**Данильчук Лариса Олексіївна. Формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю : Дис... канд. наук: 13.00.04 – 2007**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **Данильчук Л.О. Формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю. – Рукопис.**Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук за спеціальністю 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти. – Житомирський державний університет імені Івана Франка, Житомир, 2007.Дисертаційна робота є теоретико-експериментальним дослідженням проблеми формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю. Проаналізовано сутність та взаємозв’язок базових понять дослідження; розглянуто методологічні основи формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю. Розкрито історичні аспекти формування іміджу. Розроблено модель професійно-особистісного іміджу фахівців фінансово-економічного профілю. Обґрунтовано та впроваджено технологію формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю. Ефективність моделі та технології доведено й перевірено експериментально. Основні результати дослідження впроваджено у навчальний процес вищих навчальних закладів. |

 |
|

|  |
| --- |
| В умовах сучасного реформування економіки України особливого значення набуває проблема формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю, як гаранту ефективної фахової діяльності, професійної адаптації сучасних спеціалістів у нових ринкових умовах. Разом із тим, недостатньо розглянутими залишаються механізми і чинники, що впливають на формування та розвиток іміджу фахівців, зокрема, професійно-особистісного.Узагальнення результатів дослідження дозволило зробити наступні висновки:1. На основі аналізу базових понять дослідження (“імідж”, “іміджмейкінг”, “паблік рілейшнз”, “паблісіті”) виділено їх спільні та відмінні категоріальні ознаки. Систематизовано отриману інформацію відповідно до предмета та об’єкта дослідження, визначено поняття “професійно-особистісний імідж” як образ, що формується й відтворюється у процесі професійної фінансово-економічної діяльності та максимально забезпечує реалізацію основної мети професійної діяльності особистості, а саме: всебічне сприяння стабільному поступальному розвитку фінансово-економічної системи держави, а також забезпечує моральну та матеріальну самореалізацію особистості.Методологічні передумови формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю визначають основні положення наукових принципів, підходів та теорій, сформульованих на різних рівнях методології: філософському та загальнонауковому (принцип розвитку; загального зв’язку; принцип діалектичної єдності теорії, експерименту і практики; об’єктивності; міждисциплінарності; наступності); конкретнонауковому (конкретно-історичний, системний, діяльнісний, особистісний, акмеологічний підходи; теорїї політичної стабільності та політичних груп, внутрішньої конфліктної поведінки).2. Проведено історико-педагогічний аналіз досліджуваної проблеми, який засвідчив про нерівномірність її розробки у світовій практиці загалом, що визначалося конкретними соціально-економічними умовами в різних країнах світу. Становлення і розвиток професійно-особистісного іміджу відбувався впродовж тривалого історичного періоду під впливом змін у суспільстві, системі освіти в цілому та професійній освіті зокрема. Окреслено шлях від зародження образів (кінець ІІ тис. до н.е. – V ст. н.е.) до стабілізації та глобалізації іміджу (ХХ – початок ХХІ ст.); визначено, що імідж являє собою складний феномен сучасності, в якому поєднуються різнорідні фактори: історичні, політичні, економічні, соціальні, особистісні тощо.3. Розроблено модель професійно-особистісного іміджу фахівців фінансово-економічного профілю, яка забезпечує його цілісність та включає дві складові: спеціальну та прикладну. Специфіка дослідження обумовила детальний розгляд прикладної складової (габітарний імідж, сигнальний комплекс, мовний етикет), яка проявляється через соціальну перцепцію. Змістове наповнення прикладної складової визначило необхідність удосконалення процесу формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців у вищих закладах освіти економічного профілю.4. Теоретично та методично обґрунтовано положення досліджуваної проблеми, що були покладені в основу розробки технології формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю. Впровадження технології показало, що її оптимальний характер визначається шляхом оновлення змісту окресленої проблеми, використанням доцільних форм навчання та комплексу іміджоформуючих методів, що органічно поєднують кейс-метод з традиційними методами навчання.Стрижнем розробленої технології стала ситуативна методика навчання. Її застосування обумовлене необхідністю оволодіння студентами не тільки вербальними знаннями професійного спрямування, але й знаннями, що мають певну практичну спрямованість та пов’язані з реальними професійними ситуаціями.Експериментально підтверджено ефективність обраної технології. Відбулися суттєві зміни у ціле-мотиваційній сфері майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю щодо формування професійно-особистісного іміджу. Рівень сформованості знань та пов’язаних із ними вмінь у студентів експериментальних груп випереджає відповідний рівень у контрольних групах і суттєво зростає порівняно з вихідним рівнем.5. Розроблено методичні рекомендації щодо вдосконалення процесу формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю, які узагальнено у навчально-методичних посібниках автора "Основи іміджу та етикету”, ”Іміджмейкер”, ”Імідж. Презентація”.Дослідження проблеми дозволяє висловити такі рекомендації Міністерству освіти і науки України:врахувати результати проведеного дослідження при вдосконаленні державних стандартів фінансово-економічної освіти;рекомендувати вищим економічним освітнім закладам введення до навчальних планів спецкурсу “Основи іміджу та етикету”.Виконане дослідження не претендує на повне розв’язання проблеми формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю, не вичерпує всіх аспектів порушеної проблеми. Серед подальших напрямів наукових розробок – пошук, обґрунтування та адаптація доцільних форм і методів формування професійно-особистісного іміджу фахівців різних галузей. |

 |