

УДК 159.92: 37015.3 (045)

Кот В.Г.

ПСИХОЛОГІЧНА ПІДГОТОВКА ЯК ІНСТРУМЕНТ СПРИЯННЯ ПРОФЕСІЙНІЙ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ РЕКЛАМІСТА

Кот В.Г. Психологічна підготовка як інструмент сприяння професійній самореалізації рекламиста. У статті представлено зміст, принципи, психологічні та методичні підходи до стимулювання професійного зростання та самореалізації працівників рекламної сфери. Подано Програму професійного зростання працівників рекламної сфери, а саме програму цілеспрямованої модифікації вмінь, діяльності, стратегій, конструктів, властивостей, ціннісних пріоритетів й інших аспектів особистості для більшого її пристосування до сутності, вимог і специфіки професійної діяльності рекламистів. Програму розроблено з метою визначення практичних рекомендацій щодо покращення рівня професійної самореалізації: які якісні характеристики і якого рівня інтенсивності особистісних рис повинен мати ефективний співробітник рекламної сфери; у якому реальному стані знаходиться особа працівника в просторі професійно значущих і психологічних характеристик; які якості особистості і системоутворюючі чинники детермінують рівень професійної самореалізації.

Ключові слова: самореалізація, рекламисти, професійне навчання, програма професійного зростання, принципи та особливості навчання дорослих, тренінг.

Кот В.Г. Психологическая подготовка как инструмент, способствующий профессиональной самореализации рекламиста. В статье представлены содержание, принципы, психологические и методические подходы к стимулированию профессионального роста и самореализации работников рекламной сферы. Представлена Программа профессионального роста работников рекламной сферы, а именно программа целенаправленной модификации умений, деятельности, стратегий, конструктов, свойств, ценностных приоритетов и других аспектов личности для большего ее приспособления к сущности, требованиям и специфике профессиональной деятельности рекламистов. Программа разработана с целью определения практических рекомендаций относительно улучшения уровня профессиональной самореализации: какие качественные характеристики и какого уровня интенсивности личностных черт должен иметь эффективный сотрудник рекламной сферы; в каком реальном состоянии находится личность работника в пространстве профессионально значимых и психологических характеристик; какие качества личности и системообразующие факторы детерминируют уровень профессиональной самореализации.

Ключевые слова: самореализация, рекламисты, профессиональное обучение, программа профессионального роста, принципы и особенности обучения взрослых.

Постановка проблеми. В результаті радикальної зміни державної політики в галузі освіти державою встановлюються основні правові, організаційні, фінансові засади функціонування системи вищої освіти, визначаються умови для посилення співпраці державних органів і бізнесу з вищими навчальними закладами, вказується на необхідність поєднання освіти з наукою та виробництвом з метою підготовки конкурентоспроможного людського капіталу для високотехнологічного та інноваційного розвитку країни, самореалізації особистості, забезпечення потреб суспільства, ринку праці та держави у кваліфікованих фахівцях [2].

До чинників поточного стану, що склався в межах системи підготовки кадрів будь-якої галузі, необхідно віднести: технологічний рівень навчального процесу, який здебільшого спрямований на пасивне сприйняття інформації, що виявляється в наявному значному розриві навчання з практикою. В освітніх навчальних закладах процес підготовки кадрів здебільшого спрямований на пасивне сприйняття інформації, що виявляє наявний значний розрив з практикою.

У закладах освіти навчальний матеріал подається дискретно: з окремих предметів, розділів, тем, тобто рознесений у часі з різних інформаційних блоків. На практиці ж знання проявляють себе комплексно під час розв'язання професійних проблем [1].

Не сприяє процесу підготовки кадрів недостатня орієнтація навчальних планів і програм щодо збільшення частини психологічних дисциплін, що засвідчує низький рівень психологічної підготовки майбутніх спеціалістів рекламної сфери. Наприклад, в підготовці майбутніх рекламистів серед професійно орієнтованих 40 навчальних дисциплін всього, з них 3 дисципліни – психологічного спрямування.

