

Чугаєва Н. Ю.

*к. психол. н., доцент кафедри гуманітарних дисциплін
Національного університету харчових технологій*

ПСИХОЛОГІЧНА ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ ЯК ЧИННИК ЇХ ОСВІТНЬОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ

Анотація: Ефективна маркетингова діяльність передбачає психологічну підготовку майбутніх фахівців-маркетологів під час навчання у вищих навчальних закладах. У роботі розглянуто особливості вивчення студентами психологічних дисциплін у контексті здобування освіти у галузі маркетингу.

Ключові слова: майбутній маркетолог, психологія, психологічна підготовка, студент, освітня соціалізація

Вступ. Успішність маркетингової діяльності підприємства, незалежно від його спрямування, передбачає, перш за все, участь високоосвічених фахівців-маркетологів, які набувають та розвивають свої первинні професійні компетенції у процесі навчання у вищих навчальних закладах на відповідних факультетах.

Постановка завдання. Основним завданням даної роботи є: визначити роль психологічної підготовки студентів-маркетологів у навчальному процесі як чинника їх освітньої соціалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У Національному університеті харчових технологій студенти спеціальності «Маркетинг» успішно здобувають знання, уміння та навички під час навчання у Навчально-науковому інституті економіки та управління. Невід'ємною частиною соціально-освітнього процесу становлення майбутніх маркетологів є їхня психологічна підготовка.

Як нам відомо, наукова психологія вивчає факти, закономірності та механізми психіки. В свою чергу, психіка розглядається у психологічній науці як системна якість мозку, яка забезпечує суб'єктивне відображення об'єктивної реальності. Звідси випливає, що кожен маркетолог, прагнучи досягти цілей отримання високого прибутку в процесі власної діяльності, має орієнтуватись на психологічні, соціальні, психофізіологічні потреби споживача. Яким чином він може це реалізувати? Відповідь на це питання, на нашу думку є очевидною, тільки в процесі засвоєння психологічних компетенцій, молоді маркетологи зможуть опанувати професійно-маркетологічні компетенції, а також розвинути власний індивідуальний потенціал.

Наш багаторічний досвід викладання психологічних дисциплін для студентів спеціальності «Маркетинг» Національного університету харчових технологій показує надзвичайну актуальність та ефективність психологічної підготовки майбутніх маркетологів, особливо на перших курсах навчання. На це саме вказує і особиста думка студентів-старшокурсників, отримана під час багатьох опитувань через один або декілька років після проходження ними навчального курсу «Психологія».

Згідно висловлювань студентів, вивчення психології сприяє їх адаптації до умов навчального процесу в університеті, стимулює до власного особистісно-психологічного розвитку, спонукає до професійного зростання, а отже, сприяє їх майбутньому становленню конкурентоспроможними фахівцями у галузі маркетингу.

З нашої професійно-психологічної позиції, цікавим напрямом маркетингової діяльності є сенсорний маркетинг, який базується на наукових психологічних та маркетологічних розробках. Дійсно, психологія кольорів та кольорових переваг достатньо широко представлена у сучасних дослідженнях. Студенти-маркетологи під час навчальних занять з «Психології» приділяють значну увагу цій темі. Психологічні дослідження смаку, запаху також відомі молоді завдяки першочерговому засвоєнню знань з психологічних дисциплін.

Під час висловлювання власної думки, студенти підкреслюють наступне: щоб маркетологи у майбутньому змогли стати справжніми знавцями своєї справи, викладати «Психологію» має тільки педагог з базовою вищою психологічною освітою, великим науково-педагогічним досвідом, а також постійним прагненням до підвищення власної кваліфікації шляхом ознайомлення з новою професійно-психологічною літературою та інноваційними дослідженнями, у тому числі маркетологічного спрямування.

На нашу думку, освітня соціалізація студентів – це засвоєння ними необхідних для майбутньої професійної діяльності компетенцій з позиції усвідомлення норм та цінностей, діючих у суспільстві в цілому та відповідному професійному середовищі, прийняття певних соціальних ролей, смислів та цінностей [1, с.29].

У світлі нашого сприйняття, освітня соціалізація є ефективною, якщо формує у студента прийняття соціальної ролі особистості, орієнтованої на навчання та професійну підготовку [1, с.15]. Зрозумілим є те, що психологічна підготовка студентів-маркетологів є необхідною основою їх соціально-освітнього процесу, яка дозволить їм в результаті засвоєння психологічних та професійних знань, умінь та навичок згодом навчитися здійснити аналіз ринкової ситуації, визначити психологічні особливості поведінки споживачів, формування попиту та стимулювання збуту товарів та послуг

Висновки. Проаналізувавши вищевикладене, ми дійшли до висновку, що психологічна підготовка студентів, що здійснюється викладачем - професійним психологом є важливим чинником освітньої соціалізації майбутніх маркетологів.

Список літератури:

1. Чугаєва Н.Ю. Психологічні особливості педагога-наставника як умова ефективної соціалізації студентів: монографія / Н. Ю. Чугаєва. – Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2017. – 200 с.