

дентів. Високий рівень сформованості ГВ має такі критерії (за методикою А. С. Чернишова, С. В. Саричева): 1) Ієрархія та варіативність взаємодії. Виявляється в урахуванні всіма членами групи можливих наслідків від зміни взаємодії, у співвіднесенні таких наслідків з імовірністю досягання кращого результату. При цьому група здатна варіювати взаємодію в широких межах, більшість членів групи орієнтовано на оптимальний спосіб взаємодії. 2) Самостійність та ініціативність у взаємодії. Виявляється в тому, що всі члени групи готові самі проявляти ініціативу та приймати ініціативну поведінку, яка спрямована на виявлення змін у взаємодії всіх інших членів групи. Ініціативність у взаємодії характеризує більшість членів групи, група готова до прояву та прийняття ініціативи. 3) Включеність у взаємодію. Виявляється у повній включеності всіх членів групи у взаємодію, що припускає усвідомлення особистої позиції у взаємодії, усвідомлення позиції інших членів групи та співвідношення з цим поведінки та дій.

Для формування ГВ студентів під час вивчення дисципліни «ПДНМ» нами були підібрані та використовувалися методики, які дозволяють встановити наявний рівень ГВ в академічній групі, такі як: «Експертна діагностика взаємодії в малих групах» та «Експертна діагностика інтерактивної узгодженості в малих групах» авторів А. С. Чернишова та С. В. Саричева. Відповідно до рівня сформованості ГВ, нами протягом семестру використовувалися вправи, які дозволяли підвищити рівень сформованості ГВ і, відповідно, покращити групову навчальну діяльність студентів.

При перевазі несприятливих тенденцій у груповій взаємодії в навчальному процесі нами використовувалися вправи, які застосовуються на перших трьох етапах формування групової взаємодії. Для взаємозацікавлення студентів вправи «Давайте познайомимось», «Хто я?», «Девіз», «Автопортрети», «Інвентаризація» та інтерактивні техніки «Спрямоване слухання та обміркування», «Читаємо та запитуємо». На етапі взаємопізнання свою ефективність довели вправи «Привіт, це «Я», «Що я можу запропонувати групі?», «Портрет «ідеального» партнера по взаємодії», «Дзеркало», «Як би він був...», та інтерактивні техніки «Активне слухання», «Я знаю, ти знаєш» (складання мнемо тренажеру). Третій етап формування ГВ вміщує в собі вправи «Подарунок на день народження», «Валіза побажань», «Портрет групи», «Магічне єднання» та інтерактивні техніки «Навчальна дискусія», «Метод спільного опитування», «Павутинка дискусії».

При середньому рівні сформованості ГВ нами використовувалися вправи на координацію та узгодження дій учасників взаємодії «Що у нас спільного?», «Годинник», «Сім передумов», «Будуємо автомобіль», «Малюємо під диктовку» та інтерактивні техніки «Робота за ролями в малих групах», «Спеціальні ролі під час обговорення».

Високий рівень сформованості ГВ дозволяє використовувати такі вправи, як «Сліпа геометрія», «Наша команда», «Розвиток ідей», «Вміння слухати», «Намальований діалог» та інтерактивні техніки «Ажурна пилка», «Карусель», «Акваріум», «Навчаючи, вчуся», «Взаємне навчання», методика О. Рівіна.

Отже, вивчення дисципліни «ПДНМ» дозволяє організувати навчання студентів — майбутніх викладачів економіки на основі групової взаємодії і тим самим підвищити ефективність професійної підготовки за рахунок розвитку у студентів навичок кооперації та співпраці.

*Сгадова В.В., к.п.н., професор
кафедри педагогіки та психології*

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ РОЗВИТКУ ПЕДАГОГІЧНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ У МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ ЕКОНОМІКИ

Поняття «майстерність вихователя» і «педагогічна техніка» першим увів у науковий обіг А.С. Макаренко у своїй статті «Деякі висновки з мого педагогічного досвіду». На його думку, майстерність вихователя не є якимось особливим мистецтвом, це спеціальність, якій треба вчити, як треба вчити лікаря його майстерності, як треба вчити музиканта.

Майстерність випливає з багатьох джерел і міцно пов'язана із творчістю. У справжньому розумінні педагог — завжди митець. Педагог, який сьогодні працює творчо, основною своєю метою вважає формування у своїх вихованців не тільки міцних знань, умінь і навичок, а й передавання їм досвіду творчої діяльності. Ось чому подолання інерції, шаблону діяльності за готовими рецептами нині поступається місцем роботі творчій, без формалізму.