Тому перед системою підготовки та підвищення кваліфікації фахівців рекламної сфери постає ще одне завдання – розробка, методичне забезпечення та реалізація спеціальної психологічної підготовки.

Розв'язання зазначеної проблеми потребує вивчення цілого комплексу психологічних факторів, умов і шляхів упровадження в практику професійного навчання спеціальної психологічної підготовки майбутніх фахівців.

Ураховуючи актуальність та недостатню розробленість проблеми, **мета** нашої **роботи** полягає в розробці психолого-педагогічної програми цілеспрямованої модифікації вмінь, діяльності, стратегій, конструктів, властивостей, ціннісних пріоритетів й інших аспектів особистості для більшого її пристосування до сутності, вимог і специфіки професійної діяльності рекламистів.

Основні завдання статті полягають у тому, щоб:

1. Визначити зміст та структуру психологічної підготовки як інструменту сприяння професійній самореалізації працівників рекламної сфери.

2. Проаналізувати доцільність використання психолого-педагогічних методів психологічної підготовки працівників рекламної сфери.

3. Розкрити психологічні умови та особливості впровадження Програми професійного зростання працівників рекламної сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом зростає науковий інтерес дослідників до професійної самореалізації. Недостатня вивченість та неоднозначність поглядів щодо поняття «самореалізація», а також висока практична значущість дослідження обумовили постановку проблеми можливостей психолого-педагогічної практики у вдосконаленні процесу розвитку професійної самореалізації особистості майбутнього фахівця рекламної сфери. Більша частина науковців орієнтована на аналіз рекламного тексту, зображення, образів, що використовуються в рекламі для здійснення впливу на аудиторію (А.Н. Лебедев-Любимов, П.С. Гуревич, У. Уеллс, А.К. Боковиков, Д. Огілві, М.О. Ізмайлова).

Дослідженню особистості працівника рекламної сфери та детермінант професійної самореалізації не приділено належної уваги. Тому ця проблема залишається надзвичайно актуальною.

Виклад основного матеріалу і результатів дослідження. На основі дослідження складових професійної самореалізації працюючих фахівців рекламної сфери, в межах формульованого експерименту, нами була розроблена та апробована Програма професійного зростання працівників рекламної сфери. Основною концептуальною ідеєю цієї Програми є те, що вона покликана забезпечити такий тип особистісної і професійної самореалізації, який би відповідав вимогам як самих рекламних агентств, так і державним інтересам і запитам суспільства.

Розробка програми проводилася на основі поставлених завдань дослідження з метою визначення практичних рекомендацій щодо покращення рівня професійної самореалізації: які якісні характеристики і якого рівня інтенсивності особистісних рис повинен мати ефективний співробітник рекламної сфери; у якому реальному стані знаходиться особа працівника в просторі професійно значущих і психологічних характеристик; які якості особистості і системоутворюючі чинники детермінують рівень професійної самореалізації.

Отримані результати експериментального дослідження вказують на напрям і об'єкти для першочергового розвивального впливу психологічної роботи, а особистісні детермінанти визначають можливі інструменти – психологічні закономірності і внутрішні механізми – щодо досягнення рівня професійної самореалізації працівників рекламних організацій.

Методологічною та технологічною основою Програми виступає теорія навчання дорослих. Підвищення ефективності навчання дорослих пов'язане з урахуванням і вдалим використанням основних принципів, що визначають специфіку навчання дорослих.

До найважливіших принципів навчання дорослих, враховуючи специфіку діяльності рекламистів, відносимо наступні: дорослі віддають перевагу активній участі в навчанні; вони бажають брати участь у постановці завдань та плануванні етапів їх вирішення; вивчений матеріал необхідно використати на практиці якомога скоріше; вони бажають переборювати труднощі і активно дискутувати; консенсус повинен досягатися спільними зусиллями; умови навчання повинні дозволяти робити спроби, йти на ризик і помилятися; дорослі потребують активного зворотного зв'язку.

