МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
Факультет психології
Кафедра педагогіки

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему:

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ СТУДЕНТА У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Виконала:
студентка 2-го курсу магістратури, спеціальності
011 «освітні, педагогічні науки»
освітньої програми
«Педагогіка вищої школи»
Мисник Марина Олександрівна
_____ *(підпис)*
Науковий керівник:
професор кафедри педагогіки,
кандидат педагогічних наук,
Спіцин Євгеній Сергійович
_____ (*підпис*)

Допущено до захисту
Кафедрою педагогіки
Протокол № ___ від_____
Завідувач кафедри_____

(підпис)

Робота захищена «_____»_____20___р.
З оцінкою _____

Київ – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП……3

І РОЗДІЛ. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У СИСТЕМІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....10

1.1 Зміст та поняття корпоративної культури у ЗВО.....10

1.2 Структура корпоративної культури студентів.....12

1.3 Зарубіжний досвід формування корпоративної культури студента.....16

Висновки до першого розділу.....19

ІІ РОЗДІЛ. ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ЗАСОБАМИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ 20

2.1 Врахування психологічних особливостей студентів у формуванні їх професійної ідентичності.....20

2.2 Вплив рівня корпоративної культури ЗВО на формування професійної ідентичності студента.....24

2.3 Модель формування професійної ідентичності інструментами корпоративної культури.....48

Висновки до другого розділу.....56

ІІІ РОЗДІЛ. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ЗАСОБУ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ СТУДЕНТІВ В УМОВАХ ЗВО.....57

3.1 Експериментальна перевірка ефективності інструментів корпоративної культури у формуванні професійної ідентичності студентів.....57

3.2 Практичні рекомендації щодо впровадження запропонованого механізму та його адаптації в процесі діяльності ЗВО.....63

3.3 Соціально-психологічний ефект та прогнозування результативності реалізації запропонованих рекомендацій.....77

Висновки до третього розділу.....81

ВИСНОВКИ.....82

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....85

ДОДАТКИ.....97

ВСТУП

Актуальність. Динаміка сучасних трансформацій у житті суспільства супроводжується інноваційністю професійної підготовки майбутніх фахівців, що поєднує в собі традиційні підходи до виконання освітніх завдань вищої школи, а також створення умов модернізації освітнього простору. Основні завдання цього процесу окреслені в Конституції України, у Законах України «Про освіту», «Про вищу освіту», де визначено, що одним із напрямів державної політики стосовно розвитку освіти є підготовка висококваліфікованих кадрів, спроможних до творчості, професійного вдосконалення, освоєння й упровадження інноваційних технологій, конкурентоспроможних на ринку праці.

Нова освітня парадигма передбачає формування висококваліфікованого фахівця і цей процес охоплює два напрями: 1) розвиток умов закладу вищої освіти для набуття професійної компетентності студентами, а саме корпоративної культури ЗВО; 2) особистісне становлення – розвиток професійної ідентичності і внутрішньої готовності до опанування професією та побудови власної траєкторії особистісного і професійного становлення.

Дослідженням у сфері корпоративної культури присвячені праці А. Асаул, Л. Богуш, К. Бровко, Дж. Вітмора, К. Камерона, Л. Карамушки, А. Москаленко, П. Назаркіна, та ін. Важливий внесок у розгляд проблеми ідентифікації та ідентичності внесли А. Адлер, В. Андрущенко, А. Бодальов, Е. Еріксон, Е. Зеєр, І. Зимня, І. Зязюн, В. Кремень, дослідження професійної мотивації та формування ціннісних орієнтацій фахівця у ЗВО Л. Левицька, А. Марушкевич, а також використання інноваційних технологій у педагогічній практиці під час професійної підготовки фахівців для розв'язання представленої проблеми М. Аткінсон, Р. Бисвас-Динер, Р. Гуревич, Н. Кошечко , Е. Парслоу та ін.

Вивчення напрацювань дослідників із проблем формування професійної ідентичності засобами корпоративної культури та узагальнення практичного досвіду сприяло виявленню певних суперечностей між:

- світовими тенденціями оновлення вищої школи, потребою цілеспрямованого розвитку корпоративної культури ЗВО шляхом реалізації інноваційних підходів до професійної підготовки студентів, що забезпечується розвитком їх професійної ідентичності у ЗВО на всіх етапах навчаннях, і домінуванням традиційного навчання;
- об’єктивно зростаючою потребою сучасного суспільства у фахівцях, які ідентифікують себе з майбутньою професією, та недостатнім рівнем сформованості професійної ідентичності випускників ЗВО;
- необхідністю актуалізації студентами перспектив власного професійного становлення і побудови власної траєкторії як особистісного, так і професійного розвитку на основі професійної самоідентифікації та несформованими вміннями майбутніх фахівців визначати свої професійні цілі, а для їх реалізації – проектувати, конструювати й апробувати оптимальні способи професійної діяльності з використанням засобів інформаційно-комунікативних технологій;
- потребою реалізації сучасних підходів до освітнього процесу професійної підготовки і відсутністю цілісної системи формування їх професійної ідентичності засобами корпоративної культури ЗВО.

Об’єктивною необхідністю стала потреба у створенні системи формування професійної ідентичності майбутніх фахівців, у якій би поєднувалися традиційні підходи до процесу навчання й педагогічні інновації з використанням засобів інформаційно-комунікативних технологій, що використовуються в багатьох інших сферах людської життєдіяльності. Зокрема, технології коучингу, менторінгу, фасилітації, медіації, модерації та інші.

Одним із пріоритетних напрямів модернізації вищої освіти в Україні науковці визначають професіоналізацію особистості. Тому інтерес до проблеми професійної ідентичності пояснюється зміною традиційної парадигми освіти на особистісно орієнтовану.

Аналіз праць вітчизняних та іноземних дослідників свідчить про те, що в поглядах дослідників у галузі педагогіки щодо формування професійної ідентичності є деякі розбіжності, які потребують додаткового вивчення.

Аналіз психолого-педагогічної літератури дозволив визначити ще одну з причин підвищення інтересу науковців до формування професійної ідентичності: у процесі професіоналізації студентів можливі кризові стани, виникає незадоволення закладом вищої освіти, спеціальністю, окремими предметами, з'являються сумніви у правильності професійного вибору, переживання людиною почуття відсталості від життя, втоми, зниження рівня активності і виникнення відчуття вичерпаності своїх можливостей, втрати відчуття нового, внутрішня розгубленість, знижується власна самооцінка. Це ознаки так званої кризи професійного вибору. Завдання вищої школи - допомогти цю кризу подолати, тому питання особистісного розвитку студента і формування його професійної ідентичності є актуальними в теорії та практиці вдосконалення роботи сучасного закладу вищої освіти як інституту освітньої соціалізації. При цьому однією з провідних проблем є побудова такої системи освітнього процесу, яка б оптимально враховувала особливості й закономірності не лише особистісного розвитку студента, а й його професійного становлення як спеціаліста в рамках корпоративної культури ЗВО та пошук педагогічно доцільних способів розв'язання висунутих проблем, що безпосередньо впливають на подальшу траєкторію розвитку людини.

Актуальність висунутих проблем, зумовили вибір теми дослідження в рамках магістерської роботи «Корпоративна культура як фактор розвитку професійної ідентичності студента у закладі вищої освіти».

Метою дослідження — є визначення інструментів корпоративної культури у формуванні професійної ідентичності студента в закладі вищої освіти.

Об'єктом дослідження — є процес формування професійної ідентичності студентів засобами інформаційно-комунікативних технологій як засобів корпоративної культури.

Предметом дослідження — є інформаційно-комунікативні технології як засоби корпоративної культури у формуванні професійної ідентичності студента.

Гіпотеза дослідження: процес формування професійної ідентичності студентів буде більш успішним за умов реалізації елементів інформаційно-комунікативних технологій (що можуть бути реалізовані в умовах освітнього тренінгу та створюють умови для розвитку професійної ідентичності студентів), та є складниками формування корпоративної культури студентів ЗВО.

Завдання дослідження:

1) Провести теоретичний аналіз категорій «корпоративна культура ЗВО» та «професійна ідентичність студента»;

2) Дослідити проблеми зв'язку корпоративної культури ЗВО і формування професійної ідентичності студентів;

3) Обґрунтувати модель формування професійної ідентичності інструментами корпоративної культури;

4) Розробити практичні рекомендації щодо впровадження запропонованого механізму в моделі та його адаптації в процесі діяльності ЗВО.

Наукова новизна дослідження полягає в тому:

1) вперше буде визначено педагогічні умови для розвитку професійної ідентичності інструментами корпоративної культури та інформаційно-комунікативними технологіями (зокрема, коучингу та інших);

2) проведено уточнення основних термінів (корпоративна культура, професійна ідентичність, індивідуальна стратегія розвитку студента;

3) удосконалено методику формування професійної ідентичності як складової корпоративної культури супроводу студентів та їх професійно-особистісного розвитку;

4) подальшого розвитку набули положення про доцільність використання інформаційно-комунікативних технологій та перспективність використання коучинг-технології для супроводу і ефективної реалізації процесу професійної ідентичності студентів гуманітарних спеціальностей.

Методи дослідження:

Для вирішення поставлених завдань в роботі були використані такі методи: *теоретичні методи* (аналіз педагогічної, психологічної, управлінської літратури з проблеми наукового дослідження, синтез, узагальнення, порівняння, систематизація педагогічного досвіду щодо визначення понятійно-категоріального апарату дослідження, а також для обґрунтування педагогічних умов формування професійної ідентичності студентів засобами корпоративної культури); *емпіричні методи* (анкетування, бесіда, педагогічне спостереження) ; *методи кількісної обробки даних*: математико-статистичні методи.

Методики емпіричного дослідження: Підставою вибору методів і методик діагностичного дослідження стало їх відповідність об’єкту і предмету дослідження. Для визначення рівня розвитку професійної ідентичності та «емоційного ставлення до професії», усвідомленої активності у навчальній діяльності буде використана анкета – «Виявлення рівня професійної ідентичності та усвідомленості значущості корпоративної культури у ЗВО». Також анкета спрямована на виявлення усвідомлення значущості корпоративної культури ЗВО студентів як важливого професійно-особистісного утворення та ідентифікації з майбутньою сферою діяльності, тест смисложиттєвих орієнтацій є адаптованою версією тесту «Мета в житті» (Purpose-in-Life Test, PIL) Джеймса Крамб і Леонарда Махоліка , що має на меті дослідження уявлення студента про

себе, про існуючі життєві цілі, задоволеністю самореалізацією, наявності почуття управління своїм життям.

Апробація результатів дослідження здійснювалася на конференціях різного рангу: Міжнародної науково-практичної конференції «Психологія та педагогіка: необхідність впливу науки на розвиток практики в Україні» (м. Львів – 21-22 лютого 2020 року), Міжнародної науково-практичної конференції «Педагогіка і психологія: напрямки та тенденції розвитку в Україні та світі» (м. Одеса – 17-18 квітня 2020 року), Міжнародної науково-практичної конференції «Психологія і педагогіка: актуальні питання» (м. Хакрів – 10-11 квітня 2020 року), Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми реформування системи виховання та освіти в Україні (м. Львів - 24-25 квітня 2020 року), XXII Міжнародної конференції молодих науковців «Проблеми особистості в сучасній науці: Результати та перспективи дослідження» (м. Київ – 23 квітня 2020 року), I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Дистанційна освіта в Україні: інноваційні, нормативно-правові, педагогічні аспекти» (м. Київ – 16 червня 2020 року), Міжнародної науково-практичної конференції «Стан та перспективи розвитку педагогіки та психології в Україні та світі» (м. Київ – 4-5 вересня 2020 року), International scientific and practical conference «Current trends and factors of the devepolment of pedagogical and psychological sciences in Ukraine and EU Countries » (Poland, Lublin – 25-26 september, 2020), VII Міжнародної науково-практичної конференції «Соціалізація і ресоціалізація особистості в умовах сучасного суспільства» (12-13 листопада, 2020). За темою дослідження підготовлено і подано до друку 1 статтю (березень 2021р.).

Структура магістерської роботи і логіка подання матеріалу відображають послідовність розв’язування основних завдань дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, 3 додатків. Повний обсяг роботи викладено на 100 сторінках, основний текст – на 82

сторінках. Робота містить 5 таблиць, 13 діаграмі 1 схему. У списку використаної літератури 96 найменувань, із них – 12 іноземною мовою.

І РОЗДІЛ. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У СИСТЕМІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

1.1 Поняття та зміст корпоративної культури у ЗВО.

В умовах реформування та модернізації сучасного освітнього простору в Україні відповідно до компетентнісного підходу, розширення міжнародних зв'язків значно актуалізуються питання якісної професійної підготовки майбутніх фахівців відповідно до нових вимог та викликів часу. Серед найбільш важливих завдань професійної освіти сьогодення є вимога до сучасного фахівця, який має бути висококомпетентним у сфері своєї професійної діяльності, мати прагнення до постійного самовдосконалення, самоосвіти, розширення світогляду та володіти певною системою ціннісних орієнтацій тощо.

Таким чином, заклад вищої освіти є своєрідним культурним феноменом, який має власні традиції, історію, ідеї. Корпоративна культура закладу вищої освіти — ефективна форма життєдіяльності освітньої системи, що свідчить про організовану систему, яка побудована на принципах самоцінності знання, свободи навчання та є способом реалізації ідей вищої освіти.

Феномен корпоративної культури закладу вищої освіти України формувався під впливом глобалізаційних процесів, створенням єдиного простору вищої освіти на території Європи, зростанню конкурентоспроможності вищої освіти [41 с. 209-211].

К. Бровко розкриває сутність корпоративної культури університету, що відображена у сукупності високої репутації, іміджу закладу освіти, який створюється в умовах конкуренції на основі певних критеріїв: історія та досвід, відомість серед професійних кіл і громадськості, репутація та професіоналізм керівництва закладу освіти, перспективи професійного розвитку університету, конкурентоспроможність випускників на ринку праці, психологічний клімат закладу вищої освіти, рівень професіоналізму викладачів, активна залученість

студентів до процесу навчання [8, с.187-188].

Кубко В. П. звертає увагу на те, що термін корпоративна культура — це особлива ефективна форма життєдіяльності закладу вищої освіти, що діє як самоорганізована система і є конкретним способом реалізації ідей закладу вищої освіти. Цілком слушною є думка автора про те, що розвиток корпоративної культури закладу вищої освіти має здійснюватися з постійним врахуванням умов та змін сьогодення і орієнтуватися на такі особливості :

- почуття приналежності працівників до організації (студентів та викладачів та інших працівників до закладу вищої освіти);
- наявність гармонійної атмосфери;
- командний дух та командна взаємодія;
- колективна відповідальність;
- творча енергія;
- задоволення потреб особистості [40, с. 2-3].

Вищесказане дає підстави стверджувати, що особливості корпоративної культури закладу вищої освіти орієнтовані на задоволення потреб та інтересів особистості в інтелектуальному та культурному розвитку, а також створенням спільного простору між викладачами та студентами для ефективної взаємодії та особистісного зростання кожного з учасників освітнього процесу.

Корпоративна культура студента у ЗВО також є соціальним механізмом, що може відображатися у приналежності студента до спільноти ЗВО та формувати його ідентичність у професійному плані. Також виступає мобілізуючим чинником та ініціативи у забезпеченні ефективної взаємодії всіх учасників освітнього простору. Корпоративна культура може бути розглянута як інтегральне особистісне утворення, що характеризує засвоєння індивідом норм, цінностей, моделей поведінки, прийнятих у ЗВО, які підтримуються більшістю і визначають спосіб їх дій у професійній діяльності [9, с. 214].

Таким чином, корпоративна культура ЗВО — є відображенням зв'язку особистості студента (його цінностей, інтересів, прагнень) з відображенням її зовнішнього їх вияву, тобто поведінки (ступінь реалізації цінностей, інтересів, прагнень у процесі навчання в ЗВО). Відображуючи найбільш загальні і усталені цінності, принципи та правила поведінки, корпоративна культура ЗВО, є механізмом адаптації студента у внутрішньому середовищі ЗВО, так і сприяє його адаптації з зовнішнім середовищем, що пов'язано зі зміною соціальної ролі.

Отже, корпоративна культура закладу освіти є багатоаспектним явищем , що формує як імідж ЗВО, так і впливає на поведінку та спрямованість кожного його учасника. З одного боку виступає умовою управління і менеджменту ЗВО та його позиціонування на ринку освітніх послуг, а з іншого - представляє ціннісне ставлення особистості до своєї діяльності та відчуття приналежності до певної наукової чи професійної спільноти.

1.2 Структура корпоративної культури студентів.

Становлення професійної ідентичності у закладі вищої освіти передбачає не тільки оволодіння професійними знаннями, уміннями та навичками, відповідними професійними компетентностями, але і входження студента у систему норм, правил, цінностей освітнього закладу. Відтак, сучасний заклад вищої освіти є транслятором корпоративної культури, яка є складовою процесу якісної підготовки майбутнього фахівця і має свої виховні функції.

В такому випадку корпоративна культура закладу вищої освіти стає фундаментом для розвитку і продукування цінностей в умовах професійної діяльності фахівця. Також елементи корпоративної культури та організаційної поведінки всіх учасників освітнього середовища виступають механізмом для

адаптації та включення студента в освітню, а згодом і професійну діяльність та визначають успішність процесу його соціалізації. Цінності, як одна із найважливіших ознак закладу вищої освіти, мають сенсоутворюючий характер освітньої і надалі професійної діяльності студента-випускника. Незаперечним є те, що корпоративні цінності можуть ставати вже особистісними і, таким чином, впливати на успішність здійснення професійної діяльності, значущість відповідної сфери для молодого фахівця, пошук внутрішніх та зовнішніх ресурсів для свого особистісного розвитку, професійного зростання, розкриття свого потенціалу, успішної особистісної та професійної самореалізації [89, с. 177].

Корпоративна культура, яка відображає норми та цінності, що прийняті в колективі, забезпечує взаємодію всіх суб'єктів освітнього простору, передбачає їх взаємодію та реалізацію комунікативної функції. Реалізація цієї функції є вкрай важливою для злагодженої взаємодії всіх структурних підрозділів освітнього закладу і є показником його ефективного менеджменту на всіх рівнях [2, с. 40-41].

Варто зазначити, що університет, як соціокультурна система, не має характеризуватися лише однією провідною функцією – підготовкою фахівця в певній галузі професійної діяльності. Відповідно, корпоративна культура виступає важливим соціально-виховним інструментом студентів у закладі вищої освіти. Означене трактується не лише як трансляція певного досвіду, культурних норм, цінностей, формування світогляду і певних переконань, а і як створення в закладі вищої освіти можливостей для особистісної стратегії розвитку себе, не тільки як фахівця, але і для досягнення групових цілей [57, с. 275].

Важливою основою корпоративної культури у закладі вищої освіти є соціально-психологічний клімат, який створюється у результаті злагодженої побудови ділових і міжособистісних відносин. Його характеристики залежать від змісту корпоративних відносин, типу управління організацією та якості

корпоративних комунікацій. Одним із провідних обов'язків керівника у контексті вибудовування корпоративної культури закладу вищої освіти є формування міжособистісних взаємовідносин у колективі. Система співробітництва, а не суперництва є позитивним критерієм ефективності діяльності в організації [15, с. 85].

Вивчення джерельної бази щодо корпоративної культури ЗВО та дослідження процесу її реалізації у вищій школі дає змогу визначити її основні складові :

- філософія університету (що визначає ставлення до науково-педагогічних працівників, співробітників, студентів);
- історія університету (академічні традиції, видатні наукові школи, особи тощо);
- місія, візія, стратегія (призначення, основні напрями діяльності, які усвідомлюють і поділяють усі співробітники);
- пріоритетні цінності університету (національна освітня політика в європейському контексті); норми і правила, принципи (взаємовідношення у колективі, що зафіксовані в етичному кодексі;
- прийняті норми розподілу влади і повноважень;
- стиль взаємодії всередині університету та з іншими організаціями;
- сприйняття університету ззовні (інформація на сайті, сторінці у соціальних мережах,світові і національні рейтинги);
- комунікативна складова (формальна і неформальна комунікація, якість комунікації);
- організаційна складова (система управління);
- соціально-психологічна складова (формальні та неформальні відносини, соціометрія, система виконання соціальних ролей, конфліктність середовища, лідерство) ;
- ідентифікаційна складова (імідж, атрибути);

- знаково-символьна складова ;
- традиційна складова (свята, традиції) [62 , с. 107-108].

Таким чином, розвиток корпоративної культури на всіх рівнях у вищій школі – важливий, принципиповий момент у розвитку сучасного закладу вищої освіти, що є основою для якісного управління і впровадження цікавих інноваційних проектів для підвищення професійної компетентності випускників як майбутніїх фахівців.

1.3 Зарубіжний досвід формування корпоративної культури студента.

Аналізуючи довід зарубіжних університетів, можемо сказати, що робота з формування корпоративної культури студентів є багатоаспектною та полягає, в основному, в управлінський рішеннях ЗВО, що стосуються спільної діяльності викладачів і студентів. Досвід університету Барселони (Universitat de Barcelona) відображає високий рівень розвитку корпоративної культури. Головним пріоритетом у цьому є створення компетентнісного простору для навчання, що засноване на спільній відповідальності, різноманітності, спільності, доступності та відносинах зі суспільством.

Студент є основною дійовою особою в навчанні та визначає свою стратегію професійного розвитку. Викладачі в цьому випадку стають консультантами і коучами, які використовуючи активні методи навчання, ігри, проблемно-орієнтоване навчання, тематичні дослідження, проектні роботи тощо. Ці проекти дають можливість студенту зайняти свою нішу в університеті та обрати той напрям, який відповідає його інтересам. Це дозволяє тримати корпоративну культуру університету.

