

7. Соціолого-педагогічний словник / уклад.: С. У. Гончаренко, В. В. Радул, М. М. Дубінка та ін.; за ред. В. В. Радула. – К., 2004.
8. Термінологічний словник. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: posibnyky.vntu.edu.ua/psihologiya/slov.htm.
9. Тимошук Н. С. Інноваційні технології підготовки майбутнього педагога до особистісно орієнтованого виховання учнівської молоді. / Н. С. Тимошук // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка.– 2005. – Вип. 25. – С. 129–132.
10. Чепка О. Особистісно орієнтований підхід у підготовці майбутнього вчителя / О. Чепка // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Педагогіка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/702770/>

REFERENCES

1. Honcharenko S. U. *Ukrayins'kyu pedahohichnyy slovnyk* [Ukrainian Pedagogical Dictionary], K.: Lybid', 1997, 375p., pp. 234-235.
2. Yefimenko S. M. *Osoblyvosti profesiyanoi pidhotovky maybutnikh uchyteliv tekhnolohiy* [Features of training future teachers of technology], *Zbirnyk naukovykh prats' Kam"yanets'-Podil's'koho natsional'noho universytetu im. Ivana Ohiyenka*. Ser.: Pedahohichna, 2011, Vyp.17., pp.150-152.
3. *Naypovnishyy tлумachnyy slovnyk ukrayins'koyi movy* [The most comprehensive Dictionary of Ukrainian language]. Available at: <http://eslovyk.com/>.
4. Pyekhota O. M. *Osobystisno oriyentovane navchannya: pidhotovka vchytelya: monohrafiya* [Individually oriented education: teacher training], Mykolayiv: Ilion, 2007, 272 p.
5. Rybalka V. V. *Osobystisnyy pidkhid u profil'nomu navchanni starshoklasnykiv* [Personality approach in profile education of senior pupils]: avtoref. dys. ... d-ra psykhol. nauk: 19.00.07 / V. V. Rybalka. – K., 1998. – 40 s.
6. Serhiychuk O. A. *Pedahohichni aspekty realizatsiyi osobystisno-oriyentovanoho pidkhodu v navchal'nomu protsesi VNZ* [Pedagogical aspects of person-centered approach in teaching institutions] Available at: http://library.udpu.org.ua/library_files/psuh_pedagog_probl_silsk_shkolu/48/6.pdf
7. *Sotsioloho-pedahohichnyy slovnyk* [Sociological and pedagogical Dictionary], Uklad.: S. U. Honcharenko, V. V. Radul, M. M. Dubinka ta in.; Za red. V. V. Radula, K., 2004, p.168.
8. *Terminolohichnyy slovnyk* [Glossary]. Available at: posibnyky.vntu.edu.ua/psihologiya/slov.htm.
9. Tymoshchuk, N. S. *Innovatsiyini tekhnolohiyi pidhotovky maybutn'oho pedahoha do osobystisno oriyentovanoho vykhovannya uchniv's'koyi molodi* [Innovative technologies of the future teacher to learner centered education students, *Visnyk Zhytomyr's'koho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka*. Vyp.25, Zhytomyr: ZhDU, 2005, p. 129–132.
10. Chepka O. *Osobystisno oriyentovanyy pidkhid u pidhotovtsi maybutn'oho vchytelya* [Personality oriented approach in preparing future teachers], *Visnyk Luhans'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*. Ser.: Pedahohika. Available at: <http://www.twirpx.com/file/702770/>.

