

складових у певному сполученні надає більшої впевненості студенту в оволодінні певним набором фахових компетенцій (основні з них сформульовані робочою програмою курсу). Решта компетенцій набувається та відпрацьовується в ході виконання ним інших в частині важливості завдань, що мають підпорядковане значення. Важливим фактором сприяння підвищенню ефективності отримання компетенцій визнано також порядок надання навчальних завдань та обов'язковість контролю своєчасності й якості індивідуального виконання нормативних та вибіркових завдань.

При розбудові цього фактору слід пам'ятати, що в узагальненому вигляді навчальна дисципліна управління персоналом умовно поділяють на теоретико-методологічну та організаційно-технологічну складові. Кожна із них відтінює різні по характеру та змісту але спільні у своїй навчальній спрямованості сторони єдиного навчального курсу які представлені різноманітними компетенціями. На оволодіння ними спрямовані всі завдання, що чітко сформульовані курсом. Тому особливістю організації вивчення матеріалів дисципліни є формування такого процесу оцінювання яке б надало об'єктивну оцінку індивідуальної роботи студента протягом певного навчального терміну виражену у балах, що достовірно та неупереджено могла підтвердити його сумлінне ставлення до вивчення дисципліни та досягнутий рівень оволодіння нею.

Бенівська І. В., асистент кафедри маркетингу

МОТИВАЦІЯ СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»

Одним із головних завдань вищої освіти є трансформація методів навчання з метою забезпечення якості підготовки фахівців відповідно до міжнародних вимог. Позиції Болонської декларації (Італія, 19 червня 1999 р.) передбачають орієнтацію рівня знань випускників на їх корисне використання в усій Європі.

Вивчання економічних дисциплін пов'язано з необхідністю засвоєння великого обсягу теоретичних знань, їх осмисленням у напрямі можливості самостійного застосування на практиці.

До основних чинників, що блокують традиційні дидактичні зусилля досягнення якості навчання у ВНЗ, можна віднести малий об-

сяг виконавчого етапу навчально-пізнавальної діяльності під час аудиторних занять — студенти тільки слухають та пишуть, низька мотивація та відсутність методичного забезпечення самостійної роботи, слабкий зворотний зв'язок між викладачем і студентом.

При викладанні економічних дисциплін сьогодні вже недостатньо давати студенту суму базових знань, важливо розвивати його творчі можливості при вивчанні нового теоретичного матеріалу, скласти менталітет професіоналізму. Тому процес навчання повинен спиратися на нові методологічні підходи, впровадження адекватних інтерактивних методик, що вже успішно апробовані та здобули визнання в західних країнах.

З впровадженням кредитно-модульної системи організації навчального процесу при викладанні дисципліни «Маркетинг» високу ефективність мають такі способи сучасного викладання: електронний конспект, комп'ютерне тестування, презентації, електронно-візуальні лекції.

Особливо важливе значення у розвитку активного мислення показали обов'язкові презентації.

Застосовувані способи викладання бізнес-дисциплін допомагають формувати у студентів професійну ерудицію, не боятися висловлювати свої думки та ідеї, сумніви та незгоди.

Презентації підвищують інтерес до своєї спеціальності, допомагають складати з викладачем та студентами-однорупниками партнерсько-професійні відносини, дають той корисний ефект, що дозволяє студентам більш вільно орієнтуватися в практичних питаннях економіки, оптимістично дивитися на перспективи своєї майбутньої кар'єри. Все це зумовлено мотивацією навчальної діяльності, яка має на увазі співвідношення цілей, що стоять перед студентом, які він прагне досягти, і внутрішній активності особи. У навчанні мотивація виражається в прийнятті студентом цілей і завдань навчання як особисто значимих і необхідних. Основними структурними елементами мотивації навчальної діяльності студентів вузу є пізнавальна мотивація і мотивація досягнення успіху. Їх стимулювання безпосередньо сприяє підвищенню ефективності навчальної діяльності.

Відомо, що у багатьох випадках групова форма навчальної діяльності складають кращу мотивацію, чим індивідуальна. Групова форма «втягує» у активну роботу навіть пасивних, слабо мотивованих студентів, оскільки вони не можуть відмовитися виконувати свою частину роботи не піддавшись впливу з боку товаришів. Крім того, підсвідомо виникає установка на змагання, бажання бути не гірше за інших.

Поважно також формувати у студентів уміння самостійно мотивувати свою діяльність (зацікавитися, переконати себе в необхідності здійснювати її побачити важливість діяльності та її результатів для себе особисто).

Здійснення самостійної навчальної діяльності передбачає вміння виконувати вправи різного типа; при цьому вправи повинні носити проблемний характер, що послужить активізації пізнавальної діяльності студентів, викличе інтерес і бажання виконати запропоноване завдання.

Позитивні емоції здатні породити позитивну мотивацію вчення і підтримувати її на заняттях дисципліни «Маркетинг».

Успішність навчальної діяльності визначається трьома чинниками:

- а) силоміць мотивації (прагнення до успіху);
- б) наявністю в ціннісній системі студента цінностей досягнення;
- в) освоєнням необхідних навиків і вмінь.

До виміру мотивації успіху і прагнення до досягнення слід підходити з точки зору емоції інтересу. Чим більший інтерес студент випробовує до вивчення маркетингу, тим сильніше його прагнення добитися конкретних позитивних результатів, не дивлячись на виникаючі труднощі.

Таким чином емоція керує розумовою і фізичною активністю студента, направляє її в певне русло. Емоції, що переживаються студентами, роблять вплив на якість виконуваної ними діяльності як у ході семінарського заняття з дисципліни «Маркетинг», так і в процесі самостійної внеаудиторної роботи.

А з іншого боку виконання завдання, досягнення очікуваного результату викликають у студентів позитивні емоції, а невдачі, недостатня умілість і вправність породжують незадоволення собою. Тому важливо, щоб позитивний емоційний настрій не лише передбачав навчальну діяльність, але і зберігався в її процесі і підкріплювався позитивними результатами.

Інтерес є домінуючим мотиваційним поляганням у повсякденній діяльності людини. Інтерес грає виключно важливу мотиваційну роль у формуванні і розвитку навиків, умінь і інтелекту при вивченні дисципліни «Маркетинг». Інтерес — єдина мотивація, яка забезпечує працездатність студентів.

Загальноновизнані чинники інтересу — зміна, одушевлена новизна, уява, кейси і презентації, які можуть викликати у студентів емоцію інтересу. Інтерес стимулює студентів до дослідницької і пізнавальної активності, він направляє і підтримує їх інтелектуальну активність при вивченні дисципліни «Маркетинг».