Розвиток корпоративної культури студентів Університету Барселони здійснюється також за допомогою програми RIMDA, метою якої — є залучення студентів до проектної діяльності в процесі навчання та стимулювання

інноваційних груп фінансовою та педагогічною підтримкою. Тому командний підхід у процесі виконання проектів дозволяє поглибити професійне навчання студента, напрацювати нові компетентності та створити модель подальшого професійного розвитку майбутнього фахівця в процесі навчання.

Корпоративна культура Університету Барселони представляє високі вимоги до викладача на Європейському рівні, а також заохочує його у проведенні досліджень разом зі студентами.

Також корпоративна культура заохочує і просуває такі проекти, як літні школи, курси, семінари та тренінги як для здобувачів освіти, так і охочих, відповідно до реальних потреб та запитів. Таким чином, це дозволяє створювати поле для комунікації, обміну досвідом та саморозвитку. Університет Барселони сприяє консультативній підтримці студентів, що здійснюється індивідуально або у формі групової діяльності для визначення професійної мети, щоб визначити найбільш важливі і цінні для нього ключові компетенції, які він має, а також хоче здобути і також у визначення стратегій пошуку професійної траєкторії та особистого брендингу.

Також у роботі зі студентами пропонуються курси з більш академічною професійною підготовкою, які надають поглиблені знання зі спеціальності або курси особистісного розвитку, що будуються на цінностях постійного поліпшення, участі, співробітництва та інтеграції.

Бакалавріат в Університеті Барселони є фундаментальним для отримання магістерського рівня, який найбільш цінується, і політика університету спрямована на розвиток і реалізації магістерських проектів, а диплом випускника акредитується в 47 країнах світу. Таким чином, корпоративна культура сприяє створенню середовища для зростання високоосвічених фахівців та пропонувати їх кадри на світовому ринку [92].

Досвід Гарвардського університету орієнтує на те, що корпоративна культура є ключовим елементом успіху ЗВО та є взаємопов’язаною з тими результатами діяльності, які він має. Корпоративна культура відображає якість

зв’язків, які існують у закладі, залежно від взаємодії між людьми в організації. На перший план виходить комунікація і її якість, так як переконання, цінності зміцнюються завдяки налагодженій якісній комунікації у всіх ланках. Також корпоративна культура включає такі важливі риси, як співпраця, чесність та наполеглива праця, норми, або те, як члени вважають, що вони повинні робити і поводитись, або те, що вони думають, що від них очікують. Важливим елементом, що підкреслюють особливості корпоративної культури та іміджу закладу освіти — це сенсорні ознаки (фізичні, зорові, слухові чи інші), що демонструють поведінку людей у організації [91].

Університет Вустера (UW) пропагує корпоративну культура, цінністю якої є стійкість та екологічність дій і відносин. Основна цінність як для студентів, так і викладачів — є обмін знаннями, дослідження та розвиток стійкої спільноти, яка взаємодіє із суспільством. Також ключовим моментом є систематичний моніторинг думки студентів, персоналу та викладачів щодо усвідомлення цінностей університету його стійкості та можливих шляхів удосконалення закладу та пропагування екологічної поведінки [87, с.440].

Досвід польської системи вищої освіти розглядає корпоративну культуру крізь призму теорії управління, з особливим акцентом на управління якістю процесів Цей підхід полягає у трактуванні якості як організаційного вдосконалення - це процес, який піддається вимірюванню та підлягає повному управлінському контролю. Корпоративна культура - це прийняття цінностей, норм та культурних зразків, що призводить до впровадження методів управління. Також сюди відносять ціннісну структуру закладу**,** яка формує якість освіти та досліджень в університеті. Серед багатьох цінностей основними є: критичне мислення, демократія та участь у прийнятті рішень, діалог між зацікавленими сторонами, академічні цінності та традиції, університетська культура, академічний дух [96 с.229-230].

Отже, аналізуючи досвід зарубіжних університетів щодо формування корпоративної культури студента можемо визначити, що університети

створюють умови для цілісного розвитку професіоналізму студента, елементами якого виступають не тільки професійні знання, але і корпоративна культура студента та самосвідомість (усвідомлення себе в процесі подальшого професійного розвитку). Таким чином, приділяється значна увага розвитку особистості і самореалізації, що позитивно впливає на рівень професійної підготовки та засвоєння знань та досвіду майбутньої професійної діяльності студента.

Висновки до першого розділу

Таким чином, теоретичний аналіз поняття «корпоративна культура ЗВО» — багатоаспектне поняття. Загалом науковці наголошують на корпоративній культурі особистості, який є важливим механізмом, що впливає на мотивацію, стратегії поведінки, самоідентифікацію особистістю себе, як члена певної освітньої спільноти. Досягнення ефективності сформованої корпоративної культури особистості у ЗВО залежить від усвідомлення того, що вона набуває значення для суспільства.

Дослідження даної проблеми з позиції міждисциплінарного підходу визначає перспективи подальших досліджень, а саме: дослідження рівня сформованості корпоративної культури у студентства та її впливу на побудову професійної кар'єри молодого фахівця; створення психологічних, педагогічних, соціально-виховних умов у закладах вищої освіти для розвитку корпоративної культури; вивчення досвіду інформаційно-комунікативних технологій у сфері розвитку корпоративної культури у ЗВО та тімбілдингу.

ІІ РОЗДІЛ. ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ЗАСОБАМИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

2.1 Врахування психологічних особливостей студентів у формуванні професійної ідентичності.

Сучасний університет є специфічним типом корпорації, у зв'язку з чим і корпоративна культура у ньому виконує виховні функції, що впливають на процес формування професійної ідентичності майбутніх спеціалістів. Корпоративна культура виступає фактором формування соціального капіталу студентської молоді.

Досвід показує, що навчання, яке виключає духовно-моральну складову і орієнтується лише на передачу максимального обсягу знань і освоєння технологій, не забезпечує професійної успішності спеціаліста. У зв'язку з цим надзвичайно важливим є розуміння сучасного університету як соціокультурної системи, функції якої не обмежуються підготовкою людини до професійної діяльності. Його необхідно розглядати як форму трансляції і відтворення культурних норм, цінностей, ідей [57 , с. 274].

Професійна ідентичність студента - це єдність уявлень про самого себе - когнітивного компонента, емоційних переживань - афективного компонента і усвідомленої активності - поведінкового компонента, пов'язаних з освоєнням професії, на основі якого з'являється почуття тотожності з самим собою як майбутнім фахівцем. Система уявлень про самого себе в рамках професійної ідентичності студента містить уявлення про себе як про майбутнього фахівця (що належить до певної професійної групи), про свої професійні та навчально-професійні цілі, про свої можливості щодо реалізації цих цілей [74, с. 40].

Професійна ідентичність студента є необхідною складовою професійного розвитку особистості як становлення професіонала та його кар'єрного зростання. Таке психічне утворення забезпечує розвиток людини у професії. Психологічні особливості молодого віку сприяють формуванні

професійної ідентичності, що вже у стінах ЗВО, майбутні фахівці починають усвідомлювати свої професійні можливості, вчаться планувати розвиток власної кар'єри, підвищують свою професійну компетентність, оптимізують власний стиль поведінки та розумової діяльності.

Важливий фактор, що визначає професійну ідентичність студентів - «позиція активного або пасивного ставлення студента до професії». Позиція усвідомленого активного ставлення студента в отриманні професії може бути також позначена як позиція «суб'єкта». Більшість дослідників в якості основної передумови успішного освоєння професії розглядають суб'єктивне ставлення до своїх дій і вчинків щодо професійного становлення.

Особливо активно в період навчання у вищий школі розвиваються спеціальні здібності. Студент вперше розв'язує завдання майбутньої професії, освоює нові професійні ролі, активно відшукує, усвідомлює та систематизує норми та цінності обраної спеціальності на основі спеціально організованого професійного-педагогічного спілкування. Інтерактивні, самостійні, і творчі форми навчальної роботи мають значний розвивальний ефект для студентів як майбутніх фахівців суспільства, побудованого на інформації та комунікації. На цьому етапі здійснюється розвиток на високому рівні у них соціальних здібностей, що також визначають розвиток приналежності до певної освітньої та професійної спільноти [70, с.124-126].

Тому питання особистісного розвитку студента і формування його професійної ідентичності є ключові в теорії та практиці вдосконалення роботи сучасного закладу вищої освіти як інституту освітньої соціалізації. Результати теоретичного аналізу вказують на те, що під час оволодіння студентами обраною спеціальністю у них спочатку виникає уявлення про себе як про фахівця свого напряму взагалі, а згодом, після методологічної й методично-практичної діяльності, з'являються професійні уявлення про себе як професіонала. Але професіоналізм не зводиться лише до наявності певних знань та умінь у особистості, а суттєво пов'язаний з її ціннісним ставленням до

себе як професіонала, до професійної діяльності як форми самореалізації та до цінностей, що притаманні професійному співтовариству. При цьому на різних етапах оволодіння спеціальністю професійна ідентичність може якісно відрізнятися, а особистість здатна ставити під сумнів цінності та правила професійного співтовариства, які ще нещодавно здавалися їй беззаперечними [28, с. 17-18].

Таким чином, завданням закладу вищої освіти є розвиток професійної ідентичності студента, шляхом створення умов захищеності, вірою в свої реальні та потенційні можливості, гордістю за свою професію, розумінням її важливості та потрібності, задоволеності собою і результатами своєї праці, перспективами свого росту й умовами своєї праці [84, с.192].

Професійну ідентичність можна розвивати та підтримувати завдяки інфраструктурі, яка сприяє створенню почуття спільності серед учасників освітнього простору. Також умовою розвитку професійної ідентичності у закладі вищої освіти може бути розвиток консультативної служби з питань кар'єри, що надає психологічну підтримку молодому фахівцю на всіх етапах навчання. Вагомою умовою, що сприяє розвитку професійної ідентичності студента, є створення умов закладом вищої освіти для продовження та підвищення кваліфікації, орієнтація на концепцію безперервної освіти. Не менш важливим є те, що кожен студент за час навчання у закладі вищої освіти має зрозуміти, що він несе відповідальність за свій професійний вибір та розуміти, що інвестування в себе і свій розвиток є джерелом професіоналізму [90, с.15].

Таким чином, професійна ідентичність і особистісне становлення впливають на вміння студентом керувати собою, своїм життям, а отже, впливають на його саморегуляцію. Це призводить до самовиховання, тобто педагогічно направленого впливу на своє «Я». І в такому випадку є потреба звернути увагу на спектр дисциплін психологічного профілю або створення системи тренінгової роботи зі студентами в цьому напрямі, окрім основного змісту навчальних дисциплін. Так як знання власної психології, ефективної

комунікації, розуміння себе , людської природи та особистості допоможуть при побудові своєї траєкторії розвитку та виконанні професійних завдань.

На думку Л.Б. Шнейдер «професійна ідентичність може бути побудована через три складові, які в Я-концепції часто визначають як сукупність установок« на себе »:

1) складова когнітивних установок (професійні знання і професійні переконання);

2) складова емоційної сфери (емоційно-оцінне ставлення до професійних переконань і знань, до самого себе як «діячеві»);

3) складова поведінки (відповідна реакція, яка, зокрема, може виражатися в поведінці) » [86, с. 62-63].

Темп і траєкторія процесу професійно-особистісного розвитку детермінується об'єктивними факторами, які обумовлені виникненням протиріч між особистістю і зовнішніми умовами життєдіяльності, і суб'єктивними факторами, які обумовлені внутрішньособистісними протиріччями.

Розглянувши з точки зору міждисциплінарного підходу, великі компанії сфери бізнесу та інших структур в такому випадку розвивають корпоративне навчання, що не лише стосується засвоєння людиною норм і правил організації та формування у них корпоративної ідентичності, поглиблення змісту фахової діяльності, але і направлене на глибинне дослідження себе в структурі як корпоративних відносин в організації, так на пізнання своїх дійсних інтересів, можливостей, ресурсів для свого особистісного зростання і досягнення професійних цілей.

Все це створює потребу в додатковому педагогічному супроводі професійно-особистісного розвитку сучасної молоді в періоди професійного навчання і професійної адаптації. Причому потрібні нові нові шлях і педагогічного супроводу, які більш релевантні психологічним особливостям сучасної молоді і завданням, які стоять перед нею на даному етапі професійно-

особистісного розвитку, одним з таким шляхів може стати використання інформаційно-комунікативних технологій.

Отже, дослідження професійної ідентичності дозволяє дослідити існуючі взаємозв'язки між цінностями та досвідом людини у професійному становленні, а також між переконаннями, поглядами, мотивами та досвідом, завдяки яким люди визначають себе у своєму поточному або передбачуваному професійному житті. Позитивним проявом розвитку професійної ідентичності студента є поява його професійної спрямованості. Професійна спрямованість спонукає людину застосувати свої знання, досвід, здібності в галузі обраної професії. У професійній спрямованості особистості виражається її позитивне ставлення до професії, відображається прагнення до побудови особистісної та професійної стратегії розвитку, розкривається схильність та інтерес до навчання і професії, бажання вдосконалювати свою підготовку, задовольняти матеріальні й духовні потреби.

2.2 Вплив рівня корпоративної культури ЗВО на формування професійної ідентичності студента.

Сучасною особливістю розвитку психологічної та педагогічної наук у вищій школі є її підвищений інтерес до розробки стратегій рішень прикладних проблем. Таким чином, звертається особлива увага до дослідження процесу освітньо-професійної соціалізації студентів, формування їх професійно важливих якостей та пізнавальних процесів, пошук критеріїв та показників професійного, особистісного, соціального і розумового розвитку, вияв психолого-педагогічні умов розвитку їх професійної ідентичності тощо.

На цій основі здійснюється пошук традиційних та інноваційних освітніх, тренінгових технологій на різних стадіях професійного становлення

студентів і викладачів як суб’єктів освітнього простору та професійної соціалізації вищої школи.

Варто зазначити, університет, як соціокультурна система, не є тільки транслятором професійних знань майбутньому фахівцю у певній галузі, а є середовищем розвитку його професійної ідентичності на всіх етапах навчання. А також виступає фундаментом для формування важливих психічних утворень, які у єдності забезпечують становлення особистості як професіонала та забезпечують їй особистісне та кар’єрне зростання. Таким чином, майбутні фахівці починають усвідомлювати свої професійні можливості, вчаться планувати розвиток власної кар’єри, підвищують свою комунікативну і професійну компетентність, оптимізують власний стиль поведінки та розумової діяльності.

Таким чином, корпоративна культура закладу вищої освіти є надзвичайно важливою для особистості студента, так як відображає його професійну ідентифікацію, і поєднує в собі норми, правила, цінності, установки, комунікацію, знання та практичні навички, які потрібні йому в ході навчання та подальшій професійній діяльності . Корпоративна культура ЗВО стає фундаментом для подальшого професійного спрямування студента по індивідуальній траєкторії розвитку.

Американський психолог Д. С’юпер розглядає формування професійної ідентичності та на її основі професійне становлення через призму цілісного підходу, що об'єднує умови навколишнього середовища та професійна «Я–концепція» особистості. В основі розвитку «Я-концепції» лежить механізм поєднання досвіду особистісного професійного становлення, а також особистісних психологічних якостей, а також наявними соціальними умовами, поглядами референтної групи, значення в процесі навчання в процесі програвання різних соціальних ролей [81, с.102].

Важливою психолого-педагогічною умовою розвитку професійної ідентичності є сприятливий психологічний клімат закладу освіти, факультету, кафедри, де навчається студент, що також, у свою чергу, є відображенням високої корпоративної культури закладу вищої освіти. В сучасних умовах для його оптимізації використовуються різноманітні інформаційно-комунікативні технології.

Педагогічний досвід викладачів кафедри педагогіки КНУ імені Тараса Шевченка, дозволяє стверджувати про важливість використання новітніх технологій щодо розвитку професійної ідентичності. Це — технології коучингу, менторінгу, медіації, модерації та фасилітації в освітньому процесі вищої школи.

Інтенсифікація використання таких технологій у ЗВО має сприяти підвищенню корпоративної культури ЗВО, так як ці технології включають в себе такі аспекти формування професійної ідентичності:

- розвиток прагнень до свого саморозвитку та самовдосконалення студента;
- активізація творчого потенціалу;
- надання студентам практичного інструментарію щодо свого самопізнання;
- вивчення своїх мотиваторів для досягнення цілей;
- усвідомлення своєї професійної діяльності та бачення себе в професії;
- цілісність і поєднання процесі навчання та ефективного розвитку особистості студента у навчальному процесі;
- проектування студентом особистісно-мотивуючого плану свого навчання і розвитку у ЗВО на основі змісту дисциплін;
- вибудовування з викладачем власних орієнтирів для досягнення успіху в професії, а саме свого професійного плану розвитку [38 ,с. 36].

Наприклад, у взаємозв’язку з визначенням і філософією технології коучингу міжнародна федерація коучингу дає таке визначення професійного

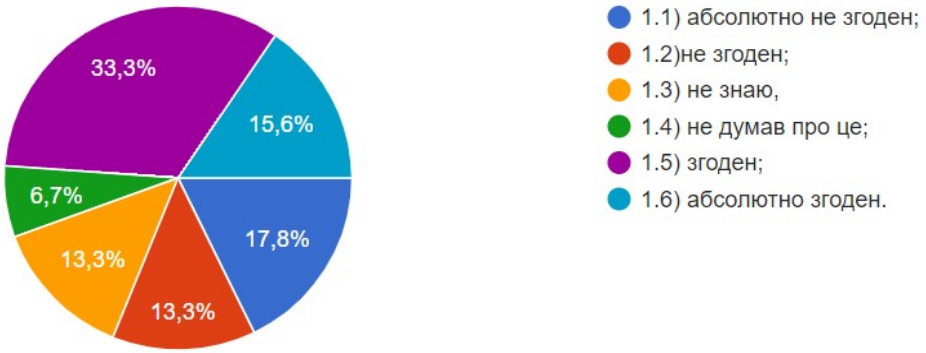
коучингу як технології розвитку професійної ідентичності фахівців: «професійний коучинг — це процес, що допомагає людині досягти якісно нових результатів у своєму особистому і професійному житті. В процесі це дозволяє поглибити свої пізнання, поліпшити ефективність професійної діяльності та підвищити якість життя. Коучинг прискорює процес просування людини до мети, допомагаючи зосередитися на бажаному результаті і відкриваючи ширший вибір альтернатив» [53].

Отже, можемо підсумувати, що професійна ідентичність студента у ЗВО розглядається як зв'язок між самоідентичністю особистості вцілому та його ідентифікації у ЗВО як представника студенства і представника певного професійного напряму. Якщо студент відчуває свою приналежність до ЗВО і його стилю, він буде ототожнювати себе з цією установою. І цей корпоративний стиль має відповідати очікуванням студента та сприяти його просуванню як конкурентного фахівця певної сфери в майбутньому.

Розглянувши, особливості корпоративної культури закладу вищої освіти та її ролі у фаховій підготовці студентів та формуванні їх професійної ідентичності доречним є розгляд проведеного дослідження (онлайн анкетування) серед студентів Київського національного університету імені Тараса Шевченка. До нашого дослідження були долучені студенти 4 курсів бакалавріату та 1 курсу магістратури таких напрямів підготовки як: соціальна педагогіка, психологія, політологія, соціальна реабілітація, філософія, інженерія програмного забезпечення, кібернетика, педагогіка вищої школи, історія. Загальна кількість учасників опитування становить 55 студентів.

Питання анкетування стосувалися визначення професійної ідентичності студентів, її зв'язку з корпоративною культурою закладу вищої освіти та впливу корпоративної культури на формування професійної ідентичності студента.

Професійна ідентичність студента має багато характеристик , однією з який є задоволеність у професії своїх життєвих потреб та прагнень. Це зумовлено і соціально-економічними умовами здобуття професії і такою психологічною характеристикою , як спрямованість особистості, що відображає прагнення і цілі молодої людини в житті, професійну спрямованість тощо. Відповідно до цього, 48,9 % відповідей респондентів відображають незадоволеністю своїм фахом, що у майбутньому може задовольнити не всі їх прагнення і потреби. Це може свідчити про сумніви студентів щодо професії за обраною спеціальністю і можливі спроби студентів вже бути залученим в інші сфери діяльності, що безпосередньо не пов’язані з отриманням фаху. 20% респондентів не дали точної відповіді, що у свою чергу, може свідчити про певні роздуми стосовно своєї подальшої професійної діяльності, побудови стратегії професійного розвитку, що може також бути пов’язана з іншими спеціальностями. Проте, 40% респондентів вважають, що їх професія в подальшому задовольнить їх життєві потреби та прагнення. З одного боку це пов'язано з успішним вибором професії студентом, а з іншого, сформованою на певному рівні професійною ідентичністю саме за тим фахом, який отримує студент у закладі освіти та побудовою вже певної професійної траєкторії свого розвитку.



Діаграма 1. Задоволеність майбутньою професією.