УДК 37.013.42

ПРИНА ФІРЦОВА

i.firsova@kubg.edu.ua

викладач,

Київський університет імені Б. Грінченка

м. Київ, вул. Бульварно-Кудрявська, 18

ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ ДО РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ

Відзначено доцільність підготовки майбутніх соціальних педагогів до рекламно-інформаційної діяльності. Акцентовано увагу на необхідності отримання ними актуальних і ґрунтовних знань щодо здійснення рекламно-інформаційної діяльності та досконалого практичного володіння технологічними аспектами здійснення такого виду діяльності в соціально-педагогічній сфері. Розкрито суть вимог до соціального педагога як до особи, котра здійснює рекламно-інформаційну діяльність некомерційного характеру, з точки зору виокремлення цих вимог у такі групи: соціально-психологічні; психологічні; до професійної підготовки. Звернено увагу на виконання соціальним педагогом завдань рекламно-інформаційного характеру в його професійній діяльності. Висвітлено власний досвід автора у вирішенні питання вдосконалення професійної освіти майбутніх працівників соціальної сфери та здійсненні ефективної підготовки

майбутніх соціальних педагогів до рекламно-інформаційної діяльності в контексті університетської освіти.

Ключові слова: підготовка, професійна підготовка, соціальний педагог, рекламно-інформаційна діяльність, навчально-виховний процес.

ИРИНА ФИРСОВА

преподаватель,
Киевский университет имени Б. Гринченко
г. Киев, ул. Бульварно-Кудрявская, 18

ПОДГОТОВКА БУДУЩИХ СОЦИАЛЬНЫХ ПЕДАГОГОВ К РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Отмечена целесообразность подготовки будущих социальных педагогов к рекламно-информационной деятельности. Акцентируется внимание на необходимости получения ими актуальных и фундаментальных знаний по осуществлению рекламно-информационной деятельности и безукоризненного владения технологическими аспектами осуществления такого вида деятельности в социально-педагогической сфере. Раскрыта суть требований к социальному педагогу как к лицу, осуществляющему рекламно-информационную деятельность некоммерческого характера. Затронуты вопросы выполнения социальным педагогом задач рекламно-информационного характера в рамках его профессиональной деятельности. Изложено собственный опыт автора в решении вопроса совершенствования профессионального образования будущих работников социальной сферы и осуществлении эффективной подготовки будущих социальных педагогов к рекламно-информационной деятельности в контексте университетского образования.

Ключевые слова: подготовка, профессиональная подготовка, социальный педагог, рекламно-информационная деятельность, учебно-воспитательный процесс.

IRYNA FIRSOVA

Teacher,
Borys Grinchenko Kyiv University
Kyiv, Bulvarno-Kudryavskaya, 18 st.

PREPARING FUTURE SOCIAL EDUCATORS TO PROMOTION AND INFORMATION ACTIVITIES: TEACHING AND METHODOLOGICAL ASPECTS

This paper points to the feasibility of the process of preparing future social educators to promotion and information activities. It also reveals the essence of the requirements to the social educator as a person who conducts non-commercial promotional and information activities. These requirements are divided into three groups. They are sociopsychological requirements, psychological requirements and training requirements. The paper deals with the implementation of promotional and information tasks by social educator in the framework of his professional activity. This publication presents results of analysis of Bachelor's and Master's curriculums which have been devised to determine the list of academic disciplines for study by students learning from the specialty "Social pedagogy" at The Institute of Human Sciences of Borys Grinchenko Kyiv University. This was done to determine the list of subjects that are directly or indirectly related to advertising and information activities. This publication highlights the features of the educational process which is aimed at developing of future social teachers' knowledge and skills in the field of advertising and information activities. The author tells about her own experience of practical implementation of the process of preparing future social educators to promotion and information activities in the context of university education. She also reveals the essence of a special course «Peculiarities of social pedagogue's advertising and information activity» and one of the training modules of integrated discipline «The actual educational practices» named «Advertising and information technologies in social and educational activities» which have been created and approved by her.

Keywords: education, training, social educator, promotion and information activities, teaching and educational processes.