Для посилення загального тиску на вже сформовану психосемантичну структуру і сталу поведінку дорослих, з метою формування компонентів професійної самореалізації, особливого значення також набуває вдале використання загальнопедагогічних принципів навчання: системність, науковість, зв'язок теорії з практикою, активність суб'єктів навчання, наочність, цілеспрямованість, систематичність, індивідуальний підхід, позитивний емоційний настрій, принцип поступової трансформації, принцип постійної зміни та принцип тренінгу.

Тренінг – це перший крок від загальних моделей і підходів до результатів через інтелектуальні і практичні особистісні дії в робочому контексті на робочому місці. Реальний розвиток завершується в самостійних реальних діях у житті через багаторазове практичне (модифіковане відповідно ситуації) застосування теоретичної моделі [4].

Учасники тренінгової групи також вважаються експертами, адже вони мають власний досвід, що у процесі навчання актуалізується й збагачується, формуючи відповідну базу знань, умінь і навичок у сфері навчання [3].

Ми вважаємо, що найбільш адекватним є розуміння тренінгу як комплексу інтерактивних групових методів, що застосовуються в процесі перетворюючого впливу на особистість, а після проходження повного циклу процесу навчання відбувається перехід на новий рівень знань, умінь і навичок.

Український спеціаліст з PR-послуг А. Куліш стверджує, що на відміну від прозаїчних «уроків-семинарів», тренінги мають цілком конкретну мету: прищепити учасникам конкретні практичні навички в певній ділянці повсякденної практичної діяльності. Він також наводить приклади найпоширеніших PR-тренінгів рекламної сфери: комунікативні тренінги («Техніка публічного виступу», «Техніка ділових переговорів», «Участь у дискусіях»; медіа-тренінги («Написання прес-релізів», «Техніка інтерв'ю»), корпоративні тренінги («Спілкування в колективі: побудова внутрішнього мікроклімату», «Побудова команди, робота в команді», «Кризові ситуації») [5].

Для реалізації Програми професійного зростання працівників рекламної сфери використовувались методи традиційного, активного та інтерактивного навчання: лекції, групові дискусії, ділові та рольові ігри, психогімнастичні вправи, «мозковий штурм», моделювання проблемних ситуацій, медитативні техніки, конференції та ін.

Метою розробленої *Програми* виступає підвищення рівня професійної самореалізації завдяки приведенню особистості до стану емоційної стійкості, інтелектуального розширення, зменшенню втрат особистісної енергії співробітників у професійній діяльності і підвищенню рівня комунікативної компетенції; розширенню знань керівників щодо підвищення рівня професійної самореалізації своїх підлеглих

Завдання Програми:

1. Розкриття теоретико-методологічних основ професійної самореалізації працівників рекламної сфери.
2. Корекція та розвиток професійно важливих якостей особистості працівників рекламної сфери через вдосконалений, науково обґрунтований вибір форм, методів і технологій корпоративного навчання.
3. Сформулювати навички ділового спілкування з метою набуття нового стилю комунікативної та організаційної діяльності.
4. Формування нового типу аналітичного, евристичного і в тому числі проєктивно-конструктивного мислення, яке дозволяє прогнозувати різні ситуації, моделі креативного продукту.
5. Розвинути та інтенсифікувати уміння, пов'язані з контролем емоцій, функціонального стану і особистісної енергії.

Зміст програми викладено в табл. 1. Програма розрахована на 72 години.

