освіта: проблеми і перспективи / ІТТО НАПН України. – К.: ІТТО НАПН України, 2015. – Випуск 9. – С. 52–59.

УДК 159.922.6

## ХАРАКТЕРИСТИКА ВІКОВИХ СТАДІЙ ДОРОСЛОСТІ З УРАХУВАННЯМ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ

Помилуйко В.Ю., к. психол. н.,  
докторант кафедри теоретичної та консультативної психології  
Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

У статті проаналізовано сучасні періодизації психічного розвитку, визначено межі вікових стадій дорослості та подана їх характеристика з урахуванням розвитку ключових компетентностей особистості.

**Ключові слова:** вікові кризи, дорослість, особистість, періодизація психічного розвитку, розвиток ключових компетентностей.

В статье проанализированы современные периодизации психического развития, определены границы возрастных стадий зрелости и представлена их характеристика на основе развития ключевых компетентностей личности.

**Ключевые слова:** возрастные кризисы, зрелость, личность, периодизация психического развития, развитие ключевых компетентностей.

Pomyliuko V.Yu. DESCRIPTION OF AGE STAGES IN ADULTHOOD AND FORMATION OF PERSONALITY'S KEY COMPETENCIES

In this article were analyzed the modern periodizations of mental development, were determined the boundaries of age stages of adulthood, was described the specifics of key competencies development during every stage.

**Key words:** age crisis, maturity, personality, periodization of mental development, development of key competencies.

**Постановка проблеми.** Період дорослості є одним із найменш досліджених у життєвому циклі розвитку особистості. Здібності людини з віком розвиваються в напрямі збільшення внутрішньої свободи, віри у власні сили, розширення своїх інтересів. У дорослому віці особистість досягає такого

рівня розвитку, коли стає спроможною робити відповідальні життєві вибори, керувати власним життям, досягати вершин у професійній кар'єрі, займатися саморозвитком і самовдосконаленням. Отже, у дорослому віці накопичуються не лише знання, уміння та навички, але й досвід, що є основою роз-