Зміни в сучасному житті українського суспільства визначають необхідність внесення корективів у вже існуючу систему професійної підготовки фахівців в галузі соціальної роботи. Наразі до професійної підготовки в рамках вищої освіти в галузі соціальної роботи в Україні висувуються дуже високі, але цілком аргументовані вимоги, що обумовлюються багатьма чинниками серед яких: модернізація вищої професійної освіти; динамічні соціально-економічні перетворення сучасного суспільства; пильна увага до соціальної сфери з боку держави та громадськості; збільшення запитів населення на соціальну допомогу, в тому числі інформаційного характеру, тощо. Сучасна професійна підготовка має бути зорієнтованою на отримання майбутнім фахівцем в галузі соціальної роботи актуальних знань щодо здійснення рекламно-інформаційної діяльності та досконале практичне володіння технологічними аспектами здійснення такого виду діяльності в соціально-педагогічній сфері.

Окремі аспекти рекламно-інформаційної діяльності некомерційного характеру відображені в роботах О. Сватенкова та А. Стрелковської. Особливості використання рекламно-інформаційних технологій соціальними педагогами представлені в дослідженнях Р. Вайноли, Т. Веретенко, О. Денисюк, А. Ковальової та інших. Проте, як показує наше дослідження, недостатньо вирішеною є проблема підготовки майбутніх соціальних педагогів до рекламно-інформаційної діяльності.

Метою статті є організація навчально-виховного процесу, спрямованого на формування в студентів-майбутніх соціальних педагогів знань, умінь та навичок у сфері рекламно-інформаційної діяльності.

Рекламно-інформаційна діяльність в соціально-педагогічній сфері відрізняється від інших напрямків діяльності. Основною її відмінністю є альтруїстична скерованість дій на популяризацію певних життєвих цінностей та суспільно значущих ідей. Цей вид діяльності, на відміну від економіки чи торгівлі, в соціальній сфері не передбачає отримання прибутків та в більшості випадків не має миттєвого результату. Його цінність полягає у спрямованості на вирішення актуальних соціальних проблем шляхом досягнення педагогічного ефекту [1, с. 48]. Особливостями вказаного виду діяльності можна вважати: нормативно-правові аспекти, призначення, мета, роль в житті суспільства, тематика, специфіка створення рекламних матеріалів, вимірювання ефективності впливу.

Специфіка рекламно-інформаційної діяльності в соціально-педагогічній сфері передбачає наявність у фахівця, що її здійснює (в нашому випадку – соціального педагога), ряду якостей, покликаних сприяти реалізації завдань його професійної діяльності. Однією з них є донести інформаційне повідомлення до якомога більшого кола представників цільової аудиторії, переконати їх в його значущості та змусити діяти відповідно до нього в рамках суспільно прийнятних вимог.

Перелік якостей, якими має володіти соціальний педагог з метою успішного здійснення рекламно-інформаційної діяльності, формується під впливом вимог сучасного життя. Ці вимоги в науковій літературі виокремлюються у три основні групи: соціально-психологічні; психологічні; до професійної підготовки.

Соціально-педагогічні вимоги до соціального педагога як до особи, котра здійснює рекламно-інформаційну діяльність некомерційного характеру, полягають у наступному:

- достовірне розуміння оточуючої дійсності та усвідомлення місця й значення реклами в ній;
- наявність адекватного сучасним вимогам рівня знань;
- високий рівень особистісного розвитку;
- обізнаність в найновіших трендах соціальної педагогіки, соціальної роботи та реклами;
- розуміння педагогічного (навчально-виховного) потенціалу рекламно-інформаційної діяльності, її соціальних зв'язків і залежностей;
- усвідомлення принципів гуманізму, життєвих цінностей, прав людей, моральних і етичних норм та дотримання їх;
- готовність до співпраці з людьми незалежно від їх національної, расової, етнічної, релігійної чи соціальної приналежності;
- шанобливе ставлення до суспільних цінностей та здійснення рекламно-інформаційної діяльності з урахуванням їх суті й прагненням до їх зміцнення та примноження;
- сприяння конструктивному вирішенню проблем, що існують в житті суспільства;
- вирішення професійних завдань у правовому полі;
- готовність до роботи в складі мультидисциплінарної команди за участю фахівців різних галузей, в тому числі рекламистів;

- готовність до вирішення професійних завдань у взаємодії з колегами, партнерами та безпосередніми споживачами рекламних звернень;
- володіння навичками ділового мовлення, технікою ведення переговорів та конструктивної побудови міжособистісних взаємин;
- сформованість управлінських вмінь;
- сумлінне та відповідальне виконання посадових обов'язків, усвідомлення відповідальності за свою трудову діяльність;
- постійний моніторинг та аналіз світового досвіду здійснення рекламно-інформаційної діяльності в соціальній сфері;
- здатність до рефлексії, вміння вдосконалювати свій професіоналізм з використанням новітніх інформаційних освітніх технологій.