Творча активність викладача дає змогу критично аналізувати свою діяльність, робити необхідні висновки, перевіряти нові ідеї, шукати ефективніші шляхи і засоби навчання й виховання, виявляти нові можливості, сховані в надрах навчального процесу.

Щоб бути майстром, необхідно володіти особистісно професійною неповторністю й унікальністю, своїм стилем діяльності, концептуальністю професійного мислення, зауважує академік І.А. Зязюн. Перераховані ним складові майстра притаманні творчій особистості. Отже, щоб бути майстром педагогічної справи, необхідно мати творчий підхід і креативне мислення. На думку Л.В. Зевіної, креативно-технологічне мислення педагога — це динамічна система педагогічних цінностей, технологічних умінь (педагогічні техніки) і його творчої індивідуальності.

Особистісно зорієнтоване навчання зумовлює самостійний підбір педагогом форм і методів педагогічної взаємодії, створення певних освітніх ситуацій, які б максимально активізували особистісну позицію студента. Процес педагогічної взаємодії є творчим процесом, оскільки має авторську природу. Індивідуалізація та диференціація навчального процесу спрямована на те, щоб зробити навчальний процес психологічно комфортним для всіх студентів, оскільки кожен з них є неповторною індивідуальністю.

Отже, творчість є однією з основних складових, важливою умовою педагогічної майстерності. Викладач, який прагне стати майстром, повинен розвивати у себе креативно-технологічне мислення та мати творчий підхід до створення педагогічних ситуацій.

Психолого-педагогічними умовами розвитку у викладача педагогічної майстерності можна вважати: формування готовності до постійного професійного самовдосконалення; вміння розробляти і реалізовувати програму професійного самовиховання, творчо працювати над удосконаленням власних професійних здібностей (пізнавальних, комунікативних, рефлексивних, творчо-конструктивних), володіти методиками розвитку креативного мислення; аналізувати проблеми і знаходити шляхи їхнього конструктивного розв'язку; реалізовувати у взаємодії всі функції спілкування: комунікативну, перцептивну, інтерактивну; здійснювати продуктивне діалогічне спілкування; створювати творче робоче самопочуття, здійснювати емоційно-вольову саморегуляцію.

Спілкування з студентами, взаєморозуміння з ними — ось ті рушійні сили, які надають дієвості творчому потенціалу педагога. Практика свідчить, що сьогодні студентам потрібен не лише викладач-професіонал, а й наставник, який уміє створити в аудиторії доброзичливу обстановку, налагодити контакт з студентами, зробити їх своїми однодумцями, завоювати незаперечний авторитет.

*Скрицька Н.А., здобувач
кафедри правового регулювання економіки*

НАУКА РЕКЛАМНОГО ПРАВА В СИСТЕМІ ЮРИДИЧНИХ НАУК: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ВИКЛАДАННЯ

*Реклама — це наука вводити в оману людину
до того часу, доки не отримаєш від неї гроші
С. Лікок*

Юридична наука — це спеціалізована галузь наукових знань у сфері гуманітарних наук, наукова діяльність, що спрямована на вивчення права в теоретичному і прикладному аспектах, правових форм організації і функціонування держави, суспільства, їхні окремі інститути [1].

Існує точка зору, що у системі юридичних наук слід виділяти п'ять основних груп юридичних наук: загальні теоретико-історичні юридичні науки, галузеві юридичні науки, комплексні юридичні науки, прикладні юридичні науки, міжнародно-правові юридичні науки [2].

Водночас, роль і місце науки рекламного права в системі юридичних наук дотепер не визначено, незважаючи на те, що рекламна діяльність і реклама, як результат такої діяльності, є явища, без яких неможливо уявити господарську діяльність у наш час.

На нашу думку, незабаром відбудеться становлення однієї з нових комплексних юридичних наук — науки рекламного права, основну роль у становленні якої буде належати прийняттю Кодексу рекламної практики України. Втім, на сьогоднішній день ми можемо констатувати наявність лише галузі рекламного законодавства.

Не можна заперечувати, що рекламне законодавство перебуває в процесі активного формування. В той час, коли для студентів юридичних факультетів доцільним є запровадження такої дисципліни, як «Рекламне право» або «Правове регулювання рекламної діяльності», то для студентів-економістів, особливо спеціальності «Маркетинг», актуальним є запровадження такої навчальної дисципліни, як «Рекламне законодавство», що є більш вузьким за сферою вивчення, ніж