Таблиця 1

Тематичний план програми

№ з/п	Назва теми	Обсяг навчальних занять (год.)			
		Усього	Лекцій	Практ.	Сем.
Модуль 1. Професійно значущі якості рекламіста					
1	Професійно необхідні особистісні характеристики	4	2	-	2
2	Емоційно-вольова сфера рекламіста	2	-	2	-
3	Розвиток асертивної поведінки	6	-	4	2
4	Ефективний тайм-менеджмент рекламіста	4	-	4	-
5	Психологія лідерства. Вплив та протидія впливу	2	-	2	-
6	Психологія саморозвитку та техніка стимулювання самореалізації (впевненість в собі, самоорганізація, самонавіювання, медитація)	2	2	-	-
	Усього за модулем	20	4	12	4
Модуль 2. Евристична діяльність рекламіста					
1	Специфіка інтелектуального потенціалу майбутніх рекламіста	2	2	-	-
2	Умови та розвиток пізнавальної активності рекламіста	4	2	2	-
3	Розвиток мислення та уяви	4	-	2	2
4	Креативність та продуктивність мислення	4	-	2	2
5	Розвиток індивідуального творчого потенціалу особистості рекламіста	2	-	2	
6	Колективна творчість та її особливості. Мотивація творчості	2	-	2	
7	Процес та методики вирішення творчих завдань	2	-	2	-
	Усього за модулем	20	4	12	4
Модуль 3. Комунікативна компетентність рекламіста					
1	Процес і структура ділового спілкування	2	2	-	-
2	Презентація та самопрезентація	4	-	4	-
3	Активне слухання та ефективна взаємодія	2	-	2	-
4	Асертивна поведінка	2	-	2	-
5	Сензитивність. Тренінг «Емоційна компетентність в рекламі»	2	-	2	-
6	Бар'єри спілкування в ділових стосунках	4	2	2	
7	Техніки продаж та ведення переговорів з клієнтами	4	-	4	-
	Усього за модулем	20	4	16	-
Модуль 4. Стреси та емоційна стійкість рекламіста					
1	Професійний стрес як фактор зниження ефективної діяльності персоналу. Функції стресу	2	2	-	-
2	Професійні стресові фактори та їх причини	4	2	2	-
3	Форми стресу, які виникають на роботі. Синдром професійного вигорання	4	2	2	-
4	Основні методи і засоби самовідновлення. Концентрація, розслаблення, тонізація	2	-	2	-
	Усього за модулем	12	6	6	8
	Усього за програмою	72	18	46	8

Програма професійного зростання працівників рекламної сфери складається з чотирьох модулів. Структуру та наповнення програми приводимо на прикладі першого модуля.

Модуль 1. Професійно значущі якості рекламіста

Тема №1

Лекція 1. «Професійно необхідні особистісні характеристики».

Специфіка рекламної діяльності. Особистість працівника рекламної сфери. Індивідуально-особистісні якості рекламіста. Професійно значущі якості та характеристики.

Практичне заняття 1. Діагностика особистісних якостей: багатофакторний опитувальник Кеттела (16PF), характерологічний опитувальник Леонгарда, психометричний тест С. Деллінгер (адаптований А.А. Алексєєвим, Л.А. Громовою).

Тема №2

Практичне заняття 2. Тренінг «Емоційно-вольова саморегуляція рекламіста».

Мета: оволодіти основними прийомами управління собою для прояву самовладання в умовах професійної діяльності.

Завдання: 1. Здійснення повсякденного самоконтролю за зовнішнім проявом негативних емоцій (хвилювання, гнів, страх); 2. Застосування емоційно-вольової саморегуляції для зменшення напруженості, заспокоєння, підвищення емоційно-вольової стійкості.

Вправи: міні-лекції «Поняття, види та характеристика емоційних станів» та «Поняття про волю. Вольова регуляція поведінки». Практичні вправи: «Регуляція дихання», «Розвиток самосприйняття», вправи на самопідбодження «Тримайся», формули самонавіювання «Я володію собою», «Увага загострюється», «Гранично організований», «Пильність на висоті», «До випробуванню готовий!», «Все буде нормально, все буде добре», вправи на зняття втоми.

Тема №3

Практичне заняття 3. Тренінг «Розвиток асертивної поведінки».

Мета: сприяти формуванню навичок асертивної (впевненої) поведінки.

Завдання: 1. Розвиток самосвідомості та самопізнання учасників тренінгу; 2. Розвиток навичок асертивної поведінки; 3. Знайти переконання, що заважають асертивній поведінці.