Щодо вимог психологічного характеру, то вони є наступними:

- знати особливості психологічного впливу реклами, розуміти її позитивні та негативні сторони, ставитися до неї позитивно;
- мати насамперед внутрішні соціально схвальні мотиви здійснення рекламно-інформаційної діяльності, чітко усвідомлювати потреби її здійснення;
- виявляти творчий підхід до рекламної справи, ініціативно шукати потенційні можливості оптимізації роботи та практично використовувати їх;
- відчувати інтерес та захопленість під час здійснення професійних творчих завдань, радість – від позитивних результатів їх реалізації;
- прагнути до самореалізації та самовираження в соціально-педагогічній роботі через рекламно-інформаційну діяльність.

Рекламно-інформаційна діяльність вимагає також від соціального педагога специфічної професійної підготовки. Соціальний педагог, готуючись до практичної реалізації рекламно-інформаційної діяльності, повинен:

- знати наукові основи рекламної діяльності, особливості її створення, поширення та оцінки результативності, бути в курсі останніх практично значущих наукових розробок та рекомендацій, вміти використовувати їх у своїй повсякденній трудовій діяльності;
- мати здібності до її здійснення;
- вміти орієнтуватися в сфері реклами, специфічних питаннях і тонкощах рекламної справи;
- вміти організовувати свою працю системно, на науковій основі, знаходити й використовувати резерви для підвищення кількості та якості продуктів своєї праці;
- бути здатним передбачити розвиток подій, упереджувати виникнення труднощів і наступ небажаних, кризових положень, станів і ситуацій;
- вміти діяти успішно за будь-яких обставин, а також знаходити конструктивні варіанти їх вирішення;
- вміти забезпечувати особисту безпеку праці;
- вміти успішно діяти в ситуаціях професійної конкуренції.

Необхідними для успішного здійснення соціальним педагогом рекламно-інформаційної діяльності є, на нашу думку, навички: письма; дизайнерські; презентаційні (здійснення успішних презентацій); управління проектами; планування та оцінки; роботи з персональним комп'ютером; управління репутацією; спілкування з представниками ЗМІ.

Практична реалізація соціальним педагогом рекламно-інформаційної діяльності можлива в кожній організації, де він працює оскільки фахівець з реклами необхідний будь-якому закладу соціальної сфери. Т. Веретенко та О. Денисюк, змальовуючи професійний портрет соціального педагога, зазначають: «У сучасному світі соціальний педагог повинен уміти представляти інтереси свого клієнта в різних організаціях, розуміти специфіку використання реклами у вирішенні соціальних проблем суспільства, презентувати результати діяльності в засобах масової інформації» [1, с. 62].

В Законі України «Про соціальну роботу з сім'ями, дітьми та молоддю» в переліку професійних завдань суб'єктів соціальної роботи (одним з яких є соціальний педагог) закріплено виконання ними різних послуг, в тому числі поширення просвітницьких та культурно-освітніх знань, об'єктивної інформації про види соціальних послуг, формування відповідального ставлення суспільства до соціальних проблем, а також здійснення інформаційно-просвітницької та

пропагандистської діяльності, спрямованої на формування в особистості стандартів позитивної поведінки й здорового способу життя.