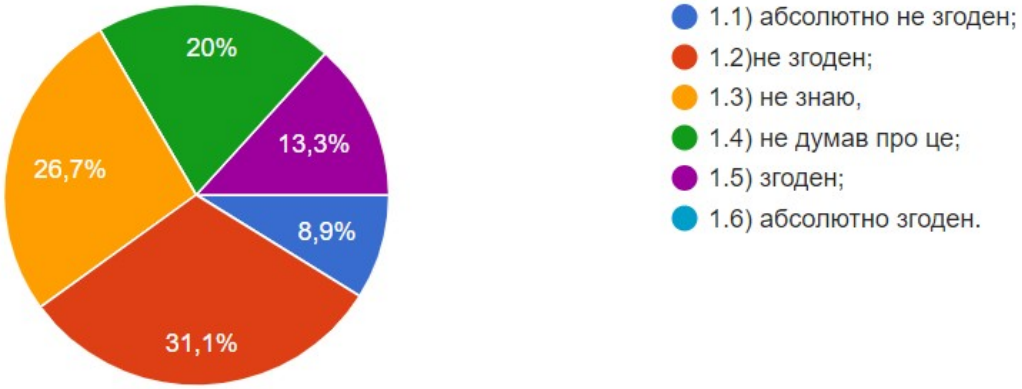
Зауважимо, незадоволеність потреб, в свою чергу, може викликати такі психологічні явища як фрустрація, переживання стресових станів, поява ознак депресії, зниження самооцінки, сумніви у виборі свого професійного шляху та тих норм, правил поведінки і цінностей, які є прийнятними в закладі вищої освіти і надалі у професійному просторі, підвищення психоемоційної напруги та негативних переживань, зниження інтересу до навчання та свого саморозвитку, зниження працездатності студентів у навчальній діяльності, а згодом і у професійній. В такому випадку велику роль відіграє система впливів на студента з боку викладачів щодо задоволеності майбутньою професією і той імідж фахівця, який є у нього формується під впливом корпоративної культури у закладі вищої освіти, починаючи від стилю одягу до форми спілкування і лексики до формування чіткого бачення свого професійного шляху та професійної кар'єри.

Відповідно, сама професійна кар'єра розуміється як самореалізація особистості, обумовлена Я-концепцією особистості. Професійна кар'єра є одним із способів реалізації таких життєвих стратегій як стратегія успіху та стратегія самореалізації молодого фахівця [4, с. 31] .

Означене, є складовими розвитку професійної ідентичності майбутніх фахівців.

Важливим показником професійної ідентичності студента — є його емоційне ставлення до своєї професії. 13,3 % респондентів вважають, що отримуваний ними фах не приносить їм позитивних емоцій. В свою чергу, можемо припустити, що студенти можуть переживати кризу професійного вибору або на їх вибір професійного шляху вплив здійснило близьке оточення. 46,7 % респондентів зазначають, що не думали про це. Можемо зазначити, що отриманий результат дає можливості для створення елементів освітнього тренінгу щодо розвитку емоційного інтелекту у професійній сфері завдяки інформаційно-комунікативним технологіям - інструментів розвитку корпоративної культури. Натомість, 40% відповідей свідчать про відсутність

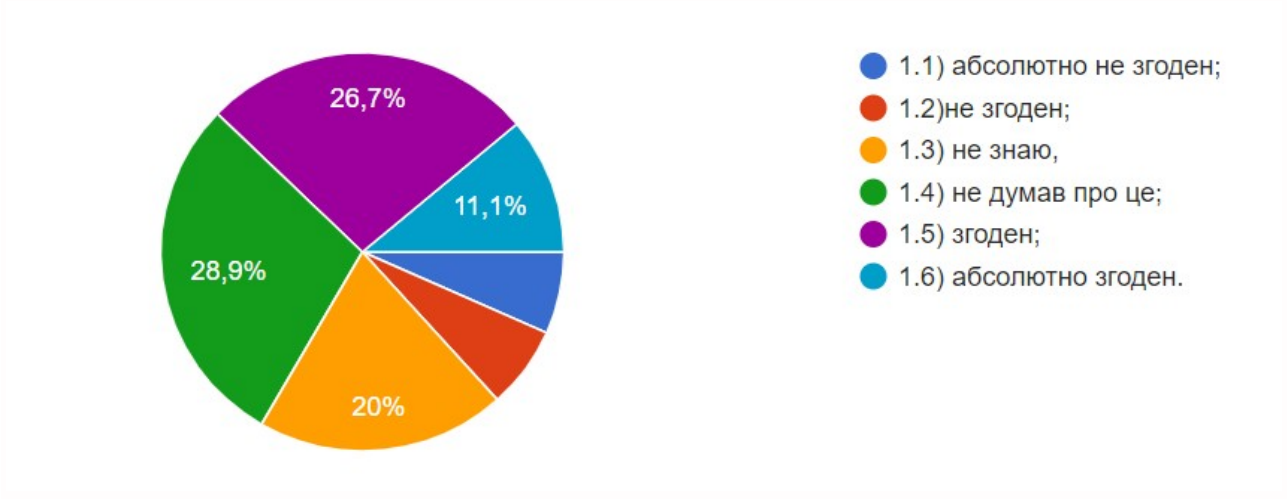
негативних емоцій до обраного фаху, що є позитивним аспектом щодо формування професійної ідентичності студентів, їх професійної спрямованості.



Діаграма 2. Домінуванні негативних емоцій і пригніченого настрою щодо професії та її отримання у закладі вищої освіти.

Формування стійкого професійного інтересу студента є важливим у процесі підготовки молодого фахівця, що забезпечує підготовку студентства до трудових відносин, активної участі у сфері виробництва духовних і матеріальних благ для суспільства, ідентифікації себе у певній професійній спільноті, формуванні свідомого поважливого ставлення до праці, що є умовою побудови професійної кар'єри, розумінні економічного життя суспільства в умовах ринкових відносин та умов своєї конкурентноздатності при працевлаштуванні. Таким чином, від початку професійної орієнтації і впродовж отримання певного фаху у закладі вищої освіти у студента формується професійний інтерес, що також пов'язаний з процесом професійної ідентичності. Діаграма 3 відображає думку студентів щодо їх стійкого професійного інтересу до обраної спеціальності. 37,8 % вважають, що мають стійкий професійний інтерес щодо обраного фаху. В свою чергу — це є позитивним показником щодо усвідомленого професійного вибору студентом та активної долученості його до процесу навчання за обраним фахом у закладі вищої освіти. 48,9 % зазначають, що не думали про наявність стійкого інтересу

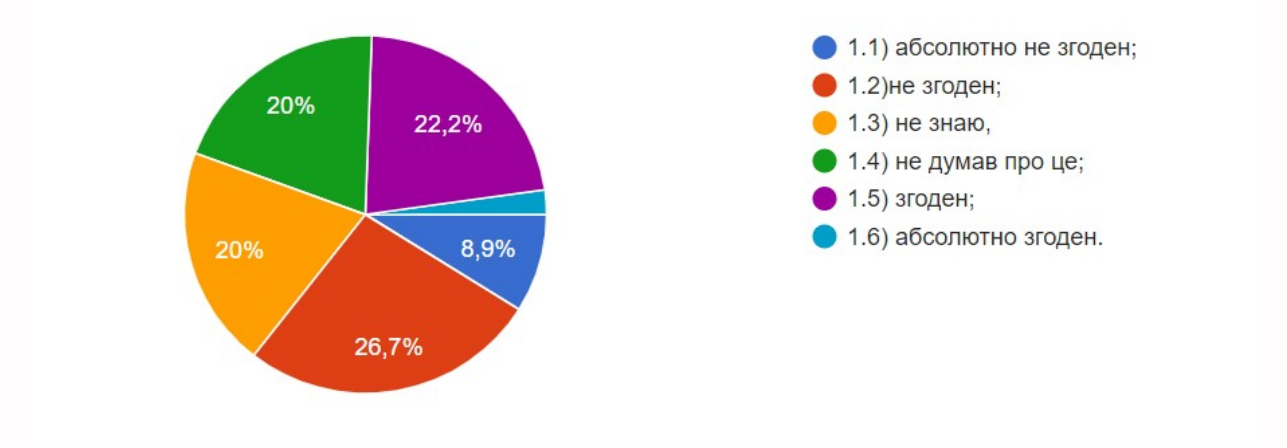
до професійної діяльності. 13, 3 % респондентів не мають на їх думку стійкого інтересу до отримуваного фаху. Це може бути зумовлено тим, що старші курси долучені вже до трудової діяльності і реалізують свій потенціал в декількох сферах професійної діяльності.



Діаграма 3. Стійкий професійний інтерес щодо обраного фаху.

Таким чином, у ході бесід з викладачами стійкий професійний інтерес у студента формується залежно від умов для здійснення вибору професійної діяльності та умов навчання за обраним фахом. Разом з тим на нього впливає самостійний та усвідомлений вибір своєї діяльності, що є умовою для подальшого успішного навчання у закладі освіти. Також на формування стійкого професійного інтересу може впливати супровід студента на початкових курсах навчання, щоб допомогти йому розібратися в тому, чого він справді «хоче» - його бажання, інтереси, нахили від навчання за своєю спеціальністю і в подальшому від свого фаху, і що він «може» - які в нього знання, здібності, стан здоров'я, і наскільки виникає «потреба» його вибору на ринку праці та можливостей для реалізації свого потенціалу.

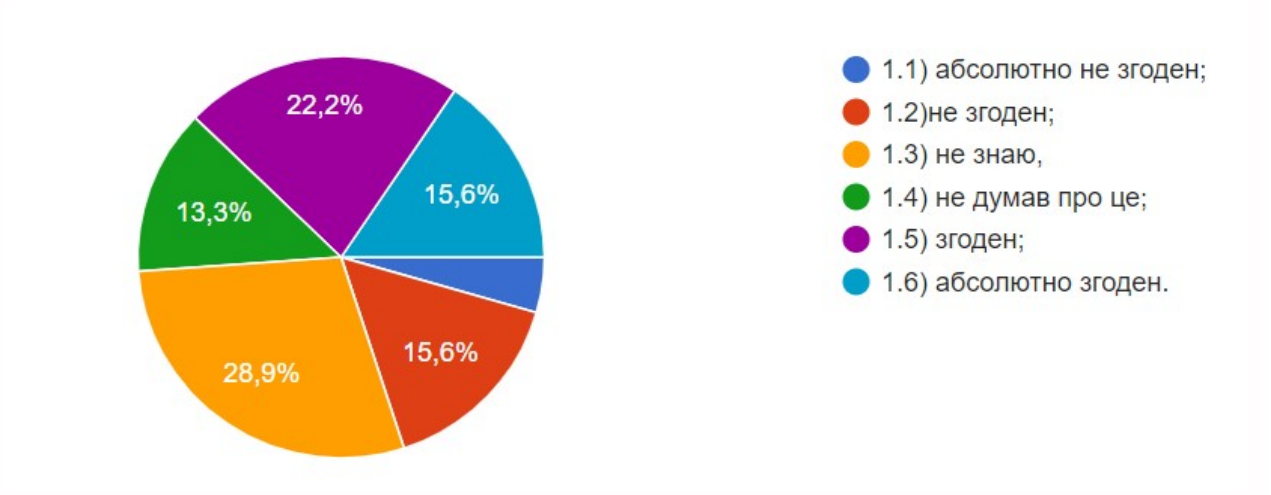
Професійна ідентичність включає в себе мотиваційну складову, тобто наявність прагнень та бажань навчатися і працювати за обраною спеціальністю. На цю складову впливають різні чинники, зокрема, можливості задовольняти свої матеріальні потреби, можливість розвиватися в професії, відчуття стабільності та визнання себе в певному професійному колі.



Діаграма 4. Наявність бажання навчатися і працювати за обраним фахом.

24,4 % респондентів визначають, що не мають бажання навчатися за обраним фахом. 35,6% зазначають, що все-таки мають бажання навчатися і надалі працювати за обраним фахом. Студенти все-таки шукають певні можливості саме у розвитку себе вже обраному фахові, що є уже важливим у формуванні їх професійної ідентичності. 40% не дають точної відповіді, з одного боку, це є позитивним моментом, що студент випускних курсів знаходиться в ситуації пошуку себе, а з іншого є проявом невпевненості або сумнів щодо вибору навчання та фаху.

Окрім навчальної діяльності студент випускних курсів в більшості випадків має певний професійний досвід, а також цікавиться своєю і іншими професіями для побудови свого професійного шляху. Таким чином, 37,8% студентів визначають, що мають інтерес цікавитися у позанавчальний час своєю спеціальністю, яку вона отримують у закладі вищої освіти. Це може свідчити про високий рівень зацікавленості своїм фахом та пошуком різноманітних варіантів розвитку себе в професії. 20% не цікавляться своєю в позанавчальний час.



Діаграма 5. Зацікавленість своєю професією у позанавчальний час.

Одне із завдань вищої школи — це створення безпечного психологічного середовища для студента, розвиток та розкриття його особистісного потенціалу у професійному становленні. Ігнорування цього завдання створює загрозу для відтворення інтелектуального, культурного та професійного капіталу суспільства та можливостей економіки країни до інноваційного розвитку.

З одного боку актуальним залишається завдання щодо високого професіоналізму молодого покоління, а саме — якісна підготовка студента до вирішення професійних завдань у майбутньому в конкретній професійній діяльності. Що, в свою чергу, передбачає високий рівень сформованості різних умінь, навичок і здібностей. Сучасний професіонал повинен бачити свою професію у всій сукупності її широких соціальних зв'язків, знати вимоги, які висуваються до неї та її представників, розуміти зміст і специфіку своєї професійної діяльності, орієнтуватися в колі професійних завдань і бути готовим вирішувати їх у мінливих соціальних умовах. Проблема професійного становлення – це, насамперед, проблема особистісного та соціального розвитку майбутнього фахівця як суб'єкта соціальної дії [83, с. 30].

А з іншого боку — це побудова особистісної стратегії розвитку студента під впливом викладача, що передбачає зміну фокусу з викладання, передачі (транслювання) знань на активну участь студента у процесі і зміни

функції викладача щодо створення середовища для розкриття особистісного потенціалу студента, розвитку прагнення до самопізнання, вивчення своїх можливостей, потреб, інтересів, постановки конкретних цілей тощо.

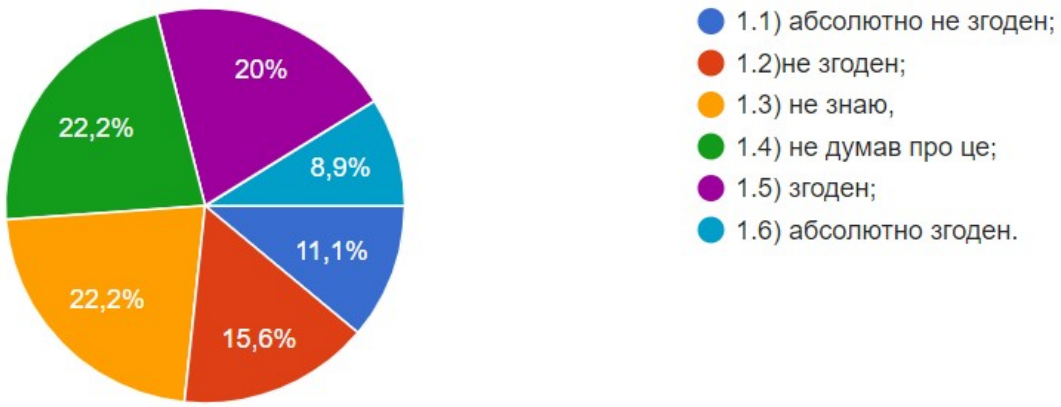
Сучасний розвиток суспільства визначає різноманітність підходів до визначення терміну «стратегія». У широкому значенні цей термін вживається для визначення процесу вибору дій, який має відповідати меті. У контексті психології термін Дж. Брунером трактується як спосіб набування, зберігання та використання інформації, який має суб'єктивний характер і визначається відповідно до поставленої мети — прогнозованого результату діяльності, а також на основі максимального врахування об'єктивно заданих чинників і умов, в контексті умов яких вона реалізується [12, с. 136].

Варто зазначити, що побудова особистісної стратегії розвитку студента передбачає розвиток її як ключової компетентності в процесі навчання та має будуватися на врахуванні індивідуально-психологічних особливостях таких як: самооцінка, ціннісне уявлення про себе, здібності та задатки, загальне бачення себе в різних сферах діяльності, прагнення до цілепокладання та ін.

Велику роль у побудові особистісної стратегії розвитку відіграє самооцінка. Вона передбачає усвідомлену оцінку особистістю своїх якостей і можливостей та свого місця серед інших людей. Вона є одним із найпотужніших регуляторів поведінки і впливає на ефективність діяльності особистості та її подальших розвиток у різних сферах.

Наприклад, аналізуючи досвід психологині Мерилін Аткінсон, можна визначити, що у побудові особистісної і професійної стратегії розвитку важливим є — створення ціннісного образу себе. Створюючи такий образ студент може краще і яскравіше окреслити в собі важливі здібності, які зададуть напрям для свого розвитку. Такий образ дає можливість створити потік самореалізації і вступати в різні види діяльності з натхненням, піднесенням, ентузіазмом. Також такий образ допомагає позбутися від самокритики і бачити себе в розвитку [3, с. 295].

Таким чином, 28,9 % студентів вважають, що вже мають план особистісного розвитку в майбутній професії як успішного фахівця, що є позитивним моментом у формуванні професійної ідентичності студента у закладі вищої освіти.



Діаграма 6. Наявність професійного плану розвитку себе у майбутній професійній діяльності.

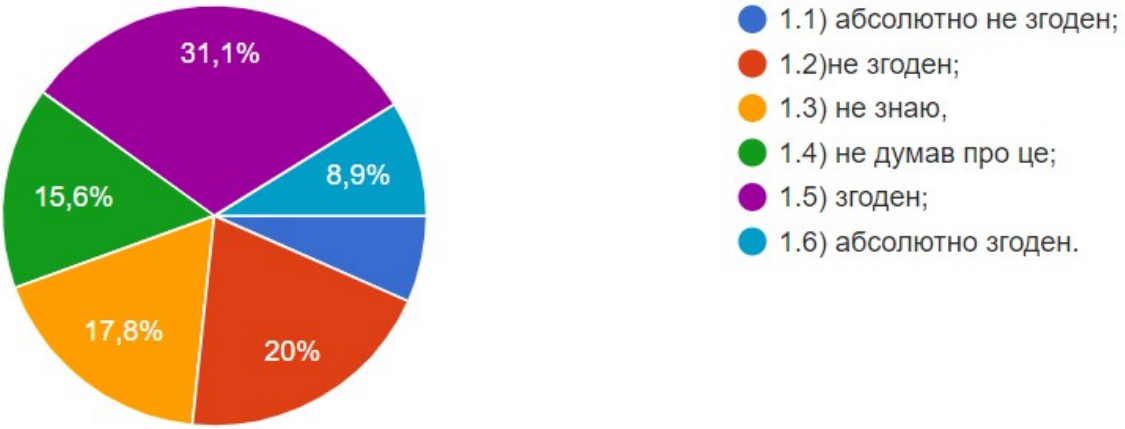
Вибір професії – один з найважливіших кроків у житті молодої людини, який значною мірою впливає на все наступне життя та професійну кар'єру. Від того чи правильно було обрано професійний шлях, залежить можливість людини реалізуватися в бажаній сфері, емоційна задоволеність здобутою спеціальністю, роботою, тонус фізичного та психологічного здоров'я. Чим обґрунтованішим був вибір професії, враховуючи свої особистісні якості, потреби, прагнення, тим вища мотивація до праці, тим більше можливостей для гармонійного всебічного розвитку особистості та побудови успішної професійної кар'єри в обраній сфері.

Труднощі у виборі або незадоволеність ним стає перешкодою на початкових етапах формування професійної ідентичності та може призвести до негативних психологічних наслідків: низької продуктивності у навчальній та трудовій діяльності студента, незадоволеністю собою, внутрішньо особистісних конфліктів, відчуттів невдалого вибору свого професійного шляху,

незадоволеності собою та пригніченості не тільки у навчальній діяльності, але і у трудовій та повсякденному житті, додаткових матеріальних витрат на перенавчання іншій спеціальності. Таким чином, свідомий самостійний вибір студентом професії — є ключовим щодо формування професійної ідентичності на момент підготовки до вступу у заклад вищої освіти та в перші роки навчання за обраним фахом тому, що свідомий вибір включає ціннісне власне бажання бути представником певної професії та професійної спільноти.

40% респондентів визначають, що самостійно обрали свій фах. Але якщо врахувати інші показники представлені вище, можемо визначити, що частка тих, хто має сумніви щодо професійного вибору. З одного боку, це є позитивним моментом, бо студенти прагнуть все-таки свого розвитку, мають прагнення знайти саме своє покликання, але з іншого, це може свідчити, про труднощі щодо формування їх професійної ідентичності у закладі вищої освіти та вцілому впливати на бажання навчатись та навчальну успішність за обраним фахом.

33,4% респондентів не дають точної відповіді. Можна припустити, що при виборі професії деякі студенти не замислювались щодо свого професійного вибору та бачення себе в певній професії або на їх вибір вплинули інші обставини життя, наприклад, наближеність закладу вищої освіти до дому, престижність закладу освіти в країні, можливість поєднувати навчання з іншими сферами життя або навчання заради отримання вищої освіти будь-якого фаху незалежно від своїх інтересів та прагнень.



Діаграма 7. Самостійність вибору навчання за обраним фахом.