Вправи: «Три імені» (розвиток саморефлексії, формування установки на самопізнання), «Хвалькуватість» (створення умов і формування навичок саморозкриття), «Виставка досягнень» (знаходження власних якостей та досягнень для стимулювання асертивності), «Хода» (відпрацювання різних моделей поведінки), «Прорвись в коло» (стимуляція групової згуртованості), «Виступ на публіці» (формування навичок впевненої поведінки на публічних виступах), «Впевнена, невпевнена та агресивна поведінка» (розвиток умінь відрізнити різні види поведінки), «Залізнична каса» (вдосконалення комунікативних умінь, навичок впевненої поведінки), «Я в собі впевнений» (закріплення навичок впевненості у собі). «Мозковий штурм» «Чому нам важко сказати «ні»?». Рольова гра «Проблемна ситуація».

Тема №4

Практичне заняття 4. Тренінг «Ефективний тайм-менеджмент рекламіста».

Мета: навчитися ефективно структурувати та управляти робочим часом в професійній діяльності.

Завдання: 1. Планування і розстановка пріоритетів при професійній діяльності; 2. Розширити методи ефективного використання часу; 3. Зменшити рівень стресогенного фактора «Час».

Вправи: міні-лекція «Управління часом рекламіста». Цілі ефективного використання часу; вправа «Розтратники часу» (можливість усвідомити власне ставлення до часу та вжити заходи до зміни проблеми), «Бар'єри організованості» (усвідомлення внутрішніх перешкод для власної організованості), «Володар часу» (оцінка плюсів та мінусів часової регламентації), «Каскадування цілей. Планування» (навички планування та ефективного використання часу). Рольова гра «Розклад занять».

Тема №5

Лекція 2. «Психологія лідерства. Вплив та протидія впливу».

Загальна характеристика та теорії лідерства. Загальні підходи до розвитку лідерства. Розвиток характеристик лідерства для успішної професійної діяльності. Поняття психологічного впливу. Засоби протидії впливу.

Практичне заняття 5. Тренінг «Лідерство в рекламній сфері».

Мета: розкриття особистісного потенціалу особистості та формування уявлень про лідерство, усвідомлення і прояв своїх сильних сторін.

Завдання: 1. Створити умови для розкриття лідерських якостей. 2. Розвиток лідерських якостей. 3. Визначити напрями впливу та можливості протидії.

Вправи: «мозковий штурм» «Лідер – це..» (усвідомлення головних якостей лідера), тест «Чи я лідер» (діагностика лідерських якостей), «Стилі лідерства» (тренування чітких ознак лідерської поведінки, усвідомлення лідерських якостей); «Гра Роджера» (показати здатність лідера вести за собою); «Статус»

(вплив сили та влада на поведінку); «Частина машини» (усвідомлення власних лідерських потенціалів); «Лялька» (виявлення здатності впливу на іншу людину).

Тема №6

Практичне заняття 6. «Психологія саморозвитку та техніка стимулювання самореалізації».

Психологічні техніки підвищення самооцінки та впевненості в собі. Техніки подолання стресу. Психологічна маніпуляція і контрманіпуляція. Подолання невпевненості в ситуаціях психологічного тиску, управління власними емоціями.

Проективна методика «Хто я?», «10 речей» (на самоствердження), «Хвалебні слова» (самореклама), «Формула особистості».

Висновки. Програма професійного зростання включає в себе лекційний матеріал, практичні заняття та самостійну роботу студентів. Лекції супроводжуються сучасними технічними способами візуалізації, які містять основні положення теми, схеми, контрольні питання та інші базові опорні семантичні об'єкти. Практична частина програми полягала у забезпеченні практичної реалізації і дій учасників тренінгу з формування в них професійного зростання.