Одним із завдань соціального педагога є також надання різноманітних соціальних послуг, зокрема інформаційних [2]. В рамках здійснення рекламно-інформаційної діяльності соціальний педагог повинен інформувати членів суспільства про наявність певної соціальної проблеми, привертати до неї увагу громадськості, інформувати щодо причин її виникнення та можливих варіантів вирішення, поширювати та утверджувати соціальні цінності, формувати суспільну свідомість, змінювати моделі поведінки членів суспільства. Для успішного виконання професійних завдань та посадових обов'язків майбутньому соціальному педагогові потрібно вміти готувати та поширювати інформацію про певні особливості послуг, планувати рекламні кампанії, вміти координувати дії тих, хто виготовляє рекламну продукцію, а також контролювати рекламний бюджет.

Очевидно, що для реалізації таких завдань необхідна різнобічна професійна підготовка соціального педагога. В наш час актуальним залишається питання підвищення якості здійснення соціальної та соціально-педагогічної роботи, що передбачає вдосконалення підготовки фахівців в цій галузі. Підготовка майбутніх соціальних педагогів має передбачати вивчення студентами дисциплін, які б надавали можливість комплексно вивчати проблеми здійснення рекламно-інформаційної діяльності в соціальній сфері.

Нами було проведено аналіз навчальних планів, у результаті якого встановлено, що студентам спеціальності «Соціальна педагогіка» для вивчення пропонується невелика кількість дисциплін, які безпосередньо чи опосередковано стосуються рекламно-інформаційної діяльності: «Інформаційні технології та технічні засоби навчання», «Технології соціально-педагогічної роботи», «Організаційно-технологічне забезпечення соціально-педагогічної роботи», «Психологія мас», «Сучасні інформаційно-комунікаційні технології», «Основи медіа психології». Але обсяг уваги, приділений викладачами в своїх авторських навчальних програмах питанню здійснення рекламно-інформаційної діяльності в соціально-педагогічній сфері, є недостатнім.

З метою вдосконалення підготовки майбутніх соціальних педагогів до рекламно-інформаційної діяльності нами були розроблені спецкурс «Особливості рекламно-інформаційної діяльності соціального педагога» та змістовий модуль «Рекламно-інформаційні технології у соціально-педагогічній діяльності» комплексної навчальної дисципліни «Актуальні педагогічні практики».

Вищезазначені навчальні дисципліни викладаються в Інституті людини Київського університету імені Бориса Грінченка студентам-магістрам першого року денної та заочної форм навчання. Їх місце в професійній підготовці випускника визначається тим, що професійна соціально-педагогічна робота належить до тих видів діяльності, в яких рекламно-інформаційна компетентність фахівця є значущим компонентом його професіоналізму і сприяє формуванню цілісного професійного мислення працівника соціально-педагогічної сфери.

Навчальною метою дисципліни «Особливості рекламно-інформаційної діяльності соціального педагога» є оволодіння студентами базовими теоретичними знаннями в галузі реклами загалом і соціальної реклами зокрема та застосування їх в процесі практичної діяльності, пов'язаної зі створення рекламних матеріалів соціального характеру та проектуванням соціальної рекламно-інформаційної кампанії.

Виховна мета курсу – усвідомлення ролі соціального педагога як рекламіста, формування інтересу до практичної діяльності зі створення соціальної реклами та надання допомоги у втрішенні соціально-педагогічних проблем, засвоєння соціокультурних цінностей та людських ідеалів, звернення уваги до найактуальніших проблем суспільства та його моральних цінностей, сприяння гуманізації студентської молоді, зміні їх поведінкових моделей.

Завданнями навчального курсу є: 1) оволодіння теоретичними знаннями з основ рекламно-інформаційної діяльності шляхом звернення основної уваги на специфіку соціальної реклами як засобу комунікації в сучасному суспільстві, основ організації діяльності зі створення соціальної реклами, створення рекламних матеріалів, оцінки ефективності впливу соціальної реклами на громадськість; 2) практичне застосування теоретичних знань в процесі виконання учбових завдань та підготовки, розробки, презентації й оцінювання результативності власних рекламних проєктів.