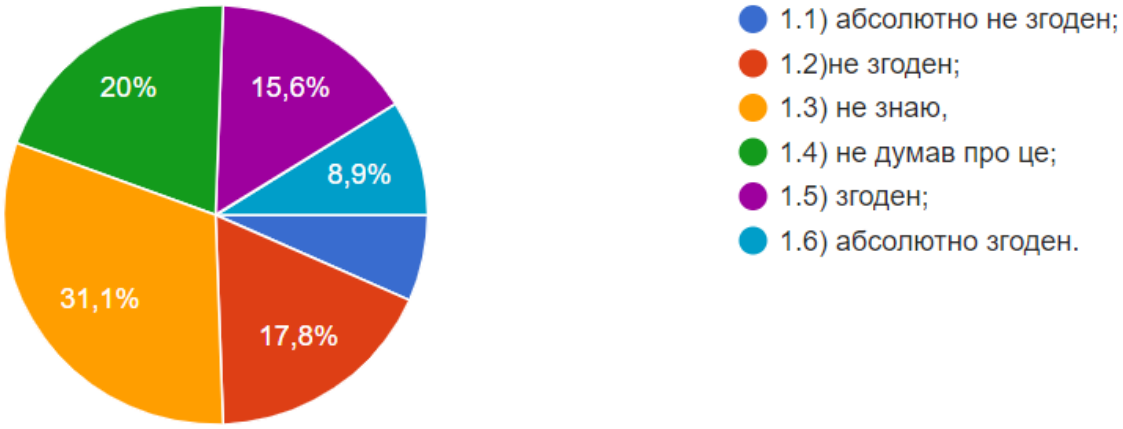
Вибір професії молодою людиною здійснюється під впливом різноманітних факторів. Є. Климов визначив вісім основних факторів, що впливають на вибір людиною професії: думка батьків, старших членів сім'ї; позиція друзів; позиція шкільних педагогів; особисті професійні плани; здібності; рівень домагань на суспільне визнання; інформованість про професії; схильності (інтереси, підкріплені певними здібностями) [34].

Таким чином, 26,6 % студентів вважають, що на їх професійний вибір здійснило більше найближче оточення, а не власне бажання і можливості. Це в свою чергу, може спричиняти труднощі у формуванні професійної ідентичності у закладі вищої освіти.

Самореалізація — одна із показників формування професійної ідентичності, полягає у здатності людини пізнавати себе та шукати своє покликання. Задоволеність потреби у самореалізації має вагоме значення у житті людини. Автор теорії задоволеності потреб А. Маслоу вважав, що люди зосереджені на задоволенні нижчих потреб і часом не орієнтується на задоволення вищих потреб, зокрема і потреби у самореалізації.

Самореалізація як один із критеріїв формування професійної ідентичності відображає здатність студента реалізувати свій особистий потенціал, прагнення до нарощення особистого потенціалу, розвитку,

удосконалення, ставлення перед собою цілей та їх досягнення, долаючи труднощі та знаходячи певні оптимальні рішення. 24,5 % студентів визначили, що фах, який вони отримують у закладі вищої освіти є шляхом їх успіху та способом реалізації в житті. В свою чергу, 24,4% визначили навпаки, що їх фах який вони отримують у закладі вищої освіти не сприятиме їх особистісному успіху та самореалізації. Це дає підстави для створення педагогічних умов щодо розвитку і формування професійної ідентичності студентів у закладі вищої освіти.



Діаграма 8. Здобутий професійний фах як спосіб реалізації в житті.

Одним із найважливіших критеріїв розвитку професійної ідентичності - є сприйняття своєї професії як покликання, що в свою чергу є пов'язаним із самореалізацією особистості. Відтак, покликання в професії — це пошук людиною справи по душі, що відображається не тільки в успіху у професійному плані, але і усвідомлення своєї унікальності, ціннісного ставлення до професії, де втілює свої ідеї, бажання, проекти в професії. Позитивним моментом є те, що 28,8 % респондентів все-таки вважають свою професію і власним покликанням, що свідчить про рівень розвитку професійної ідентичності у закладі вищої освіти, а також, про те наскільки студенти відповідально та усвідомлено підходять до побудови своєї професійної стратегії розвитку та життя вцілому.

Але і 28,8% стверджують, що отримуваний ними фах не є для них покликанням. На нашу думку, це є важливим і потребує педагогічної уваги і

супроводу студентів щодо пошуку себе, щоб уникнути негативних явищ, таких як: низька активність у навчанні, переживання негативних емоцій, відсутність мотивації до навчання, порушення академічної дисципліни (невчасне виконання завдань або їх невиконання, систематичне невідвідування занять не з поважних причин тощо).

Вищеозначене відображає, що професійна ідентичність студента формується відповідно до багатьох факторів і не обмежується лише отриманням фаху в закладі вищої освіти. Серед відповідей респондентів можемо бачити існуючу проблему формування професійної ідентичності та формування її у закладі вищої освіти, а також створення педагогічних умов для студентів щодо свого власного самопізнання та пошуку себе в професійному плані, щоб забезпечити превенцію негативних проявів їх особистості, а також незацікавленості процесом навчання, низької успішності тощо.

Таким чином, в умовах перебудови підходів до організації освітнього простору закладів вищої освіти відповідно до компетентнісного підходу, розширення міжнародних зв’язків, підготовка майбутнього фахівця залежить від ряду нових вимог, а саме: сучасний фахівець має бути висококомпетентним у сфері своєї професійної діяльності, мати прагнення до розширення свого світогляду та самоосвіти, мати певну ціннісну систему.

Становлення професійної ідентичності в закладі вищої освіти передбачає не тільки високе оволодіння професійних знань, умінь та навичок, але і входження студента до системи норм, правил, цінностей цього освітнього закладу. Таким чином, заклад вищої освіти є транслятором корпоративної культури, що має свої виховні функції, яка є складовою процесу якісної підготовки майбутнього фахівця до здійснення професійної діяльності.

У такому випадку корпоративна культура закладу вищої освіти стає фундаментом для розвитку і продукування кращих і нових цінностей вже в умовах професійної діяльності фахівця та здійсює вплив на його професійну ідентичність. Також елементи корпоративної культури та організаційної

поведінки виступають механізмом для адаптації і включення студента у навчальну, а згодом і професійну діяльність та визначає успішність процесу його соціалізації.

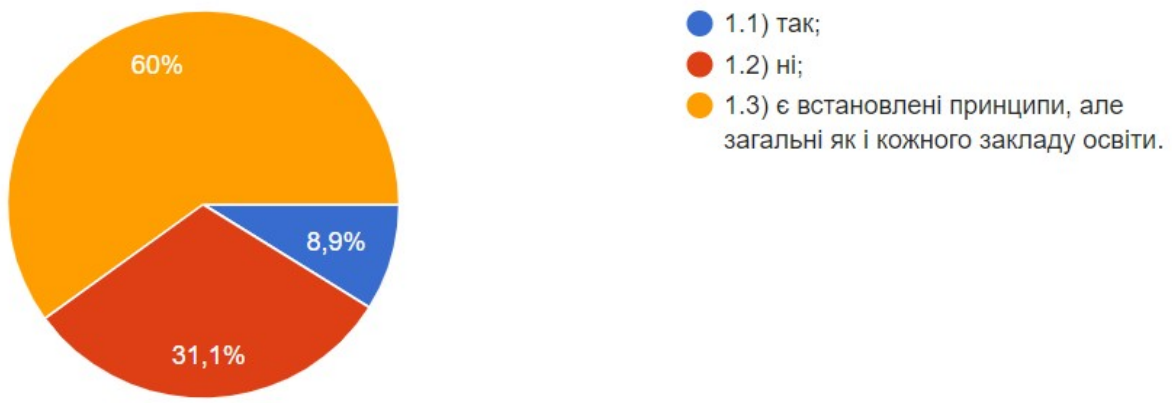
Цінності, які є у закладі вищої освіти мають сенсоутворюючий характер навчальної чи надалі професійної діяльності студента-випускника. Тому, що корпоративні цінності можуть ставати вже особистісними цінностями і, таким чином, впливати на успішність здійснення професійної діяльності, значущість цієї сфери для молодого фахівця, пошук внутрішніх та зовнішніх ресурсів для свого особистісного розвитку, професійного зростання, розкриття свого потенціалу, що і відображає роль корпоративної культури у формуванні професійної ідентичності.

Показником корпоративної культури є певні принципи діяльності організації. Відповідно, академічне середовище факультету в університеті має свою організаційну структуру та загальні принципи діяльності, що регламентовані законодавством держави щодо вищої освіти, а також нормативним документом - Положенням щодо організації освітнього процесу у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка.

Уявлення студентів закладу вищої освіти про корпоративну культуру – важливий, принциповий момент у його розвитку, що є основою для якісного управління і впровадження цікавих інноваційних проектів для підвищення професійної компетентності випускників як майбутніх фахівців, формування їх професійної ідентичності. Аналіз даної проблеми з позиції міждисциплінарного підходу визначає перспективи подальших досліджень щодо уявлень і сформованості корпоративної культури у студентства та її впливу на побудову професійної кар’єри молодого фахівця, створення психологічних, педагогічних, соціально-виховних умов у закладах вищої освіти для розвитку професійної ідентичності засобами корпоративної культури.

Респонденти (73,3%) відзначають, що корпоративна культура у закладі освіти, на їх думку, виявляється у наявності корпоративного сайту, традицій, свят, заходів.

Також, із вищеозначеного ми бачимо, що корпоративна культура виявляється у специфічних ознаках, що властиві тільки представникам цієї організації. На діаграмі 9 ми бачимо розподіл думок студентів щодо специфічності встановлених принципів, на яких ґрунтується вся діяльність закладу вищої освіти, що і відрізняє його від інших закладів вищої освіти та приналежність кожного студента до нього.



Діаграма 9. Специфічність принципів діяльності ЗВО, що визначає приналежність кожного студента саме до цього ЗВО.

Таким чином, можемо бачити, що 60% респондентів визначають наявність загальних принципів, на яких будується в цілому робота будь-якого ЗВО, і тільки 8,9% визначає, що є специфічні принципи діяльності та чітко зазначають свою приналежність саме до цього закладу освіти. Це створює можливості для більш детального дослідження інструментів корпоративної культури, які застосовуються для її формування у ЗВО. Таким чином, можемо також дослідити такий феномен як корпоративна ідентичність, що є вагомим складником у формуванні корпоративної культури студента. Так, як корпоративна ідентичність дає усвідомлення приналежності до певної організації, створює почуття командності, що позитивно впливає на самооцінку

та самоставлення до себе, як представника певної спільноти, задовольняє потребу в захисті інтересів, породжує позитивне почуття до своєї діяльності, а ,відповідно, у студента до навчальної діяльності та позитивного ставлення до пофесії.

Також цей феномен дозволяє визначити такі важливі характеристики, які визначаються і у розвитку корпоративної культури і професійної ідентичності студента, а саме: прагнення докладати більше зусиль до своєї навчальної діяльності, завжди відстоювати свою думку і свій професійний інтерес, що стосується активності у здобутті свого фаху, певних професійних інтересів щодо написання дипломних робіт та проходження практик, чітке усвідомлення цінностей закладу вищої освіти, норм і правил поведінки та прийняття їх як особистісних, розгляд побудови стратегії свого розвитку, усвідомлення своєї цінності саме для цього закладу, а саме: активність у навчальний і позанавчальний час у закладі вищої освіти, громадська, культурна активність.

Також була досліджена думка студентів щодо впровадження корпоративної культури у закладі вищої освіти, де вони отримують фах. Отримані результати відображені у таблиці:

Таблиця 1.

Впровадження корпоративної культури в університеті, де вони отримують фах.

Варіант відповіді	Кількість відсотків
Корпоративна культура впроваджується повноцінно	8,9 %
Впроваджуються окремі її елементи	61,1%
Не впроваджується взагалі	4,4%
Важко відповісти	25,6%

Отже, можна зробити висновок, що закладі вищої освіти, на даний момент, є умови щодо перегляду елементів корпоративної культури та пошук нових інструментів щодо її повноцінного застосування. На основі бесід з

викладачами та представниками адміністрації університету було визначено важливість реалізації тренінгової роботи як інструменту формування корпоративної культури студента в університеті.

Загальний стан розвитку корпоративної культури студентам необхідно було оцінити за 10-бальною шкалою. Відповідно, загальний стан розвитку корпоративної культури в їх закладі освіти оцінили на високому (13,5%), середньому (62,2 %) та достатньому рівні (22,1%), низькому (2,2%).

Велику роль у формуванні корпоративної культури студента відіграє система впливів на студента і той імідж, який складається у закладі вищої освіти, починаючи від стилю одягу до форми спілкування і лексики, у формуванні бачення свого професійного шляху та професійної кар'єри, що в свою чергу, є складниками професйної ідентичності. Відповідно до цілей проведеного нами дослідження респонденти мали оцінити вплив корпоративної культури закладу освіти на формування професійної ідентичності та професійної діяльності в майбутньому. У таблиці 2 бачимо, що корпоративна культура закладу освіти все-таки має свій вплив на формування професійної ідентичності студента. Вищеозначене актуалізує існуючу залежність та можливість пошуку ефективних способів впливу на ці процеси.

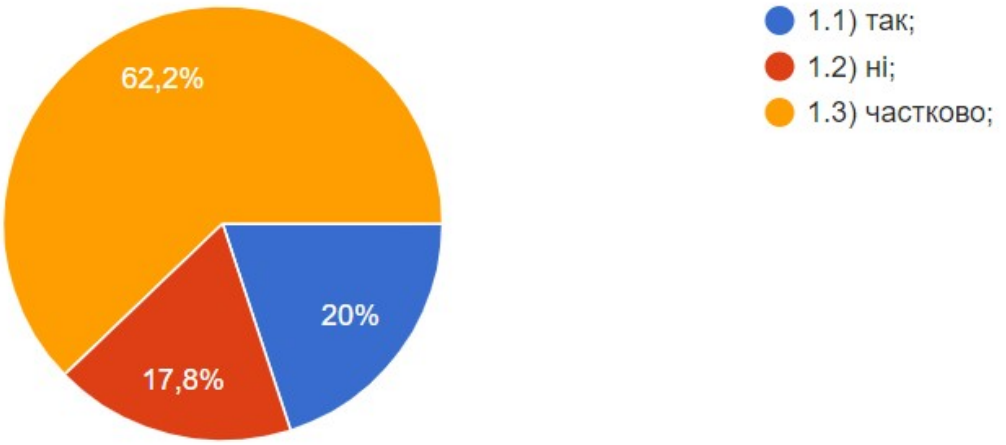
Таблиця 2.

Значення корпоративної культури студента ЗВО для його професійної діяльності в майбутньому.

Корпоративна культура студента ЗВО не впливає на його професійну діяльність в майбутньому. (1-5 балів)	Корпоративна культура студента ЗВО впливає на його професійну діяльність в майбутньому. (6-10 балів)
24,5 %	75,5%

Необхідним критерієм розвиту корпоративної культури закладу вищої освіти є не тільки його організація діяльності вцілому, але і задоволеність

очікувань студентів щодо навчання в ньому та перспектив свого розвитку після отримання освіти саме в цьому закладі. На Діаграмі 10 ми бачимо реалізацію очікувань щодо навчання у закладі вищої освіти за даним фахом: 20 % визначають, що їх очікування виправдані, що є позитивним моментом щодо вибору закладу освіти і свого професійного напряму і є критерієм правильного професійного вибору та можливості свої реалізації як в процесі навчання, так і в подальшій професійній діяльності, 62,2 % визначають, що їх очікування здійснилися частково. Можемо припустити, що це є наслідком певних труднощів у навчанні або низької мотивації щодо отримання свого професійного фаху, що обумовлено баченням себе в іншій спеціальності. 17,8 % респондентів визначають, що їх очікування від вибору і навчання у ЗВО не є виправданими. Це може бути пов'язано з прагненнями бачити себе представником іншої спеціальності, а також кризою професійного вибору, наявності певної розгубленості у побудові своєї траєкторії розвитку студентами випускних курсів.



Діаграма 10. Реалізація очікувань щодо вибору і навчання у ЗВО.

Важливою основою корпоративної культури у закладі вищої освіти є соціально-психологічний клімат, який створюється у результаті злагодженої побудови ділових і міжособистісних відносин . Його характеристики залежать від змісту корпоративних відносин, типу управління організацією та якості

корпоративних комунікацій. Одним із провідних обов'язків керівника у контексті вибудовування корпоративної культури закладу вищої освіти є формування міжособистісних взаємовідносин у колективі. Система співробітництва, а не суперництва є позитивною у розвитку організації і є критерієм ефективності діяльності в організації [15 с. 85].

У таблиці 3 можемо спостерігати, який характер взаємовідносин між учасниками освітнього процесі складається, на думку студентів, та який соціальний мікроклімат складається на факультеті і їх кафедрі, зокрема.

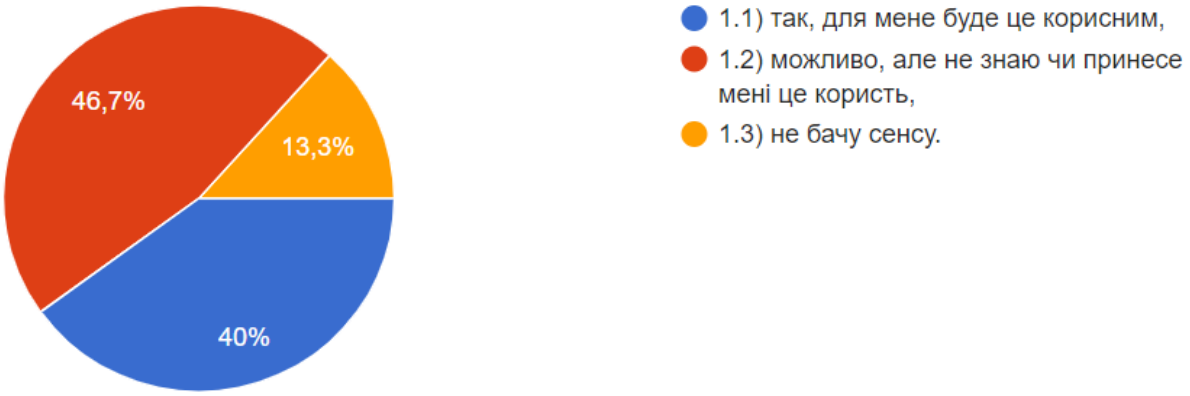
Таблиця 3.

Оцінка студентами соціального мікроклімату, що склався у закладі вищої освіти, на факультеті, кафедрі.

Соціальний мікроклімат	Відповіді респондентів у %
Позитивні, партнерські відносини між учасниками освітнього процесу.	44,4 %
Інколи виникають суперечності в поглядах, але це можливість для обміну досвідом.	44,4%
Високий рівень конфліктності в колективах (студентська група, кафедра), напружений характер відносин між учасниками освітнього процесу.	8,9 %
Некомпетентність деяких викладачів.	2,3%

Отже, ми бачимо, що у закладі вищої освіти складається позитивний соціальний мікроклімат. Це є вагомим показником щодо розвитку корпоративної культури закладу освіти і безумовно впливає на студента як суб'єкта освітнього простору, а також його формування як представника певної професії та професійної ідентичності вцілому.

На Діаграмі 11 ми можемо побачити, що 40% опитаних студентів прагне розвивати корпоративну культуру себе як майбутнього фахівця. Це є позитивним моментом, так як студенти прагнуть отримати новий досвід для свого саморозвитку та формування себе як представника майбутньої своєї професійної діяльності. Позитивна спрямованість студентів на новий досвід може свідчити також про відкритість студентів до діяльності та прагнення будувати свою стратегію розвитку особистості як активної та всебічно розвиненої. 46, 7% відповідей свідчать про невпевненість щодо прагнення свого розвитку саме в цьому напрямку та може свідчити про визначення пріоритетності щодо отримання певних нових знань та досвіду.



Діаграма 11. Бажання студентів розвивати корпоративну культуру як майбутнього фахівця.

Головний функціональний обов'язок викладача ЗВО – це виховання і формування майбутнього фахівця, здатного до саморозвитку, самоосвіти, конкурентоспроможності на сучасному ринку праці. Досягнення вказаних цілей можливе за активної участі викладача не тільки в освітньому просторі, але і в житті того закладу вищої освіти, де він працює. Питання взаємовідносин викладача зі студентами та педагогічної діяльності завжди залишається актуальною темою у діяльності ЗВО. Воно вкрай важливе тут і зараз, адже від цього багато що залежить у формуванні як корпоративної культури закладу вищої освіти, так і професійної спрямованості особистості студента, його

готовності до трудової активності та вцілому формування професійної ідентичності.

Так на думку респондентів (73,3%) викладач в освітньому процесі на заняттях має вагоме значення щодо формування корпоративної культури студентства у ЗВО.

Щодо основних інструментів впровадження корпоративної культури у закладі освіти 50 % респондентів визначають — це впровадження елементів корпоративної культури завдяки міжнародному, вітчизняному досвіду, а також спеціалізованій літературі та Інтернет джерелам. 30 % відзначають про напрацювання спеціалістів, а саме викладачів, які є трансляторами цінностей та корпоративної культури університету і факультету. 10% студентів визначають, що інструментом формування корпоративної культури у закладі освіти є поза аудиторна діяльність та згуртування студентів.

Основні інструменти, які може використовувати викладач для розвитку корпоративної культури студентів у закладі вищої освіти відображені у Таблиці 4.

Таблиця 4.

Види діяльності викладача щодо розвитку корпоративної культури студентів.

Види діяльності	Відповіді респондентів
Впроваджувати інноваційні технології навчання.	43%
Пропонувати спеціалізовану літературу, семінари з цієї теми	13%
Впроваджувати елементи освітнього тренінгу	44%

Таким чином, на думку студентів, а також, виходячи з результатів бесід з викладачами, важливим інструментом розвитку корпоративної культури студентів у закладі вищої освіти та формування на цій основі професійної ідентичності як майбутнього фахівця є освітній тренінг або його елементи. Це,

в свою чергу, розширює інструментарій викладача, особливо педагогічного профілю, та в рамках своїх дисциплін дає можливість використовувати міждиципліпарний підхід в освітньому просторі.