Ключовими формами роботи виступили тренінгові заняття. Практична робота закріплювала отримані в ході лекцій знання про психологічні механізми і закономірності, у них формувались спеціальні психологічні вміння, необхідні для рекламної діяльності – відбувався відхід від стереотипних шаблонів, пошук і винайдення альтернативних, більш ефективних способів взаємодії. Так, наприклад, тренінг комунікативної компетентності дав можливість студентам оволодіти техніками постановки запитань, презентації та самопрезентації, техніками активного слухання, сенситивності, асертивності та ін. На тренінгу управління стресом та конфліктами майбутні рекламисти ознайомились з методами та прийомами управління конфліктом, з його видами, динамікою, прийомами роботи з агресією. В основі програми тренінгу лежить принцип поетапності розвитку учасників групи в розумінні кожному себе та інших людей. Тренінг складається з вправ, спрямованих на: розвиток адекватного самосприйняття, самооцінювання, формування рефлексії, конструктивне вираження своїх думок і почуттів, підтримування з колегами добрих стосунків, вирішення конфліктів, розвиток мотивації підлеглих та ін. У результаті тренінгу полегшується процес оволодіння знаннями та навичками ефективною соціальною поведінкою і поза професійною сферою. Він сприяє оптимізації комунікативних можливостей людини, формуванню необхідних якостей у взаємодії з іншими людьми, а у взаєминах – успішному застосуванню психологічних вмінь у конкретних проблемних ситуаціях.

Заключний етап логічного завершення тренінгових занять полягає у рефлексивному аналізі результатів виконання тренінгових вправ, емоційного стану учасників, що дає можливість учасникам отримати зворотний зв'язок стосовно їх психофізіологічного стану, сутності проблем, а психологу-тренеру отримати інформацію про доцільність та ефективність методів і форм, досягнення мети та завдань запропонованої Програми.

Перспективні напрями подальших досліджень ми вбачаємо у визначенні та висвітленні з позицій системного підходу психологічних особливостей професійної діяльності працівників сфери рекламного бізнесу. Виявити загальні закономірності та індивідуально-особистісні детермінанти професійної самореалізації рекламистів.

Список використаних джерел

1. Гадзецький Б.В. Системний аналіз навчальних занять у закладах освіти: Конспект лекцій / Б.В. Гадзецький ; Центр. ін-т післядиплом. пед. освіти. – К. : Міленіум, 2003. – 32 с.
2. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/page5>
3. Костюченко І.А. Психолого-педагогічні чинники вдосконалення стилю управлінської діяльності працівників юстиції : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 / Костюченко Ірина Анатоліївна. – К., 2014. – 284 с.
4. Кот Г.М. Формування психологічної культури керівників загальноосвітніх шкіл у системі післядипломної освіти : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 / Кот Галина Миколаївна. – К., 2004. – 352 с.
5. Куліш А. Практика PR по-українськи. Щоденні поради PR-початківцям / А. Куліш. – К. : АДЕФ-Україна, 2005. – 336 с.

Spysok vykorystanykh dzherel

1. Hadzets'kyu B.V. Systemnyy analiz navchal'nykh zanyat' u zakladakh osvity: Konspekt lektsiy / B.V. Hadzets'kyu ; Tsent. in-t pislyadyplom. ped. osvity. – K. : Milenium, 2003. – 32 s.
2. Zakon Ukrainy «Pro vyshchu osvitu» vid 01.07.2014 № 1556-VII [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/page5>
3. Kostyuchenko I.A. Psykholoho-pedahohichni chynnyky vdoskonalennya styluy upravlins'koyi diyal'nosti pratsivnykiv yustytstsiyi : dys. ... kand. psykhol. nauk : 19.00.07 / Kostyuchenko Iryna Anatoliyivna. – K., 2014. – 284 s.
4. Kot H.M. Formuvannya psykholohichnoyi kultury kerivnykiv zahal'noosvitnikh shkil u systemi pislyadyplomnoyi osvity : dys. ... kand. psykhol. nauk : 19.00.07 / Kot Halyna Mykolayivna. – K., 2004. – 352 s.
5. Kulish A. Praktyka PR po-ukrayins'ky. Shchodenni porady PR-pochatkivtsyam / A. Kulish. – K. : ADEF-Ukrayina, 2005. – 336 s.

Kot, V.G. Psychological training as a tool in supporting professional self-realization of advertisers. The article discusses the content, purpose and objectives of the Programme of professional development of specialists in advertising business which aims at modifying skills, activities, strategies, constructs, properties, values and other characteristics of the individual to improve their adaptation to the requirements of the profession of advertiser.