У результаті вивчення вказаного курсу студенти мають знати особливості створення та реалізації рекламно-інформаційних кампаній в соціальній сфері. Вони повинні також вміти створювати рекламно-інформаційні матеріали на будь-які соціально значущі теми та вміти організувати й проводити рекламно-інформаційні кампанії некомерційного характеру.

Навчальний курс сприяє розвитку творчої уяви та фантазії студентів, їх креативного мислення, вміння естетично правильно оформлювати власні проєктні роботи (зразки соціальної реклами).

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни «Особливості рекламно-інформаційної діяльності соціального педагога», становить 108 год., із них 12 год. – лекції, 12 год. – семінарські заняття, 12 год. – практичні заняття, 6 год. – індивідуальна робота, 60 год. – самостійна робота, 6 год. – модульний контроль.

«Рекламно-інформаційні технології у соціально-педагогічній діяльності» є одним із змістових модулів комплексної дисципліни «Актуальні педагогічні практики» і розрахований на вироблення у студентів спеціальних, конкретних знань, практично значущих вмінь і навичок психосоціального мислення та психосоціальної поведінки, розвиток специфічної професійної компетентності. Він доповнює та поглиблює соціально-психологічну проблематику теорії та практики соціально-педагогічної роботи. Будучи теоретичною базою для вироблення професійно значущих знань, вмінь і навичок, а також отримання професійних орієнтирів спеціалістів галузі соціальної роботи, курс є основою здійснення рекламно-інформаційної діяльності в соціальній сфері.

Вказаний модуль викладається у контексті тісного взаємозв'язку з дисциплінами загальнопсихологічного, соціально-психологічного, соціологічного, соціально-педагогічного циклів. Метою його є теоретична та практична підготовка студентів до здійснення професійних завдань, пов'язаних зі створенням та поширенням рекламних продуктів в процесі здійснення соціально-педагогічної діяльності: формування системних уявлень про зміст та методи створення рекламних продуктів на соціально значущі теми; формування психосоціального мислення в контексті вирішення суспільно значущих питань та проблем; ознайомлення з базовими інструментами здійснення рекламно-інформаційної діяльності в соціальній сфері; оволодіння практичними навичками їх застосування.

Завдання його полягають у набутті студентами теоретичних знань та практичних навичок, пов'язаних з реалізацією рекламно-інформаційних технологій в соціально-педагогічній діяльності; формуванні мотиваційно-ціннісного ставлення до діяльності, пов'язаної зі створенням та поширенням суспільно-значущої інформації; розвитку професійно-гуманістичної спрямованості особистості кожного студента та його професійно значущих для цього виду діяльності особистісних якостей.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення навчального модуля «Рекламно-інформаційні технології у соціально-педагогічній діяльності» комплексної дисципліни «Актуальні педагогічні практики», становить 60 год., із них 6 год. – лекції, 10 год. – практичні заняття, 40 год. – самостійна робота, 4 год. – модульний контроль.

Таким чином, розробка і впровадження спецкурсу «Особливості рекламно-інформаційної діяльності соціального педагога», а також змістового модуля «Рекламно-інформаційні технології у соціально-педагогічній діяльності» в рамках вивчення комплексної дисципліни «Актуальні педагогічні практики» в Інституті людини Київського університету імені Бориса Грінченка сприяють вдосконаленню професійної підготовки спеціалістів в галузі соціальної роботи та створюють можливість цілеспрямовано готувати студентів-майбутніх соціальних педагогів до рекламно-інформаційної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Веретенко Т. Г. Вступ до спеціальності: соціальна педагогіка. Модуль 2: навч. посібник / Т. Г. Веретенко, О. М. Денисюк. – К.: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2013. – 128 с.
2. Закон України «Про соціальну роботу з сім'ями, дітьми та молоддю» № 2558-14 від 08.10.2016 // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 42.
3. Сватенков О. В. Педагогічні умови захисту права дитини на сім'ю засобами соціальної реклами: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.05 / О. В. Сватенков. – К., 2010. – 224 с.