Отже, розвиток корпоративної культури і на її основі професійної ідентичності студентів у вищій школі – важливий, принциповий момент у розвитку сучасного закладу вищої освіти, що є основою для якісного управління і впровадженні цікавих інноваційних проектів для підвищення професійної компетентності випускників як майбутніх фахівців. Досліджуючи дану проблему з позиції міждисциплінарного підходу, слід зазначити перспективи побудови моделі формування професійної ідентичності інструментами корпоративної культури студента у ЗВО. Дана модель дозволить більш детально виокремити умови формування професійної ідентичності засобами корпоративної культури, розглянути можливості супроводу студента у побудові професійної стратегії розвитку себе як фахівця, визначити психологічні, педагогічні, виховні умови закладу вищої освіти для розвитку проектної діяльності у сфері розвитку корпоративної культури та професійної ідентичності.

2.3 Модель формування професійної ідентичності інструментами корпоративної культури.

Умови функціонування закладів вищої освіти, включаючи інтенсифікацію процесу входження в європейський освітній простір, зумовлюють потребу здійснення переорієнтації щодо організаційної діяльності і змісту освітнього процесу у закладі вищої освіти.

Корпоративна культура ЗВО — це досить ефективна форма життєдіяльності освітніх організацій, що свідчить про організовану систему, побудовану на принципах знання, свободи навчання і є конкурентним способом

реалізації ідей вищої освіти. Виходячи з досліджень українських і закордонних науковців та наших досліджень, корпоративна культура культура закладу вищої освіти є ефективним чинником становлення професійної ідентичності студентської молоді, що впливає на особистісну та професійну траєкторію свого розвитку, мотивацію навчатися та працювати за обраною спеціальністю.

Richard J Adams , розглядаючи корпоративну культуру закладу вищої освіти, звертає увагу на те, що корпоративна культура у ЗВО визначає не тільки зовнішній імідж закладу, але і відображає певний спосіб мислення, який допомагає ефективно взаємодіяти та представляти інтереси певної професійної спільноти. Корпоративна культура відображає систему цінностей, очікувань, традицій, патернів поведінки, які приймаються на підсвідомому рівні. На основі цього формується професійна ідентичність студента. Але з позиції розвитку ЗВО для цього необхідними є:

- внутрішньо зорієнтована точка зору на стійкість організації, посилаючись на ціннісну стратегію, створючи це як підхід «робити ті самі речі, але краще»;
- організаційна трансформація являє собою фундаментальну зміну мислення в організації і створенні спільної цінності щодо життєдіяльності людства;
- переосмислення внутрішніх та зовнішніх відносин, які все частіше є з точки зору екологічних та соціальних впливів;
- орієнтація більшості на усвідомлену взаємодію зі своїм внутрішнім світом, ставленнями, глибше інтегрувати стійкість поглядів організації, яка виходить за рамки ініціатив всередині організації;
- зрушення до мереж відносин, у яких цінності створюються спільно в переході до інтегрованого співробітництва та взаємодопомоги [87, с.437].

Таким чином професійний «Я-образ», що складається у студента, враховуючи вищезазначені позиції формується з ототожненням свого образу у ЗВО, і що також є результатом його соціалізації в процесі навчання. І також створення такої позиції відображає включення не тільки в професійну групу, але і розкриває концептуальний портрет людини про своє місце в професійній спільноти і відповідно власний статус у суспільстві. І в такому випадку професійна ідентичність виступає як провідний фактор психологічного благополуччя, що дає відчуття стабільності навколишнього світу й впевненість у своїх силах [27, с.150].

Таким чином, важливим є подальший розвиток корпоративних цінностей закладу вищої освіти, які б стимулювали розвиток професійної ідентичності майбутнього фахівця та впливали на розвиток його особистісного потенціалу. В свою чергу, розвиток професійної ідентичності студента у закладі вищої освіти засобами корпоративної культури має враховувати такі чинники: ціннісно-світоглядний, поведінковий, освітньо-традиційний та інноваційний, що можуть стати складниками у створенні нашої моделі. Тому, що вони виступають важливими умовами розвитку як самого закладу вищої освіти та його корпоративної культури.

Схема. 1 Модель формування професійної ідентичності інструментами корпоративної культури.

Аналіз компонентів формування професійної ідентичності засобами корпоративної культури дозволяє поглибити уявлення про механізм їх реалізації у ЗВО. Зокрема, ціннісно-світоглядний компонент – включає практичні інструменти формування сприятливих умов для готовності студента працювати з власними можливостями та ресурсами, формувати творчу та довірливу атмосферу для того, щоб студент мав ініціативу та зацікавленість у самопізнанні та рефлексії свого здобутого досвіду в процесі впровадження елементів освітнього тренінгу. Також цей компонент дозволить посилити функцію ЗВО, а саме супровід студента в процесі психологічної роботи над собою та пошуку себе у побудові професійної траєкторії свого розвитку. Також у цей компонент можемо включити представлення корпоративної культури ЗВО з точки зору людиноцентриського підходу.

Поведінковий компонент формування професійної ідентичності студента має на меті сприяти не тільки формування поведінкових аспектів ідентичності себе як представника певної професії, але і в першу чергу, має відобразити зміни поведінки студента на навчальних заняттях. Так, як відповідно, деякі навчальні заняття матимуть компонент свого самопізнання завдяки проведенню елементів освітнього тренінгу. Підкреслюється, що пізнавальна функція не зводиться лише до отримання нових знань, а формує у студентів потребу творчого пошуку можливостей реалізації власного потенціалу.

Освітньо-традиційний компонент включає розширення ролі викладача як тренера тренінгової групи, що має дещо інші принципи організації ніж на традиційних навчальних заняттях. Також, цей компонент частково поєднує програмні знання для засвоєння та отриманий досвід студентами в просторі «тут і зараз». Важливо, що цей компонент зможе розширити спектр інструментарію для навчання студентів цікавими методиками та інструментами, що є запозичені із інших сфер діяльності, а також активне використання ІКТ та забезпечення інтерактивності освітнього простору.

Викладач закладу вищої освіти є тим орієнтиром і зразком для особистості майбутнього фахівця, який формує його світогляд, професійні та особистісні якості. Педагог повинен бути не тільки професійним науковцем, висококультурним вихователем молоді, а й основним виразником корпоративної культури для студента. Як і будь-яка культура, корпоративна культура викладачів ЗВО включає в себе різні регулятивні елементи: ідеали, норми, традиції, звичаї тощо, і саме вони формують унікальний спосіб соціальної поведінки представників конкретної субкультури. Під корпоративною культурою викладача закладу вищої освіти К. Гнезділова розуміє усвідомлене застосування у власній професійній діяльності сукупності корпоративних цілей вищого навчального закладу, корпоративних цінностей і норм професійної групи, які приймає і поділяє викладач, які регулюють його взаємини з

представниками інших соціальних груп, що задіяні в роботі вищого навчального закладу, та прагнення сприяти розвитку позитивного іміджу вищого навчального закладу [31, с. 70].

Важливо зазначити, що відповідно до професійного стандарту на групу професій “Викладачі вищої освіти” у запропонованому компоненті моделі звертається увага на розвиток такий ключових компетентностей : володіння комунікативними навичками, здатність проявляти емпатію, здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології, здатність до особистісного і професійного розвитку, здатність застосовувати кращі практики і професійній діяльності, здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети, здатність проявляти толерантність та повагу, здатність діяти відповідально і свідомо. Це принциповий момент, що відображає розвиток професійних компетентностей викладача відповідно до вимог професійної дільності [58] .

На всіх рівнях управлінський, організаційний, історія та конкурентоспроможність університету серед інших у викладача формується характер розуміння цінності власного університету і, відповідно, професійної діяльності викладачів, а формування корпоративної культури ЗВО буде виявлятися в тому, що саме корпоративна професійна культура дає знанням особливу цінність, надає процесу здобуття знань та їхньому застосуванню усвідомленого характеру, формує культуру самого процесу навчання, впливає на мету та цілі, застосовування знань через певну систему цінностей, забезпечує взаємозв’язок, індивідуального знання із колективним, регулює взаємини всіх суб’єктів освітнього процесу, сприяє розвитку та саморозвитку, самореалізації творчої особистості [93, с. 64].

Інноваційний компонент дозволить моделювати та проводити навчальні заняття з використанням елементів освітнього тренінгу та застосовувати практики з інших дисциплін, оскільки проведення навчальних занять впливає на стан корпоративної культури закладу вищої освіти. Так як більш цікаві , різнобічні та якісні заняття, на думку самих викладачів, сприяють ефективності функціювання навчального закладу, автономізації закладів вищої освіти щодо вибору методів, форм та засобів навчання, зростання впливу бізнес- технологій та організаційних технологій розвитку працівників на зміст та технологію навчання у закладі вищої освіти.

Реалізація представленої моделі формування професійної ідентичності засобами корпоративної культури у закладі вищої освіти має сприяти також зміцненню системи університетських цінностей, організації та більш активної і різнобічної взаємодії та комунікації викладачів та студентів, впровадженні нового практичного досвіду у освітній процес, що й складає психологічні та організаційні умови її розвитку у студента.

Обґрунтувуючи ці складники можемо зернутись до праць Н. С. Пряжнікова, який зазначає, що важливою характеристикою професійного розвитку особистості є професійна ідентичність, оскільки її рівень розвитку є показником прийняття особистістю себе і своєї професійної діяльності як сфери самореалізації і розвитку. Таким чином, професійна ідентичність — це поєднання уявлень про самого себе, емоційних переживань і усвідомленої активності, що пов'язана з оволодінням професією, на основе якого з'являється почуття задоволеності самим собою і в особистісному і професійному плані. Умови, що сприяють розвитку професійної ідентичності впливають на самоусвідомлення і діють на три компоненти особистості — когнітивний, поведінковий і афективний.

Професійна ідентичність, на відміну від інших видів ідентичності ,передбачає “спеціальну цілеспрямовану суспільством підготовку

”. Ця підготовка передбачає навчання у закладі вищої освіти , який обирає особистість за певними критеріями з метою отримання фаху [69, с.11].

Розроблена модель формування професійної ідентичності студента у закладі вищої освіти засобами корпоративної культури дає можливості для побудови стратегій розвитку діяльності як самого закладу щодо роботи зі студентами в цьому напрямі, а також створює умови для побудови стратегії розширення інструментарію викладача на своїх дисциплінах, використовуючи елементи освітнього тренінгу.

Тому дана модель виступає не лише методом діагностики умов формування професійної ідентичності засобами корпоративної культури, але і дозволяє визначити напрями діяльності, які необхідні для реалізації у роботі зі студентами, впроваджуючи елементи освітнього тренінгу. Також ця модель втілює можливості саморозвитку своїх структурних компонентів, наприклад, удосконалення навчальних занять. Модель передбачає моделювання навчальних занять з елементами освітнього тренінгу. Цим самим закладається педагогічна можливість до формування професійної ідентичності студента у закладі вищої освіти.

Отже, запропоновані ціннісно-світоглядний, поведінковий, освітньо-традиційний та інноваційний компоненти формування професійної ідентичності засобами корпоративної культури направлені на пошук студентом свого особистісного смислу в обраній, освоюваній і вже виконуваній трудовій діяльності, який допомагає йому будувати свою траєкторію особистісного і професійного розвитку. Також ці компоненти дозволяють створити умови для самовизначення студента відповідно до його потреб «тут і зараз».

Висновки до другого розділу

Можна зазначити, що корпоративна культура є мобілізуючим чинником у вирішенні спільних завдань, що стоять перед закладом вищої освіти або його структурним підрозділом, так як передбачає високий рівень відповідальності та ініціативності від всіх учасників освітнього простору та є показником певного його іміджу. Вищеозначене свідчить, про те, що необхідним є вивчення наявних умов щодо реалізації корпоративної культури та створення нових інноваційних проектів щодо підвищення корпоративної культури в академічному просторі закладу вищої освіти.

Варто зазначити, що в умовах корпоративної культури формується професійна ідентичність на основі якої є особистісна стратегія розвитку студента і передбачає розвитку її як ключової компетентності в процесі навчання та будується на індивідуально-психологічних особливостях таких як: самооцінка, ціннісне уявлення про себе, здібності та задатки, загальне бачення себе в різних сферах діяльності, прагнення до цілепокладання та ін. Велика роль належить у цьому саме викладачу.

Отже, сприяння викладача у побудові особистісної та професійної стратегії розвитку студента — це актуальне завдання вищої школи. Це дає можливість створити нові умови в освітньому просторі, де студент більш чітко для себе індивідуально зможе побудувати план свого розвитку. В таких умовах викладач стає не тільки транслятором знань, а і особистим наставником, консультантом, коучем.

ІІІ РОЗДІЛ. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ЗАСОБУ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ СТУДЕНТІВ В УМОВАХ ЗВО

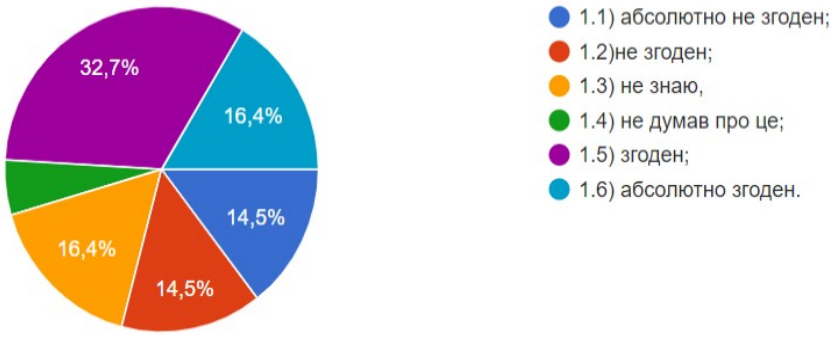
3.1 Експериментальна перевірка ефективності інструментів корпоративної культури у формуванні професійної ідентичності студентів.

Реалізація інтеграції процесу формування професійної ідентичності засобами корпоративної культури з науковою та професійною підготовкою студентів у ЗВО на основі запропонованої моделі можливо здійснити через тренінгові модулі під час навчальних занять, які дозволяють раціонально використовувати навчальний час та сприяти збільшення ролі викладача як персонального наставника, коуча.

Інтегративні процеси у процесі підготовки майбутніх студентів та формуванні у них професійної ідентичності засобами корпоративної культури мають максимально охопити ті навчальні дисципліни, які можуть в повній мірі реалізувати цей процес завдяки своєму змісту. Також, викладачі, як тренери мають усвідомити доцільність, послідовність та ефективність впровадження тренінгових модулів на навчальних заняттях.

Проведене діагностичне анкетування серед студентів стосувалося уявлення себе як представника того фаху, який студент здобуває, а також впливу корпоративної культури університету на професійну ідентифікацію студента в процесі навчання. До нашого дослідження на формувальному етапі було долучено студентів 4 курсів бакалавріату та 1 курсу магістратури таких напрямів підготовки як: філологія та історія. Загальна кількість - 20 студентів.

З результатів дослідження бачимо, що 49,1 % респондентів визначають, що їх фах не може задовільнити потреби в майбутньому.



Діаграма 12. Задоволеність студентів своїм фахом в майбутньому.

23,6 % визначають, що відчувають негативні емоції та мають пригнічений настрій, що пов'язано з навчанням та отриманням відповідного фаху в ЗВО. Ці дані свідчать про створення умов над опрацьовуванням негативних емоційних станів студентів, які виникають внаслідок навчання, а також поглибленого вивчення, пов'язаних з ними ситуацій для здійснення педагогічного супроводу.

14,6 % студентів зазначили, що мають не стійкий інтерес до професії, відповідно це може викликати певні труднощі у формуванні професійної ідентичності. Це дає умови для вивчення інтересів студентів у інших напрямах та можливості розвитку себе в інших сферах.

27,3 % - визначили, що не мають бажання в подальшому працювати за обраним фахом, що також може виступати перепоною у формуванні професійної ідентичності в процесі навчання у ЗВО. Але з іншого боку, побудова тренінгової роботи на самопізнання і краще розуміння своїх бажань і потреб може вплинути на проектування свого майбутнього та вже на даному етапі створити умови для пошуку необхідних ресурсів.

40 % респондентів відмітили, що мають потребу у постійному зацікавленні своєю професією в тому числі у позанавчальний час. Для експериментальної перевірки ефективності запропонованої моделі це є позитивним показником і дозволить більш ґрунтовно та детально будувати

тренінгові модулі для роботи зі студентами з точки зору зростання їх як фахівців, а також і в особистісному плані.

10,9 % вважають, що їх фах не сприяє їх становленню та саморозвитку. Це актуалізує питання існуючих умов для саморозвитку особистості у ЗВО.

21,9 % мають сумніви щодо зваженого вибору свого фаху на момент навчання у ЗВО. Можемо зазначити, що тренінговий формат роботи може посприяти саморозкриттю особистості студента, розкриттю і візуалізації своїх бажань, цінностей, кращому розкриттю самого себе.

Важливим блоком анкетування серед експериментальних груп був блок, що пов'язаний з корпоративною культурою студента у ЗВО і формування його професійної ідентичності. Важливо відмітити, що 32,8% студентів у відповідях зазначили, що формування корпоративної культури студента у ЗВО для його професійної діяльності має вагоме значення.

50,9 % - визначили, що корпоративна культура ЗВО не впливає на них, як на представника обраного фаху, що дає підстави для активізації застосування інструментів корпоративної культури для оптимізації саме цього аспекту корпоративної культури. В попередніх розділах було визначено, що корпоративна культура передбачає певне корпоративне навчання, що в свою чергу, може включати елементи саморозвитку та самопізнання. Такий результат пов'язаний також з тим, що частина експериментальної групи — це студенти магістратури, які вже долучені до активної професійної діяльності і можуть ідентифікувати себе як працівники певної організації, що також мають свою корпоративну культуру.

58,2 % - визначили, що викладач має вагоме значення у розвитку корпоративної культури ЗВО і сприяє розвитку професійної ідентичності студентів, впроваджуючи елементи освітнього тренінгу, який є можливим інструментом саме для педагогічного супроводу студентів в процесі навчання.

45,5 % респондентів визначили, що мають бажання розвивати корпоративну культуру як студента, що отримує професію та розвивати себе саме як представника певної професії.

Отримані результати в експериментальних групах дозволили побудувати подальшу тренінгову роботу на основі актуального запиту від студентів щодо даної проблеми. Дана робота включала інструментарій щодо розвитку усвідомленого ставлення студента до свого фаху і проектування професійного шляху в умовах ЗВО.

У ході бесід зі студентами були виявлена наявність потреби у самопізнанні, що на їх думку є одним із елементом побудови їх професійного плану під час навчання у ЗВО. На думку студентів, тренінгова робота має включати:

- занурення у техніки візуалізації своїх цілей та їх досягнення;
- тренінг цілепокладання та можливості розвитку своєї ефективності в цьому плані та подолання страху;
- тренінг методик щодо шляхів самопізнання особистісної сфери та професійної, їх співставлення для побудови власної траєкторії розвитку у ЗВО ;
- розвиток навичок саморефлексії для візуалізації своїх інтересів, бажань, прагнень.

Тест смисложиттєвих орієнтацій є адаптованою версією тесту «Мета в житті» (Purpose-in-Life Test, PIL) Джеймса Крамб і Леонарда Махоліка , що має на меті дослідження уявлення студента про себе, про існуючі життєві цілі, задоволеністю самореалізацією, наявності почуття управління своїм життям. Методика аналізується відповідно до субшкал, які є ключовими у позиціонуванні людиною себе, свого життя, емоційної сфери, задоволеності життям та власного відчуття управлінням життя.

Субшкала «Цілі в житті» характеризують наявність або відсутність в житті респондента цілей у майбутньому, які надають життю осмисленість,

спрямованість і тимчасову перспективу. Низькі бали за цією шкалою притаманні людині, яка живе сьогоднішнім або вчорашнім днем.

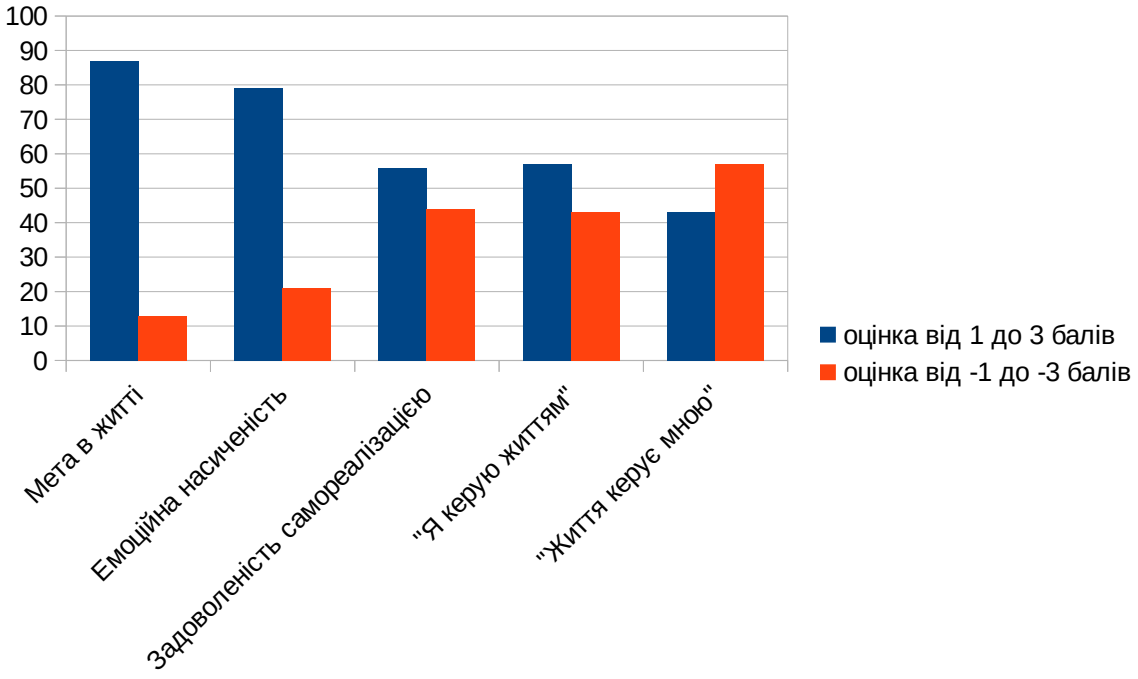
Субшкала «Процес життя, або інтерес і емоційна насиченість життя». Цей показник говорить про те, сприймає чи респондент процес свого життя як цікавий, емоційно насичений і наповнений змістом. Низькі бали за цією шкалою - ознака незадоволеності своїм життям у сьогоденні.