The program is designed to make practical recommendations to increase individuals' professional level through informing the trainees about the profession-critical characteristics in advertising, measuring the trainees' levels of development of the profession-critical characteristics and finding out the trainees' characteristics that contribute to their professional self-realization.

The methodological and technological basis of the Programme is the adult learning theory. Effective education of adults is associated with the use of the basic principles adult education.

The Programme is intended for 72 hours: lectures (18 hrs.), workshops (46 hrs.) and trainees' independent work (8 hours). The Programme consists of the following four modules: Module 1. Professionally Important Qualities of Advertisers, Module 2. Heuristic Advertising, Module 3. Communication Competence, Module 4. Stress and Emotional Stability. The author illustrates the structure and content of the Programme by Module 1.

Module 1. Professionally Important Qualities of Advertisers consists of six topics:

1. Profession-critical personal characteristics.
2. Emotional and motivational characteristics of advertisers.
3. Development of assertive behavior.
4. Effective time-management in advertising.
5. Psychology of Leadership. Social influence and resistance to social influence.
6. The psychology of self-development and self-realization stimulation techniques (assertiveness, self-organization, self-hypnosis, meditation).

Keywords: self-realization, advertisers, professional education, Programme of professional development, principles and special features of adult education, training.

Відомості про автора

Кот Валерія Геннадіївна, аспірантка кафедри управління, Університет менеджменту освіти НАПН України, м. Київ, Україна.

Kot, Valeriia Gennadiivna, postgraduate student of department of management psychology, The University of Educational Management, Kyiv, Ukraine.

E-mail: dislera@ukr.net

УДК 159.947.5: 331.101.3/104

Мейтарчан С.Ю.

РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ТРЕНІНГОВИХ ЗАНЯТЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ДО МОТИВУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Мейтарчан С.Ю. Розробка програми тренінгових занять для підготовки майбутніх менеджерів до мотивування персоналу. У статті представлено результати розробки і впровадження системи тренінгових занять для підготовки майбутніх менеджерів до мотивування персоналу. Розроблений автором цикл занять передбачає реалізацію на кожному з них інформаційно-смыслового, діагностичного, та корекційно-розвивального компонентів різноманітними психолого-педагогічними засобами: включенням міні-лекцій, опрацюванням інформаційних матеріалів, діагностичних методик, виконанням діагностичних вправ, ролевих та ділових ігор, колективною і груповою роботою над кейсами та ситуаційними вправами. Результати, отримані в ході формувального експерименту, показали ефективність запропонованої системи тренінгових занять.

Ключові слова: мотивування персоналу, стратегія мотивування, тип мотивування, підготовка майбутніх менеджерів, тренінгові заняття, оцінка ефективності.

Мейтарчан С.Ю. Разработка программы тренинговых занятий для подготовки будущих менеджеров к мотивированию персонала. В статье представлены результаты разработки и внедрения системы тренинговых занятий для подготовки будущих менеджеров к мотивированию персонала. Разработанный автором цикл занятий предусматривает реализацию в ходе каждого из них информационно-смыслового, диагностического и коррекционно-развивающего компонентов разнообразными психолого-педагогическими средствами: включением мини-лекций, работой с информационными материалами, диагностическими методиками, выполнением диагностических упражнений, ролевых и деловых игр, коллективной и групповой работой над кейсами и ситуационными заданиями. Результаты, полученные в ходе формирующего эксперимента, показали эффективность предложенной системы тренинговых занятий.

Ключевые слова: мотивирование персонала, стратегия мотивирования, тип мотивирования, подготовка будущих менеджеров, тренинговые занятия, оценка эффективности.

Постановка проблеми. Спеціальна професійна підготовка майбутнього фахівця з необхідністю передбачає оволодіння ним усіма необхідними професійними знаннями, вміннями та навичками, що забезпечать йому здатність успішно виконувати професійні обов'язки, вирішувати актуальні професійні