

характеру, а наукові дослідження студенти проводять не тільки під час вивчення дисципліни, а продовжують пошук і дослідження протягом всього навчання. І це, безперечно, формує їх активну пізнавальну діяльність, перший науковий досвід, пробуджує бажання до самостійного наукового пізнання.

1.Балл Г.О. Діалогічні універсалії сучасного гуманізму //гуманітарні науки .- 2001.- №1.- С.4-11 2.Гончаренко С.У.Педагогічні дослідження. – К.: ПППО АПН України, 19954. -45с. 3.Кремень В. Сучасна філософія освіти і педагогічна наука //Педагогіка і психологія професійної освіти.-2002.- №4. –С.11-20.

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ЗМІСТУ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ З ДИСЦИПЛІНИ «ТОВАРОЗНАВСТВО» ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ФАХІВЦІВ НАПРЯМУ «МАРКЕТИНГ»

Дольнікова Л.В., Лисяк Н.М.

Національний університет "Львівська політехніка»

Вимоги сучасного ринку праці до якості підготовки фахівців ставлять перед ВНЗ завдання сформувати фахівця, що володіє не тільки певною сумою умінь, знань, навичок, а вміє їх творчо поповнювати, оновлювати, розвивати. В умовах, коли швидкість розвитку матеріального виробництва, торгівельних операцій та інноваційних технологій є настільки динамічною, що наукова інформація не встигає перетворитись у навчальну, ці вимоги можна забезпечити лише розробкою дидактичних підходів до формування системних знань.

Підготовка фахівців напрямом «Маркетинг» передбачає вивчення дисципліни «Товарознавство» в циклі науково-фундаментальних дисциплін як вибіркової. Включення цієї дисципліни до навчального плану підготовки маркетологів є важливим, оскільки всі відомі концепції маркетингу [2, с.10-14] стосуються питань виробництва товарів та представлення їх на ринку, продажу, формування асортименту та конкурентоспроможності товарів. Це сприятиме формуванню фахових компетенцій випускника напрямом «Маркетинг», який повинен володіти первинними знаннями у галузі товарознавства.

Метою статті є узагальнення дидактичних підходів до формування системних знань з товарознавства під час підготовки студентів напряму «Маркетинг».

Проблему наукових підходів до вивчення товарознавства, теоретичних основ окремих груп товарів вивчали провідні фахівці у галузі товарознавства, проте ця проблема мало досліджена під час підготовки маркетологів.

Уже під час змістового наповнення навчальної і робочої програми курсу ми виявили, що сформувати знання і вміння з дисципліни «Товарознавство» необхідно без фундаментальної підготовки з природничих дисциплін (хімії, фізики, мікробіології), які студенти вивчали лише на рівні середньої школи. Особливістю курсу є величезна кількість фактичного матеріалу, необхідність ознайомлення студентів з класифікацією товарів, технологією виробництва, вимогами щодо зберігання і пакування, сертифікацією товарів тощо. На вивчення дисципліни виділено 180 годин, у той час коли при підготовці товарознавців цей курс вивчається в обсязі 1020 год. Необхідно шукати підходи, які б дали змогу сформувати у студентів систему знань, яку вони, залежно від майбутньої діяльності зможуть поглиблювати. Найбільш дієвим, на нашу думку, в реалізації цих підходів є систематизація та узагальнення на основі візуалізації навчального матеріалу.

Узагальнення – це процедура мислення, коли виділяються загальні для деякої предметної галузі ознаки, відношення, тенденції розвитку. В результаті генералізуючої абстракції відбувається виділення однакових, подібних, тотожних ознак і їх включення в одне загальне поняття [1,с.185]. Специфіка змісту навчального матеріалу з товарознавства вимагає взяття за основу елементаристське уявлення про системи, в основі якого повинна лежати взаємопов'язана система понять. Вихідними умовами служить наявність великої кількості понять, які у процесі дидактичного осмислення формуються у предметні чи інтегративні системи.

Аналіз літературних джерел показав, що системний підхід до формування знань є одним з найефективніших засобів формування цілісної системи знань студентів у процесі їх навчання. Систематизація великої кількості понять відбувається відповідно до розвитку науки: кожне з понять подається не як випадкове, а як необхідний компонент відповідної системи знань. Важливим компонентом інтегрування знань для їх систематизації є виділення в єдиній системі знань фундаментальних генералізуючих понять, за допомогою яких виявляються існуючі у системі причинно-наслідкові зв'язки, головні та допоміжні компоненти. Необхідною умовою

реалізації ідей системності є наступність у навчанні, акцентування прогностичних цілей освіти, проблемний виклад навчального матеріалу, урахування індивідуальних особливостей студента при засвоєнні знань. Саме узагальнення і систематизація важливих понять під час вивчення товарознавства відбувається через схематичну фіксацію найголовнішого у навчальному матеріалі і сприяє засвоєнню студентами інформації та її згортання через розроблені засоби: структурно-логічні схеми, контрольні матеріали для активізації самостійної роботи. З огляду на вищесказане авторами розроблено критерії відбору навчальної інформації з товарознавства і на їх основі побудовано засоби реалізації завдань курсу «Товарознавство».

Під час розробки структурно-логічної схеми важливим є встановлення місця кожного поняття. Воно є визначальним не тільки для засвоєння навчального матеріалу, але і для розкриття існуючих об'єктивних зв'язків, оскільки процесу відбору основних змістових одиниць передують велика робота з текстом, суть якої зводиться до вичленення основного понятійного агрегату, вивчення логіки побудови суджень і доказів. У нашому підході це носить когнітивний характер і яскраво проявляється при побудові структурно-логічних схем, коли з великої кількості пов'язаних елементів навчального предмету шляхом інтеграції змісту та знань формується цілісна система знань про об'єкт, що вивчається. Структурно-логічні схеми візуалізують навчальний матеріал, сприяють кращому запам'ятовуванню і розумінню, підвищують мотивацію вивчення предмета.

Візуалізація навчального матеріалу шляхом його структурування є цікавою і у плані врахування такого важливого критерію для відбору навчального матеріалу як його значущість для майбутньої професійної діяльності, що буде предметом подальших досліджень.

1. Михайлов В.І. Товарознавство непродовольчих товарів / В.І. Михайлов, Т.Г. Глушкова, О.І. Зельніченко. - К. : КНИГА. - 2004. - 448с. 2. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг: підручник / за ред. Лю.А.Мороз – Навч.вид.без змін – Львів:Національний університет «Львівська політехніка» ІВЦ «Інтелект-захід», 2009 – 244 с. 3. Сирохман І.В. Товарознавство продовольчих товарів : підручник / І.В. Сирохман, І.М. Задорожній, П.Х. Пономарьов. - 4-е вид., переробл. і допов. - К.: Лібра, 2007. - 660с. 4. Теоретичні основи товарознавства / Ю.Т. Жук, В.А. Жук, Н.К. Кисляк, М.К. Кушнір, Н.Ю. Орлова, М.А. Салашинський. - К. : НМЦ «Укоопосвіта», 2000. - 336 с. 5. Урсул А.Д. Философия и интегративно-общенаучные процессы: / А.Д.Урсул/ — М. : Наука, 1981. — 361 с.