Субшкала «Задоволеність самореалізацією» відображає оцінку пройденого відрізка життя, відчуття того, наскільки продуктивна і осмислена була прожита її частина.

Локус контроль Я («Я керую життям»). Високі бали відповідають уявленню про себе як про сильну особистість, яка має достатню свободу вибору, щоб побудувати своє життя відповідно до своїх цілей і уявленнями про його сенс. Низькі бали - невіра в свої сили контролювати події власного життя.

Локус контролю-життя. При високих балах - переконання в тому, що людині дано контролювати своє життя, вільно приймати рішення і втілювати їх у життя. Низькі бали - фаталізм, переконаність в тому, що життя людини непідвладна свідомому контролю, що свобода вибору ілюзорна і безглуздо що-небудь загадувати на майбутнє.

Результати експериментальної групи відображені на діаграмі:



Діаграма 13. Розподіл відповідей по шкалах тесту смисложиттєвих орієнтацій.

Таким чином, домінування оцінок студентів «Мета в житті» свідчить про спрямованість особистості на встановлення своїх життєвих цілей та наявність власної чіткої позиції. 13% студентів оцінили за шкалою від -1 до -3, що свідчить про становлення своїх життєвих цілей або наявності стресової ситуації.

Емоційна насиченість, процес життя і інтерес домінує у 79% відповідей, що є пов'язаним з особливостями студентського віку, різнобічних можливостях реалізації себе і своїх інтересів, 21% відповідей, можуть бути пов'язані з теперішніми умовами карантинних обмежень, що стресово впливають на емоційну сторону життя та його насичення.

Задоволеність самореалізацією оцінюють в позитивному аспекті 56% студентів експериментальної групи, можемо припустити, що це пов’язано з тим, що частина студентів вже має професійний досвід і реалізує свій потенціал безпосередньо у трудовій діяльності.

Локус-контроль «Я керую життям» оцінюють 57% респондентів, що свідчить про високий рівень усвідомлення себе і побудови плану свого життя.

Локус-контроль «Життя керує мною» негативно 43%, що свідчить про певні стресові умови або, які можуть бути пов'язані як з соціальною ситуацією , так і з певними особистісними труднощами та незадоволеністю свої життям.

Таким чином, діагностичне анкетування та виконання методики дало можливості для побудови програми тренінгових модулів щодо формування професійної ідентичності засобами корпоративної культури (використанням інформаційно-комунікативних технологій).

3.2 Практичні рекомендації щодо впровадження запропонованого механізму та його адаптації в процесі діяльності ЗВО.

Професійний розвиток особистості — це його зростання, становлення ,включення і реалізація в діяльність професійно важливих якостей та здібностей, знань та умінь, але і головне — як активне якісне вдосконалення людиною свого внутрішнього світу , що приводить до самосприйняття себе відносно нового способу життєдіяльності.

Професійно-особистісний розвиток в контексті формування професійної ідентичності студента передбачає врахування внутрішніх та зовнішніх детермінант. (Е. Ф. Зєєр). До зовнішніх детермінант (соціально-економічні умови, провідна навчально-професійна та професійна діяльність, технічно-технологічний рівень діяльності, система стимулювання професійного зростання, обставини життя. До внутрішніх детермінт належать біопсихологічні та фізіологічні особливості, соціально-професійна активність, мотиви і смисли професійної діяльності, потреба в реалізації свого

внутрішнього потенціалу, потреба в самореалізації, подолання професійних криз, ціннісна структура [21, с. 15-16].

Для формування професійної ідентичності студентів в умовах освітнього процесу, використовуючи елементи інформаційно-комунікативних технологій як інструментів корпоративної культури закладу вищої освіти, нами запропоновано і апробовано практичні рекомендації щодо впровадження модулів освітнього тренінгу в рамках підготовки студентів гуманітарних факультетів.

На основі проведеного дослідження нами було виявлено, що проблема професійного становлення завжди була актуальною і тим більше, залишається такою в сучасних умовах. Так, сьогодні, щоб бути успішним в якійсь конкретній сфері потрібно постійно підвищувати свою кваліфікацію і вчитися, розвиватися професійно і особистісно. Крім того, виникає безліч нових форматів зайнятості та побудови свого професійного шляху, таких як: робота на дому, фрілансерство та інші, пропонується широка мережа курсів та стажувань у різних компаніях. Таким чином, для вищої освіти стоїть виклик щодо побудови різнобічного супроводу студента в його саморозвитку та сприяння у побудові його траєкторії розвитку.

Студентський вік, який зазвичай супроводжується отриманням професійної освіти і першого досвіду професійної діяльності є найбільш сприятливим для завершення процесу професійного самовизначення і активного формування професійної ідентичності особистості. Відмова від педагогічного та психологічного супроводу професійно-особистісного розвитку в молодому віці може призвести до серйозних професійних і особистісних проблем в подальшому.

Все це свідчить на користь необхідності впровадження у закладах вищої освіти способів педагогічного і психологічного супроводу процесу професіонально-особистісного розвитку сучасної молоді, що безпосередньо вирі-

шує завдання створення умов для формування професійної ідентичності засобами корпоративної культури.

Також це б сприяло формуванню у студента конкретного особистого професійно-життєвого плану в певній професії, який є необхідною умовою успішності його професіоналізації і задоволеності різних потреб в майбутньому. На наш погляд, означені вище проблеми можна вирішити шляхом впровадження модулів освітніх тренінгів, в рамках підготовки студентів гуманітарних дисциплін як складників корпоративної культури ЗВО.

Запропонована програма тренінгових модулів відповідає запропонованій моделі та полягає у створенні ресурсного поля для студента у самопізнанні та рефлексії вже наявного досвіду щодо своєї професійної ідентифікації.

Умови проведення були підготовленими для роботи у теренінговому форматі, але відповідали і умовам звичайних навчальних занять. Студенти для проведення тренінгових модулів у більшості були зацікавлені, демонстрували залученість у процес. Так, як їх навчальні плани з фаху не передбачають тренінгів особистісного розвитку та освітніх тренінгів. Найбільш сильною мотивацією для учасників стала перспектива самоаналізу та саморозкриття в процесі проведення тренінгових модулів, а також можливості самопізнання і рефлексії у процесі використання технік візуалізації та арт-терапії. Вибірка сформована з метою виявлення рівня професійно особистісного розвитку студентів бакалавріату і магістрантів.

Підставою вибору методів і методик та технік для реалізації тренінгових модулів стали відповідність об'єкту і предмету дослідження, результати діагностичного етапу дослідження, можливість визначити рівень розвитку компонентів психологічної структури професійно-особистісного розвитку і їх взаємозв'язку.

На основі аналізу наукової літератури було виявлено, що для успішності професійно-особистісного розвитку мають значення перш за все рі-

вень розвитку (сформованості) професійної ідентичності, а також такі характеристики особистості як позитивне і гармонійне самоставлення і здатність до саморегуляції. Тому були відібрані вправи, що дозволяють визначити рівень розвитку професійної ідентичності, а також вправи і техніки, орієнтовані на визначення рівня саморегуляції і ставлення особистості до самої себе.

Мета тренінгових модулів: професійно-особистісний розвиток студентів бакалавріату та магістратури.

Завдання тренінгових модулів:

1) Сприяти підвищенню рівня розвитку професійної ідентичності студентів, а також рівнів позитивного емоційного ставлення до професії і усвідомленої професійної активності;

2) Сформувати навички ефективного планування та цілепокладання;

3) Сприяти розвитку адекватного самоставлення, зокрема, підвищення рівня самовпевненості, самоцінності і самоприйняття;

4) Сприяти формулюванні кар'єрної мети і створення особистого професійного плану по її досягненню на найближчі 1-3 роки.

5) Створення умов педагогічного супроводу студентів у тренінговому форматі.

Умовами проведення тренінгових модулів, спрямованих на професійно-особистісний розвиток студентів бакалавріату та магістратури є:

1) проведення цілеспрямованої систематичної групової роботи;

2) облік психологічних особливостей та актуального рівня саморегулювання, самоставлення і професійної ідентичності студентів;

3) використання вправ і методик інформаціно-комунікативних технологіх, зокрема коучингу та ін.

В якості основних принципів програми тренінгових модулів, спрямованої на професійно-особистісний розвиток студентів, виступили такі:

- принцип позитивності;
- принцип особистісного успіху;

- принцип активності і відповідальності;
- принцип творчості;
- принцип усвідомлення особистих ресурсів.

На цьому етапі з експериментальною групою побудовано і впроваджено тренінгову роботу (освітній тренінг) на основі актуального запиту від студентів щодо даної проблеми. Дана робота має включала інструментарій щодо розвитку усвідомленого ставлення студента до свого фаху і проектування професійного шляху в умовах ЗВО.

Також було виявлено у ході бесід зі студентами наявність потреби у самопізнанні, що на їх думку є одним із елементом їх побудови професійного плану під час навчання у ЗВО. На думку студентів тренінгова робота має включати:

- занурення у техніки візуалізації своїх цілей та їх досягнення;
- тренінг цілепокладання та можливості розвитку своєї ефективності в цьому плані та подолання страху;
- тренінг методик щодо шляхів самопізнання особистісної сфери та професійної, їх співставлення для побудови власної траєкторії розвитку у ЗВО;
- розвиток навичок саморефлексії для візуалізації своїх інтересів, бажань, прагнень.

На підготовчому етапі у бесіді зі студентами було виявлено інтерес студентів до тренінгової взаємодії, яка б допомогла студентам краще пізнати себе, а також ознайомити їх з практичним інструментарієм побудови власної траєкторії розвитку як професіонала. Також можливості трансформації цього інструментарію у своїй професійній діяльності та можливості їх адаптування і застосування для педагогічної діяльності з учнями. Також до виховного заходу студенти мали можливість виконати вправу “Самокоучинг”, метою якої стало дослідження актуальних потреб та інтересів в особистісному та професійному

плані. Це дало можливість ефективно побудувати план тренінгу відповідно до запиту академічної групи.

Таким чином, під час роботи з використанням елементів освітнього тренінгу важливо було чітко усвідомлювати вікові та індивідуальні особливості студентів, враховувати умови дистанційного навчання, що впливає на психічну активність студентів (втома зорового аналізатору, також рівень концентрації і переключення уваги, що впливає на швидкість переробки інформації отриманої ззовні, емоційну налаштованість на взаємодію тощо).

Підставою вибору методів і методик та технік для реалізації тренінгових модулів стали відповідність об'єкту і предмету дослідження, результати діагностичного етапу дослідження, можливість визначити рівень розвитку компонентів психологічної структури професійно-особистісного розвитку і їх взаємозв'язку.

Програма тренінгових модулів полягала у створенні ресурсного поля для студента у самопізнанні та рефлексії вже наявного досвіду щодо своєї професійної ідентифікації.

Найбільш сильною мотивацією для учасників стала перспектива самоаналізу та саморозкриття в процесі проведення тренінгових модулів, а також можливості самопізнання і рефлексії у процесі використання технік візуалізації та арт-терапії.

Модуль освітнього тренінгу «Схема формування мого професійного інтересу» мала на меті розгляд студентами терміну професійний інтерес і яким чином, їх професійний інтерес визначив можливості вибору спеціальності для їх успішної навчальної діяльності в ЗВО. Також за допомогою технік рефлексії і візуалізації кожен студент між створити свою схему його професійного інтересу та більш глибше визначити свої потреби і прагнення у визначеній професійній сфері. (додаток А)

Дана техніка дозволила взяти до уваги минулі події, що вплинули на вступ саме до цього ЗВО і на певну спеціальність, що було одним із початкових

етапів формування професійної ідентичності на момент завершення навчання у школі та вступу до ЗВО.

Заповнення області «Знання» передбачали всі наявні на той час знання про професію, її функції та заклад освіти. В загальному це теоретичне уявлення про особливості роботи за певним фахом, що отримується на початку отримання професійної освіти. «Розуміння» – передбачає знання про особливості практичної діяльності представника певної професії, точне розуміння функцій. «Застосування» із запропонованої моделі означає місце даної професії на ринку праці та оцінка її важливості на ринку праці країни. «Аналіз» – розуміння молодою людиною свого місця в певній професійній сфері. «Оцінка» – значення професійної діяльності своєї на ринку праці країни.

Відтак, дана техніка допомогла визначити та візуалізувати всі моменти, які вплинули на їх професійну ідентифікацію в теперішньому. У своїх рефлексіях деякі зазначали свої здібності, які розширили поле «Знання», так як саме здібності більше вплинули на обрання даного фаху. Студенти для себе більш чітко змогли визначити, які чинники могли ще вплинути на формування їх професійного вибору.

Також із бесід зі студентами було визначено тяжіння і до інших професій та можливостей їх здобуття, що пов’язані з високим матеріальним забезпеченням, наприклад, юрист, працівник ІТ-сфери, економіст, блогер, програміст тощо. Ми визначили, що вибір саме цих напрямів діяльності пов’язаний аналізом таких параметрів як можливість досягнення успіху в роботі, наявність шансів просунутися по службі, визнання результатів роботи і їх публічне визнання, висока оплата праці, можливість підвищити рівень професійної компетентності, почуття відповідальності, складність, різноманітність цікавий зміст роботи.

По-друге, найкращою професію все-таки вважають професію вчителя. Для прикладу проілюструємо декілька рефлексій студентів:

«Я-третє покоління педагогів, тому цінності знань, освіченості, любові до України, бажання вивчати історію свого народу і передати ці знання майбутнім поколінням,- і керували мною у виборі своєї майбутньої професії. Сподіваюся, що я зможу зробити свій маленький внесок у формуванні свідомих патріотів і гідних нащадків нашої славної землі. »

«Напрям діяльності звичайно буде пов'язаний з дітьми, статус в суспільстві- вчитель, можливо наставник.»

«Я б дійсно хотів себе бачити вчителем, та якщо говорити про заробіток, це відверто не престижно в нашій країні, але сподіваючись на ліпші умови, що можливо колись настануть, я б хотів бачити себе на роботі на котру я вчився 6 років »

«Я 100% бачу себе у сфері освіти. Хочу, щоб професію вчителя поважали у суспільстві, хочу змінити ставлення до викладача власним прикладом. Впевнена, що зможу отримувати достойну зарплатню.»

Наступним з цього витікає питання мотивації до діяльності, де зі студентами було розглянуто на основі теорії Девіда Мак Клелланда, який дотримується думки, що підвищення мотивації діяльності в значній мірі залежить від задоволення потреб більш високих рівнів. Вчений виділив три основні групи потреб вищого рівня: прагнення влади, прагнення успіху та прагнення співпричетності, приналежності (партиципативна потреба).

Прагнення влади виражається не лише у бажанні впливати на інших людей і керувати ними, але й продемонструвати своє уміння успішно працювати та успішно керувати на різних рівнях та на різних керівних посадах. Люди з розвиненою потребою у владі, як правило, активні, енергійні, не бояться конфронтації, здатні відстоювати свої позиції.

Потреба в успіху (мотивація досягнення) розглядається як відносно стійке прагнення людини до досягнення високих результатів в діяльності. Успіх розцінюється не як похвала або визнання з боку колег, а як особисті досягнення,

як готовність брати участь у прийнятті складних рішень і нести за них персональну відповідальність.

Прагнення до визнання - це бажання показати свою спроможність бути лідером, мати свою власну думку і вміння переконувати навколишніх у своїй праворті. На думку Мак Клелланда, необхідно задовольняти бажання тих, хто прагне влади, бо вони здатні продемонструвати свої переваги, коли обійматимуть ті посади, яких прагнуть.

Студенти визначили, що досягнення необхідних результатів веде до внутрішніх (почуття задоволення від виконаної роботи, самоповага, усвідомлення власної компетентності) та зовнішніх (похвала, премія, просування по службі) винагород. Задоволення виникає тоді, коли зовнішні і внутрішні винагороди сприймаються й оцінюються як справедливі. Саме ця оцінка впливає на сприйняття людиною майбутніх ситуацій і визначає її сподівання і мотивованість. Для прикладу проілюструємо декілька рефлексій :

«Мені хочеться бути крутим викладачем, якого люблять та поважають учні. »

«Росту як спеціаліст та нести користь людям »

«Мене мотивує моя професія вчителя англійської, оскільки моя сфера роботи – «людина-людина», мені необхідно спілкування з іншими, мені подобається можливість ділитись власним досвідом, отримувати фідбек та бачити зацікавленість учнів і їхню мотивацію. Я можу передавати учням свої знання та вміння, кожен день вчитись чомусь новому та розвивати себе, в першу чергу. »

Техніка «Найкраща робота - найкраща професія» дозволила порівняти уявлення студентів про найкращу роботу та найкращу професію та знайти точку перетину для себе у своїх професійній сфері та визначити умови при яких їх навчальна діяльність і майбутня професійна діяльність можуть стати ресурсом для отримання задоволення від роботи та відчуття реалізації в бажаній сфері.

Техніка мозкового штурму допомогла створити портрет сучасного працівника дивлячись на те, що сучасна людина за своє життя може змінити близько десятка професій. Важливою складовою структури особистості є професійно значущі психофізіологічні властивості, розвиток яких відбувається в процесі засвоєння діяльності. Зі студентами було визначено, що необхідними в сучасних умовах у працівника мають бути такі компетентності : здатність до самостійного прийняття рішень, комунікативні здібності, здатність до співпраці та співробітництва, надійність, працездатність, відповідальність, професійну мобільність, продуктивність професійної діяльності, професійне зростання, підвищення кваліфікації та розвиток кар'єри спеціаліста. Студенти могли поєднати свою професію з цікавою на їх погляд роботою. Проілюструємо деякими рефлексіями :

«Я би почала активно просувати мій особистий блог вчителя, більше часу приділяти розвитку професійних якостей.»

«Пройшла курс по маркетингу. Розвивала б свій блог як викладача в мережі .»

«Для зростання професії можна спробувати якісь історичні квести. На даному етапі я можу робити схематичні накиди квестів. »

Наступним етапом у роботі з експериментальною групою було — використання інформаційно-комунікативних технологій, а саме технології коучингу у побудові власної професійної і особистісної траєкторії розвитку. Метою модулю освітнього тренінгу стало прищеплення інтересу до педагогічної діяльності, саморозвитку та самопізнання, виховання активної життєвої позиції себе як педагога, позитивного ставлення до професії.

Необхідністю актуалізації представленої теми — є самопізнання студентами перспектив власного професійного становлення і побудови власної траєкторії як особистісного, так і професійного розвитку на основі професійної самоідентифікації у ЗВО, а також можливість у тренінговому форматі проектувати, конструювати й апробувати оптимальні способи професійної

діяльності з використанням засобів інформаційно-комунікативних технологій, які використовуються в багатьох інших сферах людської життєдіяльності.

Всі студенти групи активно були долучені до виконання тренінгових вправ. Рефлексували свій життєвий досвід, а також працювали над своїм саморозкриттям і самоцінністю у тренінговій групі, тобто академічній групі.

Студенти виконували проективну методику «Дерево», яка допомогла розкритися кожному студенту через візуальні образи, заглибитися в пізнання себе і своїх цінностей через образи та допомогла спроектувати шляхи свого подальшого особистісного розвитку. Виконуючи проективну методику, студентам треба було зобразити дерево, яке б уособлювало їх самих. На цьому малюнку їм також необхідно було зазначити ресурси, які їх підживлюють по життю, їх якості, знання, ціннісні орієнтири, також статус, цілі, напрями особистісного зростання. На основі цих малюнків студенти замислились над своєю місією в житті, покликанням, що стало предметом для роздумів. А також змогли візуалізувати певні сфери свого життя та розвитку, які були мало конкретизовані. Викоконання проективної методики сприяло розкриттю внутрішнього світу, кращого пізнання себе, вираженню суб'єктивних переживань, емоцій, почуттів, думок.

Також студенти мали можливість визначити власні професійні мотиви у переході від буденного самоусвідомлення себе як представника певної професії до свого покликання, життєвої і професійної місії. Виконуючи такі вправи як «Піраміда Ділса» (додаток Б) і «Створення особистісного професійного плану на лінії життя». Студенти візуалізували себе в професійному плані та змогли поставити конкретні цілі розвитку себе і професійного розвитку в певні проміжки часу. Це створило умови для усвідомлення своїх дій і здібностей, які можуть привести до поставлених цілей.

Рефлексії студентів дозволяють зробити висновок, що виконання даних вправ сприяло кращому усвідомленню себе, акценту на матеріалізації здобутих знань, тобто візуалізації необхідних кроків. Крім того, вправи дали

можливість оцінювати реалістичне бачення себе і кожного кроку у досягненні певних цілей.

Наступним етапом з експериментальною групою було проведення модулю, що мав на меті орієнтацію студентів на можливості цілепокладання у навчальній діяльності та професійній діяльності і ознайомлення з практичним інструментарієм для цього.

Необхідність вибору даної теми може бути обґрунтована тим, що запропонований модуль закріпив попередній щодо інструментів коучингу у побудові власної траєкторії розвитку. Таким чином, організований педагогічний супровід щодо ефективного розподілу часу, правильної постановки і оцінки пріоритетності цілей у навчальній діяльності і подальшій професійній міг би сприяти ефективному навчанню студента, активізації його пізнавальної діяльності з обраного фаху.