REFERENCES

1. Veretenko T. H. *Vstup do spetsialnosti: sotsialna pedahohika. Modul 2: navch. posibnyk*. [Introduction to specialty: social pedagogy. Module 2: Tutorial] / T. H. Veretenko, O. M. Denysiuk. K., Borys Grinchenko Kyiv University, 2013. 128 p.
2. *Zakon Ukrainy «Pro sotsialnu robotu z simiamu, ditmy ta moloddiu»* [On social work with families, children and youth: The Law of Ukraine] № 2558-14 on 08.10.2016 // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy, 2001, vol. 42, pp. 213.

3. 3.Svatenkov O. V. *Pedahohichni umovy zakhystu prava dytyny na simju zasobamu sotsialnoireklamy: dys kand. ped. nauk: 13.00.05* [Pedagogical conditions of protection of childrenright for family means PSAs: the dissertation of candidate of pedagogical sciences: 13.00.05] / O. V. Svatenkov , Kyiv, 2010. 224 p.

УДК 378.046.4-051:005(045)

МИКОЛА СОЛОВЕЙ

nikolosolovey@gmail.com

кандидат педагогічних наук, доцент,

Хмельницький обласний інститут післядипломної педагогічної освіти

м. Хмельницький, вул. Озерна 14

КУРСИ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ: ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПЕДАГОГІЧНІ СКЛАДОВІ

Описані організаційно-педагогічні компоненти курсів підвищення кваліфікації вчителів у Хмельницькому обласному інституті післядипломної педагогічної освіти. Вказано, що формування контингенту слухачів, якість науково-педагогічного персоналу, зміст навчання, планування і документація, ресурси й економічна підтримка є основою організації та проведення курсів підвищення кваліфікації. Зазначено, що освітні програми побудовані на основі кваліфікаційних характеристиках, державних вимог до змісту освіти в загальноосвітній школі, рекомендацій Міністерства освіти і науки України, пропозицій кафедр, методистів і побажань учителів, а лекції, практичні роботи, тренінги в інституті проводять співробітники кафедр, методисти, вчителі-практики відповідно до графіка навчання. На основі змісту освітніх програм розроблено загальну структуру навчального плану й робочі навчальні плани для спеціалістів другої, першої і вищої категорій. Показано, що інститут має достатній ресурсний потенціал для проведення змістовного та ефективного навчання.

Ключові слова: інститут післядипломної педагогічної освіти, підвищення кваліфікації вчителів, слухач, освітня програма, навчальний план, баланс навчальних годин.

НИКОЛАЙ СОЛОВЕЙ

кандидат педагогических наук, доцент,

Хмельницкий областной институт последипломного педагогического образования

г. Хмельницкий, ул. Озерная, 14

КУРСЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ УЧИТЕЛЕЙ: ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ КОМПОНЕНТЫ

Описаны организационно-педагогические компоненты курсов повышения квалификации учителей в Хмельницком областном институте последипломного педагогического образования. Указано, что формирование контингента учащихся, качество научно-педагогического персонала, содержание обучения, планирование и документация, ресурсы и экономическая поддержка являются основой организации проведения курсов повышения квалификации. Отмечено, что образовательные программы разработаны на основе квалификационных характеристик, государственных требований к содержанию образования в общеобразовательной школе, рекомендаций Министерства образования и науки Украины, предложений кафедр, методистов и пожеланий учителей, а лекции, практические занятия, тренинги проводят научно-педагогические сотрудники кафедр, методисты и учителя-практики в соответствии с графиком обучения. Общая структура учебного плана и рабочие учебные планы дифференцированы для специалистов, специалистов второй, первой и высшей категории. Утверждается, что институт обладает достаточным ресурсным потенциалом для проведения курсов на высоком уровне.

Ключевые слова: институт последипломного педагогического образования, повышение квалификации учителей, слушатель, образовательная программа, учебный план, баланс учебных часов.

MYKOLA SOLOVEY

candidate of pedagogical sciences, associate professor,