Метою проведеного тренінгового модулю стало формування практичних навичок постановки цілей, створення мотиваційного поля для цього та визначення своїх ресурсних сторін.

Студенти в ході вправ працювали в умовах освітнього тренінгу. Виконували вправу «Особистий герб», де мали визначити і візуалізувати свої сильні сторони, свої досягнення на даний момент, наявні цілі та ресурси, які допомагають їм досягати цих цілей. Під час виконання вправи деяким студентам було важко зазначити свої сильні сторони, деякі цілі на їх думку були не конкретними. Це дає підстави зробити висновок, що для студентів першого курсу є важливий педагогічний і психологічний супровід.

Також студенти виконували техніку «Life Career Rainbow», де головним завданням було визначення соціальних ролей, які вони виконують зараз і тих справ, які вони мають щоденно та їх розподіл на візуальному годиннику. Метою техніки є визначення пріоритетних ролей та цінних справ на теперішньому етапі життя студента. Так як візуалізація вважається потужним інструментом для пізнання як навколишнього світу, так і самого себе. Ця технологія коучингу

має назву «Колесо життєвого балансу» (додаток В). Ця методика дає краще зрозуміти наскільки суб'єктивно гармонійним можна вважати своє життя на даний період часу, а також оцінити рівень задоволеності тим, що зараз відбувається в житті. Така візуалізація дає можливість побачити себе зі сторони. Автор методики Дж. Майер пропонував крім сфер життя виділяти ще соціальні ролі на які виділяється час для виконання. Сама схема представляє собою коло, яке можна ділити на сфери життя та соціальні ролі та відраховувати скільки часу іде на них.

В нашій інтерпретації ми ділили коло на години доби і зафарбовували необхідними кольорами розподіл на різні сфери свого життя. З рефлексій студентів, ми побачили, що більшість часу відходить на провідну діяльність — це навчання, частина часу відходить на спілкування з родиною. Дуже мало відводиться часу на захоплення, саморозвиток і стосунки , але напротивагу багато часу витрачається на соціальні мережі. Деякі студенти зазначили, що така картинка не задовольняє їх, а ще як виявилося, впливає на наявність здорового відпочинку і сну. Це є поганим чинником, так як від цього залежить внутрішня гармонія, працездатність, життєва активність.

Студенти могли проаналізувати свої малюнки та відповідно самі для себе на візуальному малюнку шукали шляхи заощадження часу і розставлення пріоритетів таким чином, щоб раціональніше розподілити час та вписати туди ще більше можливостей для досягнення поставлених різних цілей, які були візуалізовані на початку тренінгу.

Рефлексії студентів відобразили певні страхи у визначенні конкретних кроків та присвоєння їм певних часових рамок, але деяким дало змогу краще побачити план свого розвитку та створення візуальної картинки для себе.

Отже, в процесі тренінгової роботи завершальним етапом було виконання техніки «Саморефлексія», де відображеним було ціннісне ставлення студента до обраного фаху і ЗВО. Так, як з наукових джерел було визначено, що провідним фактором розвитку корпоративної культури і психологічного

благополуччя як фахівця, так і особистості приналежної до певної організації — є співпадіння власних цінностей з цінностями професії та організації.

З результатів виконання цієї техніки важливо відмітити, що для студентів є дуже важливим ціннісне підґрунтя їх ЗВО. Наприклад, такими цінностями було визначено : визнання, якість, статусність, допомога, справедливість, рівність, професіоналізм, повага до студентів, колектив, престижність, бажання виховувати молоде покоління свідомими громадянами, національна свідомість.

Власними цінностями, які демонструє їх професія і ЗВО відзначили також : патріотизм, відданість професії, справедливість, щирість, чесність, самопізнання, взаємодопомога, активність, толерантність, доброта, чуйність, партнерство.

Отже, корпоративна культура і професійна ідентичність є взаємопов'язаними та відображають вплив корпоративної культури на професійну ідентичність. Розвиток професійної ідентичності студентів залежить від багатьох умов у процесі навчання. Зокрема, використання сучасних технологій роботи щодо розвитку професійної ідентичності і трансформація їх в умовах освітнього процесу ЗВО у сучасних умовах є перспективою подальших досліджень.

Використання інформаційно-комунікативних технологій створюють важливі психолого-педагогічні умови у процесі розвитку професійної ідентичності студентів. Зокрема, дозволяють активізувати тренінгову роботу, як вид практичної діяльності щодо постановки професійних цілей і перетворення їх у задачі, цілепокладання у побудові професійної кар’єри, розвитку самосвідомості, побудова поля особистісної стратегії розвитку. Також сприятимуть виконанню важливій психолого-педагогічної умови — позитивний партнерський психологічний клімат середовища освітнього простору та ефективної комунікації.

3.3 Соціально-психологічний ефект та прогнозування результативності реалізації запропонованих рекомендацій .

Розглянувши теоретичні та практичні засади формування професійної ідентичності засобами корпоративної культури, варто відмітити, що експериментальна частина дослідження була виконана відповідно до запропонованої моделі та запитів студентів.

Викладач у ролі тренера значно розширює інструментарій для своєї роботи та створює, таким чином, додаткові умови для психологічного і педагогічного супроводу студента.

Тренінгова взаємодія створила можливості в умовах освітнього процесу створити ресурсну базу для самопізнання та психологічної роботи студента над собою. Таким чином, відбувається включення студента в процесі навчання до процесу професійної ідентифікації, що здійснюється в умовах ЗВО та наслідування певних цінностей, мотиваційних орієнтирів як самого закладу освіти, так і професії. А це, в свою чергу, виступає фактором психологічного благополуччя, почуття стабільності та управління своїм життям, надає умови для впевненості в своїх силах у навчальній та професійній діяльності.

Проведене заключне онлайн анкетування в експериментальній групі відобразило деякі зміни щодо розвитку їх професійної ідентичності засобами корпоративної культури. Результати наведені у таблиці 5:

Таблиця 5.

Результати формуючого експерименту

Показники, у яких відбулися зміни	До проведення експерименту	Після проведення експерименту
Задоволеність майбутньою професією.	48,9	55,6
Стійкий професійний інтерес	37,8	51,2

щодо обраного фаху.		
Бажання в подальшому працювати за обраним фахом.	72,7	79,4
Формування корпоративної культури студента у ЗВО для його професійної діяльності.	32,8	46,2
Вплив корпортивної культури ЗВО як на представника обраного фаху.	49,1	55,8
Роль викладача у розвитку корпоративної культури ЗВО і професійної ідентичності студентів	58,2	64,9
Роль освітнього тренінгу щодо розвитку корпоративної культури та професійної ідентичності студента.	40,2	60,3

Задоволеність майбутньою професією відображує інтерес до професії, можливість розвивати свої здібності та навички для своєї професії та і суміжних до неї. Ми бачимо незначну зміну (6,7 %), що може свідчити про різнобічність

інтересів до різних професій або наявність додаткових можливостей для самореалізації, які вже використовує студент.

Стійкий професійний інтерес щодо обраного фаху (різниця 13,4 %) — є суттєвою та може бути пов'язана з формою проведення занять, а саме розгляд своєї професії, яку здобуває студент в процесі навчання у ЗВО через призму освітнього тренінгу, що включає не тільки знання про свою професію та умови її здобуття, але і включає рефлексивний компонент, що орієнтується на психологічні особливості особистості.

Бажання в подальшому працювати за обраним фахом (різниця 7,3 %) відображено незначним зростанням. Це свідчить про процес формування своєї професійної траєкторії та інтерес до різних сфер. Така позиція дає більше умов спробувати себе в різних сферах та вибору тієї, що найбільш приваблює.

Формування корпоративної культури студента у ЗВО для його професійної діяльності (різниця 13, 4 %) характеризується значним зростанням, це пов'язано з тим, що тренінгові модулі, які направлені на розвиток та самопізнання в майбутній професійній діяльності були запропоновані як складова корпоративного навчання у ЗВО, що, в свою чергу ,направлене на самопізнання і розвиток особистісного та професійного потенціалу приналежних до організації.

Вплив корпоративної культури ЗВО як на представника обраного фаху (різниця 6,7%) має не значне зростання, що може бути обумовлено процесом формування свого професійного шляху та можливостями самореалізації як представника отримуваного фаху.

Роль викладача у розвитку корпоративної культури ЗВО і професійної ідентичності студентів (різниця 6,7%) характеризується не значним збільшенням, але все таки має позитивну динаміку і відображає важливу роль викладача у формуванні корпоративної культури ЗВО і формування на цій основі професійної ідентичності студента. Так як, в свою чергу, викладач відображає і транслює корпоративну культуру закладу освіти та створює умови

для професійного становлення студента. Модулі освітніх тренінгів дають можливість викладачу виступити в ролі тренера корпоративного навчання і сприяти самопізнанню та рефлексії студента щодо своєї траєкторії професійного розвитку, що є умовою формування професійної ідентичності.

Роль освітнього тренінгу щодо розвитку корпоративної культури та професійної ідентичності студента (різниця 20,1%) - відображає вагоме зростання, що пов'язано з нетиповою організацією занять зі студентами. Так, як навчальні плани студентів з якими було проведено модулі освітнього тренінгу не передбачають тренінгової форми роботи, то така взаємодія стала ресурсним полем для обміну своїми думками, рефлексіями, ознайомлення з техніками і прийомами щодо роботи над собою. Такий тренінговий простір згуртовує академічну групу, так як в такому форматі можуть обговорюватися проблеми, страхи, здійнюється спільний пошук виходу з такий ситуацій, формуються навички ефективного спілкування, створюється довірлива та безпечна атмосфера.

Таким чином, ми бачимо певні зміни за визначеними показниками, що має суттєве значення в проведеному дослідженні. Можемо припустити, що подальша робота зі студентами, яка буде включати модулі освітніх тренінгів на заняттях сприятиме результативності педагогічного і психологічного супроводу студента в процесі навчання у ЗВО.

Висновки до третього розділу

Корпоративна культура ЗВО передбачає зв'язок низки компонентів, таких, які в свою чергу визначені компонентами професійної ідентичності. Зокрема, мотиваційно-ціннісний (цінності, мотиваційна спрямованість, особистісне включення на основі ідентифікації), когнітивний (володіння знаннями, комунікативність, здатність до розвитку, доброзичливість, відповідальність), діяльнісний (уміння вирішувати проблемні ситуації, працювати в команді, створення власного іміджу, самопрезентація, розробка та аналіз поставлених цілей). Таким чином, викладачі як носії корпоративної культури можуть стати тренерами щодо формування професійної ідентичності та трансляції корпоративної культури засобами освітнього тренінгу. В якості основних принципів проекту, спрямованого на професійно-особистісний розвиток студентів, виступили такі: принцип позитивності; принцип спільності успіху; принцип активності і відповідальності за результат; принцип творчості і принцип усвідомлення особистих ресурсів.

Крім того, підвищення рівня професійної ідентичності і показники таких особистісних характеристик як самоставлення до себе і свого майбутнього підтверджує, що професійний розвиток не віддільний від особистісного.

Основна маса молодих людей усвідомлює в якому професійному напрямі хоче розвиватися, але плану конкретних дій з розвитку в професії у них немає, а також не завжди робляться активні дії щодо розвитку в обраній професійній сфері. Тому реалізація запропонованих тренінгових модулів забезпечує педагогічний і психологічний супровід процесу професійно-особистісного розвитку студентів.

ВИСНОВКИ

Отже, в процесі дослідження було проведено теоретичний аналіз категорій «корпоративна культура ЗВО» та «професійна ідентичність студента». Також розглянуто проблему зв’язку корпоративної культури ЗВО і умови формування професійної ідентичності студентів.

Нами було досліджено зв’язок корпоративної культури ЗВО і формування професійної ідентичності студентів, що відображає професійні компетентності студента як представника певного фаху і систему норм, правил, цінностей як фахівця, так і закладу вищої освіти , де він навчається. Таким чином, корпоративна ідентичність є пов'язаною із професійною ідентичністю. Ми визначили, що ЗВО транслює свою корпоративну культуру, яка з одного боку виконує свої функції щодо формування студента та його розвитку в процесі навчання, а з іншого є важливим засобом для підготовки майбутнього представника певної професійної спільноти.

Ми виявили, що в таких умовах складається особистісна і професійна стратегія розвитку студента і її побудова є важливою компетентністю в процесі навчання. Ми визначили, що важливими практичними інструментами в цьому виступають інформаційно-комунікативні технології, зокрема елементи технології коучингу. Їх міждисциплінарний підхід забезпечує корпоративне навчання в різних сферах життєдіяльності і , що є принципово важливим орієнтуються на на індивідуально-психологічні особливості особистості таких як: самооцінка, ціннісне уявлення про себе, здібності та задатки, загальне бачення себе в різних сферах діяльності та їх аналіз, прагнення до цілепокладання, самозростання на основі самопізнання та ін.

На основі цього обґрунтовано модель формування професійної ідентичності інструментами корпоративної культури, що включала ціннісно-світоглядний, поведінковий, освітньо-традиційний та інноваційний компоненти .

Ціннісно-світоглядний компопент на нашу думку є грунтовним так як відображає ціннісну основу як ЗВО так і професії, яку отримує студент та відображає гармонію цих цінностей з цінностями особистості, що є умовою високої мотиваційної спрямованості та особистісне включення на основі ідентифікації в спільноти ЗВО та майбутньої професії.

Поведінковий компонент відображає на нашу думку, орієнтує студента не тільки на отримання знань, але і на самопізнання в процесі навчання, що змінює його поведінку в процесі навчання.

Освітньо-традиційний компонент активізує увагу до позиції викладача та створює умови для побудови його діяльності включаючи елементи освітнього тренінгу. Також в ролі тренера на навчальних заняттях, продовжує розвивати ключові компетентності, які визначені стандартом групи професій «Викладачі закладів вищої освіти», що стає складовою професійної та особистісної траєкторії розвитку викладача.

Інноваційний компонент дозволяє впроваджувати елементи освітнього тренінгу в освітній процес, що є елементом і психологічної просвіти студентства, а також створює ресурсне поле для оволодіння професійними знаннями, розвивати навички ефективної комунікації, створення довірливої атмосфери для вирішення проблемних питань з огляду на пошуку себе в професійному плані, створення ситуацій командної групової взаємодії, що є важливим аспектом виховання студентської молоді. Також це допомога у подоланні страхів, побоювань можливостей самореалізації в певній сфері, допомога у створенні власного іміджу, ознайомлення і робота з практичними техніками саморефлексії, візуалізації поставлених цілей.

Впровадження запропонованих компонентів дозволили розробити практичні рекомендації, які направлені на створення ресурсного психолого-педагогічного супроводу студента, розвитку викладача в ролі тренера, використання в умовах освітнього процесу модулів освітнього тренінгу, що дозволяє студентові будувати свою траєкторію професійного і особистісного

розвитку. Запропоновані рекомендації розроблені на основі міждисциплінарного підходу з використанням інформаційно- комунікативних технологій, зокрема технології коучингу, як ми зазначили важливої технології корпоративного навчання.

В процесі впровадження запропонованих рекомендацій, а саме модулів освітнього тренінгу, відбулися позитивні зміни, що дає підстави стверджувати про їх результативність. Педагогічний та психологічний супровід студента у форматі освітнього тренінгу сприяє побудові ефективної, але невимушеної взаємодії з учасниками, а також звертає увагу на потенціал кожного студента з можливими шляхами його реалізації.

Представлена і впроваджена модель формування професійної ідентичності засобами корпоративної культури у закладі вищої освіти сприяла також зміцненню системи університетських цінностей, організації та більш активної і різнобічної взаємодії та комунікації зі студентами, подальшому впровадженню тренінгового досвіду у освітній процес, що й складає психологічні особистісні та організаційні умови її розвитку у студента.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексінцева, Т. Артпедагогіка та коучинг як інноваційні технології творчого розвитку студентів / Т. Алексінцева / *Педагогічний часопис Волині.* – 2017. – № 1. – С. 35-40.

2. Асаул А. Культура организации: проблемы формирования и управления. - СПб, 2016. – 186 с.

3. Аткинсон М. Жизнь в потоке: Коучинг/ Мэрилин Аткинсон; пер. с англ. - 6-е изд. - М. : Альпина Паблишер, 2020. – 330 с.

4. Богуш Л. А. *Зарубіжні концепції в контексті дослідження професійної кар'єри майбутніх фахівців* //Науковий вісник. – К., 2018. – Вип. 279. – С. 25–30.

5. Бодалев А. А. Личность и общение. – М.: Международная педагогическая академия, 1995. – 328 с.

6. Бордовская Н. В. Профессионально-личностное развитие будущего спеицалиста как психолого-педагогическая проблема/ *Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена*, 2012. С.28-43.

7. Бугаєвська Ю. В. Корпоративна культура як основа професійної підготовки майбутніх фахівців / Ю. В. Бугаєвська / *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. - 2013. – Вип. 32. – С. 149-154. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pfto_2013_32_23

8. Бровко К. А. Особливості функціонування корпоративної культури вищого навчального закладу. *Молодь і ринок* (4(147)), 2017. с. 186-190.

9. Бровко К. А. Феномен корпоративної культури особистості в контексті освітологічних знань. *Освітологічний дискурс: електронне наукове фахове видання (3-4)*, 2017. с. 213-220.

10. Бровко, К. А. Сформованість рефлексивного компоненту корпоративної культури студентів університету: емпіричний аспект

дослідження. *Научный журнал «Norwegian Journal of development of the International Science»* (40). University of Oslo,Norway: 2020. С. 38-42.

11. Бровко, К. А. Технологія формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету. *Intellectual Archive.(8(1))*. Ontario, Canada: 2019 С. 99-125.

12. Брунер Дж. Психология познания. За пределами непосредственной информации; пер. с англ. - М.: Прогресс, 1977. – 413 с.

13. Вачков В. И. В. Основы технологии группового тренинга. Учеб. пособие. – М: Издательство "Ось-89", 1999. – 176 с.

14. Горбенко Н. В. Корпоративна культура сучасного університету: підходи до визначення сутності. *Грані : науково-теоретичний і громадськополітичний альманах* / гол. ред. С.А.Квітка. – Дн.: ПП «Тремпольцев», 2014. – Вип. 8 (112). – С. 47 – 52.

15. Гнезділова К. М. Корпоративна культура викладача вищої школи : навч.-метод. посібник / К. М. Гнезділова – Черкаси : ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2013 – 124 с.

16. Грин Дж., Грант Э.М., Коучинг принятия решений. – СПб.: Питер, 2005.

17. Гуревич Р. С. Інформаційно-комунікаційні технології в професійній освіті майбутніх фахівців / Р. С. Гуревич, М. Ю. Кадемія, М. М. Козяр ; за ред. член-кор. НАПН України Гуревича Р. С. – Львів : Вид-во «СПОЛОМ», – 2012. – 502 с.

18. Дауни М., Эффективный коучинг: Уроки тренера коучей. – М.: Добрая книга, 2015.

19. Жиленко М. В. Практична підготовка фахівця в системі вищої освіти незалежної України. *Практична підготовка фахівців освітньої сфери у науково-педагогічній спадщині учених-педагогів: матеріали наукового «круглого столу»* 27 квітня 2018 року / За заг. ред. А.А. Марушкевич. Рига, Латвія: Видавництво «Балтія Паблішинг», 2018. С.26-33.

20. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / А. В. Толстых (общ. ред. и предисл.), А. Д. Андреева (пер.). - М.: Изд. группа «Прогресс», 1996. – 344 с.

21. Зеер Э. Ф. Психология профессий: учеб. пособие для вузов/ Э.Ф. Зеер.−2-е изд., перераб. и доп. −М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003.−336 с.

22. Зимняя И. А. Педагогическая психология: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по педагогическим и психологическим направлениям и специальностям / И. А. Зимняя. – Изд. 2-е, доп., испр. и перераб. – Москва : Логос, 2009 г. — 382 с.

23. Зобенько Н. А. Впровадження коучингових технологій у процес професійної підготовки майбутніх фахівців психолого-педагогічної сфери , *Науковий вісник Мукачівського державного університету : Серія "Педагогіка та психологія",Збірник наукових праць.* Випуск 1(11). Мукачево: 2020. С.199-204.

24. Зязюн І. А. Аксіологічні орієнтири сучасної культури [Електронний ресурс] / - Режим доступу : http://lib.iitta.gov.ua/3509/1/%D0%B7%D1%8F%D0%B7%D1%8E%D0%BD4.pdf.

25. Зязюн І. А. Освітні парадигми та педагогічні технології у вимірах філософії освіти. Педагогічна освіта: європейський вибір (Розд. 1) [Електронний ресурс] / Науковий вісник МДУ імені В. О. Сухомлинського. – Київ, 2011. – Вип. 1.32. – С. 22−26. (Серія «Педагогічні науки»). – Режим доступу :http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmdup_2011_1.33_6

26. Ілляшенко С. М. Управління знаннями університету в контексті концепції його інноваційного розвитку / С. М. Ілляшенко, Н. С. Ілляшенко, Ю. С. Шипуліна // *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Логістика.* — Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. — № 892. — С. 72–79.

27. Інноваційні технології розвитку психологічних ресурсів особистості: колективна монографія / відпов. ред. Н.І. Тавровецька – Херсон : Вид-во ФОП Вишемирський В.С., 2019. – 354 с.

28. Иванова Н. Л. Профессиональная идентичность студентов магистрантов: проблемы формирования / *Психология обучения.* — 2015. — №12. — С.16–28.

29. Калашнікова С. Розвиток лідерського потенціалу сучасного університету: основи та інструменти: Навчальний посібник / С. Калашнікова. – К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. – 44 с.

30. Камерон Ким С., Куинн Роберт Э. Диагностика и изменение организационной культуры. Пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. — СПб: Питер, 2001. — 320 с: ил.

31. Качур Б. М. Корпоративна культура викладачів закладу вищої освіти як педагогічна проблема / Б. М. Качур, М. М. Качур / *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія : Педагогіка та психологія.* – 2020. – Вип. 1. – С. 69-72. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdupp_2020_1_18

32. Кларин М. В. Коуч: ценности и смыслы новой профессии / *Ценности и смыслы.* [Электронный ресурс] / 2014. №2 (30). – Режим доступу: https://cyberleninka.ru/article/n/kouch-tsennosti-i-smysly-novoy-professii

33. Климов Е. А. Психология профессионального самоопределения: учеб. пособие для студентов вузов/ Е.А. Климов.− 4-е изд. стер.− М.: Академия, 2010.− 301с.

34. Климов Е. А. Человек и профессия / Е.А. Климов. – Л., 1984. – 141с.

35. Койчева Т. І. Дослідження корпоративної культури як феномена педагогічної науки . *Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського. Педагогічні науки.* № 1 (48). Миколаїв: 2015. С.148-152.

36. Костєва Т. Б. Практикум коуч-діяльності : метод. вказівки / Т. Б. Костєва. – Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2019. – 40 с.

37. Котова Е. В. Психологическое сопровождение профессионального самоопределения молодежи (на примере экологического образования) / *Мир науки. Педагогика и психология.* 2019 №6. – Режим доступу: https://mir-nauki.com/PDF/11PDMN619.pdf

38. Кошечко Н. Інноваційні освітні технології навчання та викладання у вищій школі / Н. Кошечко / *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогіка.* – 2015. – Вип. 1. – С. 35-38. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknutshp_2015_1_10

39. Кошечко Н. В. Педагогічна діяльність викладача вищого навчального закладу у психологічному контексті. *Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України*. Серія: педагогічні та психологічні науки. Вип. 68. Хмельницький: НАДПСУ, 2013. С. 73-81.

40. Кубко В. Модель формування корпоративної культури сучасного вищого навчального закладу України / В. Кубко / *Вісник Книжкової палати.* – 2014. – № 8. – С. 40-43. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2014_8_12

41. Кубко В. П., Шиндор А. В. Стратегія формування корпоративної культури закладу вищої освіти. *"Гілея: науковий вісник": Збірник наукових праць.* – К., 2018. Випуск 138 (№ 11) Ч. 2. Філософські науки — 2018.

42. Кузьменко Н. М. Професійно-педагогічна культура викладача вищої школи як чинник формування професійних ціннісних орієнтацій студентської молоді. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Педагогіка*. Київ: 2018. № 2 (8). С.32-36.

43. Левицька Л. А. Сучасний педагог як носій ціннісних професійних орієнтацій студентської молоді. *The scientific method.* (Warszawa, Poland) №26/2018 VOL.1 S. 27-34.

44. Левицька Л. А. Вплив освітнього середовища на формування ціннісних орієнтацій студентської молоді. *Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку:* матеріали Всеукраїнської науково-

практичної інтернет-конференції Зб. наук. праць. Переяслав-Хмельницький, 2018. Вип. 46. С. 243-246.

45. Левицька Л. А. Ціннісні орієнтації як запорука життєвого успіху особистості. *Психологія національної безпеки і благополуччя особистості*: тези І Міжнародної науково-практичної конференції, 14-15 березня 2019 р. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 94-96.

46. Левицька Л. А. Психолого-педагогічні проблеми соціалізації особистості в сучасних умовах: *матеріали міжнародної науково- практичної конференції,* м. Київ, 1 березня 2019 р. Київ: Таврійський національний університет імені В. І .Вернадського, 2019. С.16-19.

47. Левицька Л. А. Технології формування ціннісних орієнтацій студентської молоді. *Сучасні тенденції та фактори розвитку педагогічних та психологічних наук*: матеріали міжнародної науково- практичної конференції (м. Київ, Україна, 1-2 лютого 2019 року). Київ: ГО «Київська наукова організація педагогіки та психології», 2019. Ч.1. С.18- 22.

48. Левицька Л. А. Фахові компетенції як засіб формування ціннісних орієнтацій студентської молоді в закладах вищої освіти. *Педагогіка і психологія сьогодення: теорія та практика*: збірник наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (18-19 січня 2019 р., м. Одеса). Одеса: ГО «Південна фундація педагогіки», 2018. Ч.2. С. 41-44.

49. Левицька Л. А. Професійні цінності у формуванні педагогічної культури педагога професійного навчання. *Педагог постіндустріального суспільства: компетентність, культура, професіоналізм: м*атеріали науково-практичного семінару / Відп. ред. Волобуєва С.В., наук. ред. Бахтіярова Х.Ш. Київ: НТУ, 2018. С. 44-47.

50. Марушкевич А. А., Кузьменко Н. М., Плахотнік О. В., Спіцин Є. С., Жиленко М. В. Професійно-педагогічна компетентність науково- педагогічного працівника: навч. посіб. / за заг. ред. А. А. Марушкевич. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2017. 112 с.

51. Марушкевич А. А. Підготовка фахівців конкурентоспроможного рівня у ВНЗ України. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. № 2 (27). Т. 2. Київ: Логос, 2015. С. 38-45.

52. Маслоу А. Г. Мотивация и личность/ А.Г. Маслоу.– СПб.: Евразия, 1999. –480 с.

53. Международная федерация коучинга / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://erickson.ru/coaching/icf.php

54. Мельничук І. М. Формування професійної ідентичності майбутніх фахівців як педагогічна проблема. *Науковий вісник Мукачівського державного університету, Серія: «Педагогіка та психологія».* Мукачево :2015 Випуск 1 (1). С.92-96.

55. Москаленко А. М. Концепція формування професійної етики як умова оволодіння ціннісно-етичною культурою. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки:* збірник наукових праць. Київ: Логос, 2014. Вип. 22. С. 185-193.

56. Музичко Л. Формування професійної ідентичності як освітнє завдання вищої школи/ Л. Музичко / Університетська кафедра. - 2017. - № 6. - С. 231-242. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukaf_2017_6_22

57. Назаркін П. О. Корпоративна культура сучасного університету як фактор формування культурного капіталу його випускників / *Класичний університет у контексті викликів епохи.* – К., 2016. – С. 273-276.

58. Наказ Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства від 23.03.2021 № 610 – професійний стандарт на групу професій «Викладачі закладів вищої освіти». Режим доступу : https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/standarty/2021/03/25/Standart%20na%20hrupu%20profesiy_Vykladachi%20zakladiv%20vyshchoyi%20osvity_25.03.pdf

59. Наконечна Н. В. Організаційна культура як соціально – психологічне явище / Н.В. Наконечна / *Вісник післядипломної освіти ДВНЗ університет менеджменту освіти.* – К., 2015. – С.111–121.

60. Наконечна Н. В. Організаційна культура в діяльності сучасного Університету / Н.В. Наконечна / Тези міжнародної науково-практичної конференції «Економічна теорія та освіта XXI століття» (25 вересня 2015 року, м. Київ). – С. 34–55.

61. Неперервна професійна освіта: філософія, педагогічні парадигми, прогноз : монографія / В. П. Андрущенко, І. А. Зязюн, В. Г. Кремень, С. Д. Максименко, Н. Г. Ничкало, С. О. Сисоєва, Я. В. Цехмістер, О. В. Чалий ; за ред. В. Г. Кременя. – К. : Наукова думка, 2003. – 853 с.

62. Ніколаєнко Н. М. Корпоративна культура закладу вищої освіти і комунікація / Н. М. Ніколаєнко /Слобожанський гуманітарій – 2019 : матеріали Всеукр. наук.-метод. конф., 29 березня 2019 р., Харків. - Харків, 2019. – С. 103-112.

63. Основи сучасної філософії освіти : навчальний посібник / В. П. Андрущенко, Д. І. Дзвінчук / Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова ; Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу. – Київ–Івано-Франківськ : Місто НВ, 2009. – 456 с.

64. Парслоу Э. Коучинг в обучении: практические методы и техники / Э. Парслоу, М. Рэй. – СПб.: Питер, 2003. – 203 с .

65. Педагогіка вищої школи: хрестоматія / В. А. Бугров, А. А. Марушкевич, Є. С. Спіцин – К. : ВПЦ "Київський університет", 2016. – 544 с.

66. Поберезька Г. Г. Коучинг як педагогічна технологія студентоцентричного навчання у ВНЗ / Г. Г. Поберезська / Т*ехнологія і техніка друкарства.* - Вип. 4. 2017. С. 99–107. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Titd_2017_4_14

67. Поляк О. В. Напрями впровадження інноваційних освітніх технологій у вищих навчальних закладах. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогіка*. Випуск 1(5) 2017. С.67- 71.

68. Професійне вдосконалення – важлива умова модернізації освіти, формування суспільства знань / Єдність навчання і наукових досліджень –

головний принцип університету : матеріали звітно-наукової конференції викладачів університету за 2008 рік (5-6 лютого 2009 року) / Укл. Г. І. Волинка, О. О. Уваркіна, О. П. Симоненко, О. П. Ємельянова. – К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2009. – 264 с.

69. Пряжников Н. С. Профессиональное самоопределение. Теория и практика/ Н.С. Пряжников.– М.: Академия, 2008. –320 с.

70. Психологія вищої школи / О. І. Власова, В. А. Семиченко, С. Ю. Пащенко, Я. Г. Невідома / за ред. О. І. Власової : підручник. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2014. – 470 с.

71. Психологічні детермінанти розвитку організаційної культури : монографія [Електронний ресурс] / Л.М. Карамушка, О.В. Креденцер, К.В. Терещенко[та ін.] ; за ред. Л.М. Карамушки. – К.: Педагогічна думка, 2015. – 288 с. – Режим доступу: http://lib.iitta.gov.ua/10087/

72. Психологічні засади організаційного розвитку : монографія / За наук. ред. Л. М. Карамушки. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 206 с.

72. Психология тренинговой работы: Содержательные, организационные и методические аспекты ведения тренинговой группы / И.В. Вачков. — М.: Эксмо, 2007. — 416 с.

73. Рахманов О. А. Соціалізація та ідентифікація особистості у суспільстві : навч.-метод. комплекс / О.А. Рахманов. – К. : КНЕУ, 2017. – 27 с.

74. Резапкина, Г. В. Психология и выбор профессии. Программа предпрофильной подготовки/ Г.В. Резапкина.− М.: Генезис, 2010.

75. Розвиток порівняльної професійної педагогіки у контексті глобалізаційних та інтеграційних процесів: матеріали тез доп. VI міжнар. наук.-методол. семінару (18 трав. 2017 р.) / Ін-т педагогічної освіти і освіти дорослих НАПН України; Хмельницький національний ун-т ; за заг. ред Н. М. Авшенюк, Н. М. Бідюк. – Київ - Хмельницький: Термінова поліграфія, 2017. – 224 с.

76. Романов В. А. Коучинг-технология в тьюторском сопровождении учебно-профессиональной самореализации будущих специалистов / В. А.

Романов, В. Н. Кормакова / *Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки*. - 2012. - Вып.3.-С. 439-447.

77. Сидоренко В. В. Педагогічний коучинг як інноваційна технологія науковометодичного супроводу професійно-особистісного розвитку вчителя в системі післядипломної освіти / В.В. Сидоренко / *Наукова скарбниця освіти Донеччини.* – Донецьк. – 2014. – № 3 (14). – С. 13-19.

78. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти. – К.: Ленвіт, 2006. – 35 с.

79. Становлення ідентичності фахівця : [монографія] / Г. О. Балл, В. Л. Зливков, С. О. Копилов [та ін.] ; за ред. В. Л. Зливкова. — К.-Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2014. — 260 с .

80. Сущик Н. Система цінностей корпоративної культури закладів освіти / Н. Сущик, Н. Оксентюк / *Нова педагогічна думка.* - 2018. - № 4. - С. 30-33. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd_2018_4_11

81. Сьюпер Д. Психология труда. М.: Академический проект, 2007. 384 с.

82. Федорчук В. М. Тренінг особистісного зростання. [текст] : навч. посіб. / В. М. Федорчук – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 250 с.

83. Формування професіоналізму молоді в системі безперервної освіти. – Київ.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. – 138 с.

84. Черненко В. П., Кравченко К. В., Професійна ідентичність студентів старших курсів / *«Наука і освіта»*, №2-3, 2016 С. 191-195.

85. Шевчук С. П. Коучинг як метод навчання студентів у контексті реформування вищої освіти України / С. П. Шевчук, О. С. Шевчук / *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили "Києво-Могилянська академія".* Серія: Педагогіка. – 2016. – Т. 269, Вип. 257. – С. 62-65. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchduped_2016_269_257_13

86. Шнейдер Л. Б. Личностная, гендерная и профессиональная идентичность: теория и методы диагностики. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. – 128 с .

87. Adams R, Martin S, Boom K University culture and sustainability: designing and implementing an enabling framework. J Clean Prod. 2018. S. 434–445.

88. Biswas-Diener R., Dean B. Positive psychology coaching: Putting the science of happiness to work for your clients. N.Y.: John Wiley & Sons, 2007.

89. Brovko K. A., Ternopilska V. I. Corporate culture of personality: psychological aspects // Topical issues of contemporary science: Collection of scientific articles. – C.E.I.M., Valencia, Venezuela, 2017. “PP.176–178.

90. Caza, B. B., Creary, S. J. (2016). The construction of professional identity [Electronic version]. Retrieved [insert date], from Cornell University, SHA School site: http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/878

91. Corporate culture Uniwersity of Harward : https://www.harvard.edu/search/?q_as=corporate%20culture

92. Corporate culture Uniwersity of Barcelona : https://www.ub.edu/web/portal/en/the-ub/the-university/about-the-ub/

93. Ishchuk, O. V. The organizational culture of the institution of higer education: Psychologikal reseach/ *Організаційна психологія. Економічна психологія.* № 4 (7). Київ 2016 С.61-68.

94. Menéndez-Varela, J. L.; Grigori-Giralt, E. La construcción de la identidad profesional de estudiantes universitarios de arte a través de proyectos de aprendizaje-servicio. Arte, Individuo y Sociedad 29 (3), Barcelona, 2017. P. 417-443.

95. Spitsyn Y S. Paragraph: Problems of organization of research work of students in a modern university. Problems of modern didactics in higher and secondary schools: monograph.Saarbrücken, Deutschland / Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2017. PP.110-127.

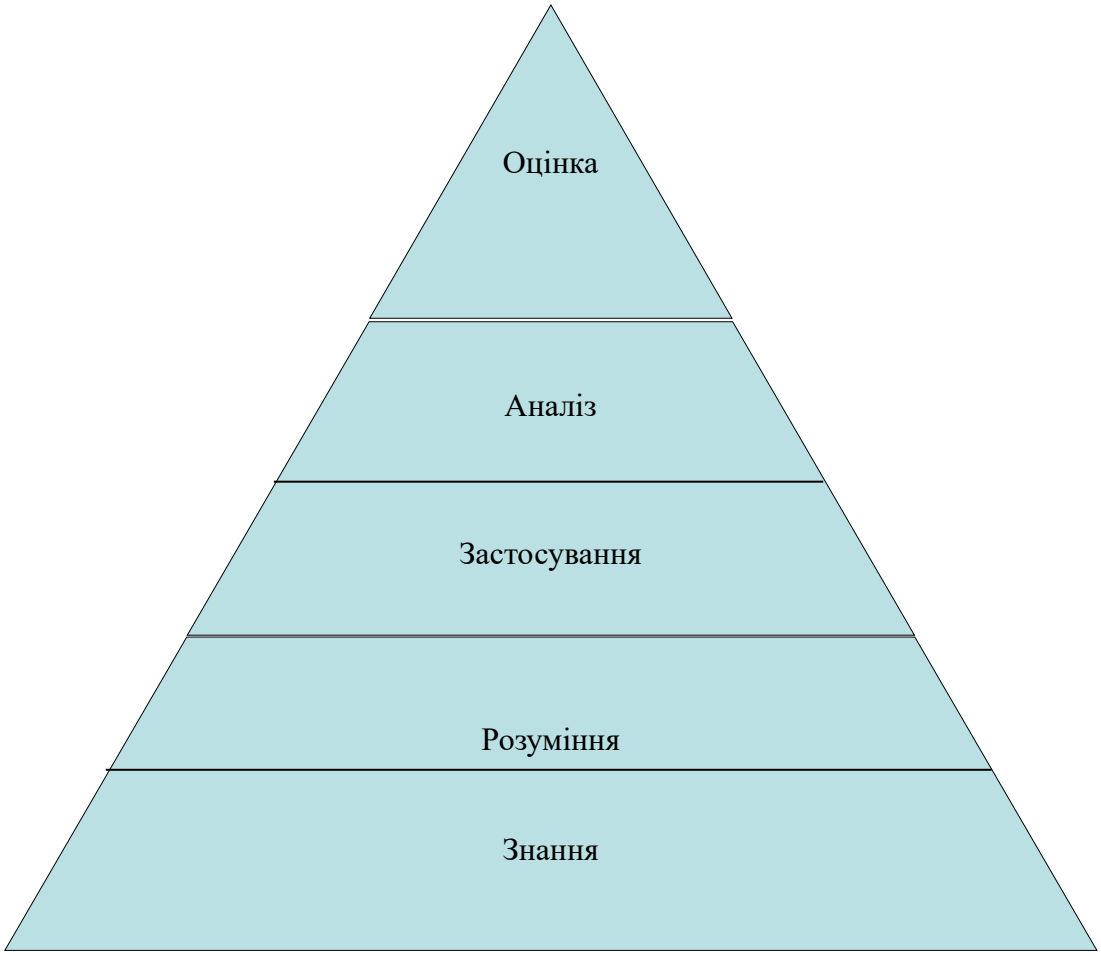
96. Sułkowski Ł., Seliga R., Woźniak A. Kultura organizacyjna i zarządzanie uczelnią z punktu widzenia systemu zapewniania jakości w Polsce, [w:] Przedsiębiorczość i Zarządzanie, Marketing w rozwoju innowacyjności, Tom XVII,

Zeszyt 9, część III. Wydawnictwo Społeczna Akademia Nauk, Łódź-Warszawa, 2016. ss. 221-233.

ДОДАТКИ

Додаток А

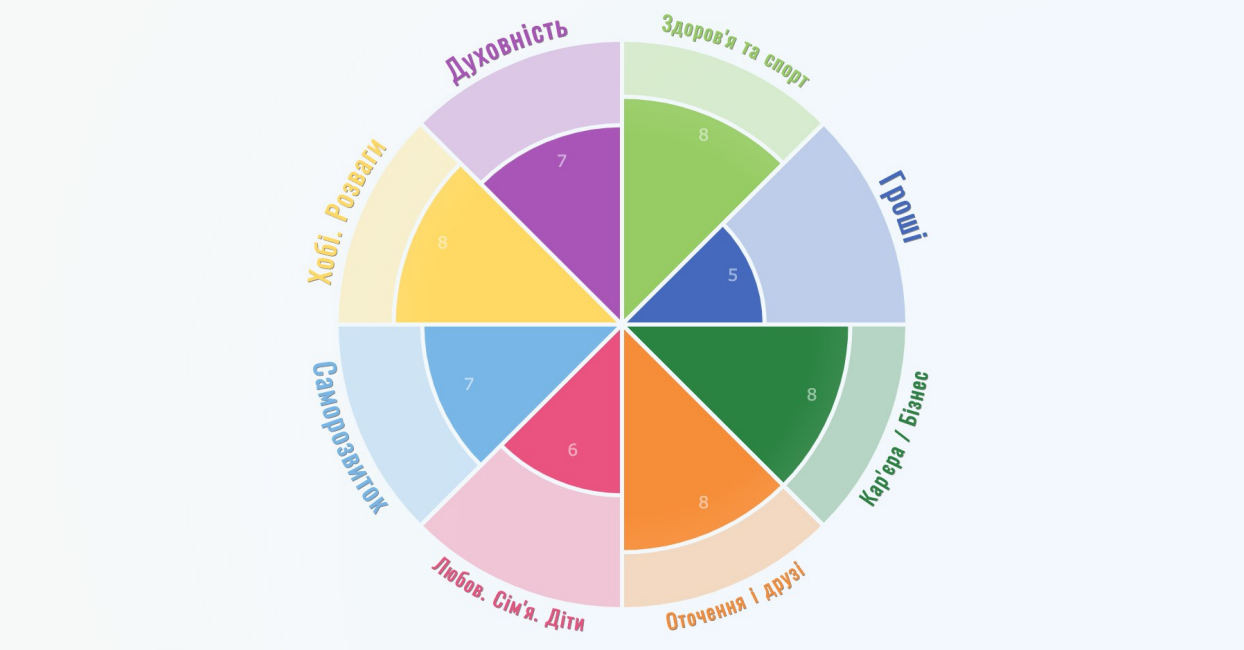
“Схема формування мого професійного інтересу”



Додаток Б

Піраміда логічних рівнів Р. Ділтса

№	Рівень	Значення	Інтерпретація
9	Місія	В ім'я чого?	Перебуває за рамками особистих інтересів і ролі. Є присутнім у контексті зовнішнього світу.
8	Смисл	Навіщо? Заради кого?	Завжди особистий.
7	Ідентичність	Хто я такий?	Уявлення про себе.
6	Цінності	Заради чого?	Особистий вибір, психологічна норма для себе, важливість для себе.
5	Переконання	Як правильно?	Соціальні, моральні, етичні норми.
4	Мета	Для чого?	Мої результати.
3	Здібності	Як і що можу?	Як я це роблю?
2	Поведінка	Що роблю?	На що спрямована моя активність?
1	Оточення	Що? Хто? Де?	Що волію бачити навколо себе?

Додаток В

“Колесо життєвого балансу”