

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ: ПИТАННЯ АДАПТАЦІЇ ТА ІНТЕГРАЦІЇ СТУДЕНТІВ В ОСВІТНІЙ ПРОСТІР ЗВО

Популяризація лабораторії швидкісних автомобілів хнаду як чинник корпоративної культури

Бугаєвська Ю.В.

*кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри українознавства*

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

м. Харків, Україна

e-mail: bugaevskaylia@ukr.net

Професійне становлення особистості розпочинається ще під час її навчання у вищій школі. Тому виникає можливість у процесі здійснення професійної підготовки поступово залучати майбутніх фахівців до опанування визначеними нормами, правилами, цінностями, що складають підґрунтя корпоративної культури представників конкретної професії.

Науково-технічний прогрес і підвищення вимог до підготовки майбутніх фахівців теж вимагає від вищих навчальних закладів змінення акценту своєї діяльності та використання нових методів організації навчання студентів, поліпшення їхньої підготовки до трудової діяльності в нових умовах, засвоєння ними різних аспектів корпоративної культури своєї професійної спільноти.

За допомогою щоденної діяльності, фізичного простору та формальних декларацій нові студенти й викладачі засвоюють сенс корпоративної культури організації, до якої вони вступили. Найпомітніші процеси повсякденної

діяльності надають роботі навчального закладу більш передбачуваний та організований характер, усуваючи неточності та неясності.

Усе це сприяє формуванню у працівників уявлення про форми й методи виконання своїх професійних обов'язків, надає зразки для коригування своєї поведінки.

У свою чергу, це вимагає від закладу освіти розробки двох основних стратегій: зовнішньої, що забезпечує його презентабельність, зміцнення позитивного іміджу, та внутрішньої, що спрямована на підтримання висококультурних зразків фахової діяльності та прояву професійної етики.

Про сформованість у ЗВО корпоративної культури свідчить наявність у ньому:

- сукупності сталих переконань, цінностей, прийнятого кодексу правил поведінки, ритуалів, які поділяють всі студенти та працівники освітнього закладу;

- стабільності духовного та матеріального життя колективу, досягнень визначених стандартів якості всіх видів роботи;

- чітко визначеної системи матеріальних і духовних цінностей, специфічних проявів, що відбивають особливості конкретного ЗВО та його імідж тощо.

Корпоративна культура навчального закладу проявляється також у забезпеченні спрямованості зусиль усіх співробітників на організацію ефективної спільної діяльності та реалізацію його місії через засвоєння професійних (корпоративних) цінностей і норм, інтеріоризацію (прийняття) цілей, стратегії та засобів її здійснення. Особливо важливою корпоративною цінністю ЗВО є належність до членства в ньому, відчуття у студентів, викладачів та інших працівників гордості за нього.

На сьогоднішня ХНАДУ – єдиний заклад вищої освіти України, де діє унікальна лабораторія з конструювання, виготовлення та експлуатації спеціальних автомобілів для автомобільного спорту, яка визнана національним

надбанням України. Створена вона була у 1953 році під назвою лабораторія швидкісних автомобілів (ЛША), на базі якої вже пізніше було засновано студентське проектно-конструкторське бюро, технічні й інноваційні розробки якого здобули світове визнання далеко за межами України.

Навчально-науково-випробувальну лабораторію швидкісних автомобілів імені В.К. Нікітіна Харківського національного автомобільно-дорожнього університету внесено до Державного реєстру наукових об'єктів.

У ЛША під керівництвом рекордсмена світу, заслуженого майстра спорту В.К. Нікітіна студентами було сконструйовано і виготовлено ціле сімейство рекордно-перегонових автомобілів, і більшість цих автомобілів унікальні за своїми конструкціями.

Тому важливим елементом корпоративної культури студентів ХНАДУ є збереження таких унікальних наукових об'єктів, а також популяризація ЛША, а найголовніше – інформування здобувачів освіти про українські моделі спортивних і перегонових автомобілів, що мають виняткове значення для вітчизняної та світової науки.

Це є пріоритетним завданням науково-педагогічного колективу всього університету, зокрема, надання інформації про історію створення та розвитку ЛША ХАДІ-ХНАДУ, досягнення та діяльність В.К. Нікітіна, а також проведення офлайн ознайомлювальних екскурсій до цієї лабораторії.

Досягнення лабораторії швидкісних автомобілів і на сьогодні працюють на імідж нашого університету, дають додаткову можливість майбутнім фахівцям відчувати гордість та прославляти свій навчальний заклад [1].

Корпоративна культура є не тільки підґрунтям для інтеграції всіх працівників вищого навчального закладу, зростання їхнього «емоційного тону», підвищення якості управління на всіх рівнях, але й поліпшення якості навчально-виховного процесу через розвиток соціально-професійної активності й корпоративної самосвідомості студентів і викладачів, стимулом для

активного впровадження інноваційних освітніх технологій, що позитивно впливає на професійну готовність майбутніх фахівців.

Корпоративна культура вищого навчального закладу диктує колективу відповідні норми та правила поведінки. До того ж, зведення цих норм і правил, стандарти взаємовідносин між співробітниками та керівництвом, як правило, задекларовані в ділових кодексах установи.

Процес формування у студентів корпоративної культури має займати гідне місце в навчально-виховному процесі сучасного ЗВО. Причому, випускник навчального закладу повинен, з одного боку, вміти швидко інтегруватися до робочого колективу тієї організації, куди він прийде працювати, опанувати його загальні цінності та норми, а з іншого – бути спроможним зберегти свою індивідуальну самобутність, не втратити своє «Я». Тому сформована у вищій школі корпоративна культура має стати певним підґрунтям для подальшого професійного й особистісного розвитку людини в межах певної професійної спільноти.

Національний концепт є духовно-ідеологічним чинником формування нації, а соціально-політичним чинником є національний статус, у якому втілюється самоствердження національної спільноти та процес реалізації національних засад, коли це проявляється як національний ідеал.

Як найважливіший компонент національної свідомості, національна концепція втілює національну форму суспільного розвитку як ідею, закладену в сутності нації.

Основною парадигмою національного виховання є пошук форм укорінення особистості в простір національної культури, форм самоопанування на основі національних традицій, загальнолюдських цінностей, культурно-історичного та соціально-політичного досвіду нації, форм самовдосконалення національної культури.

Включення людини у світ національної культури, а також культурноісторичний досвід народу є важливими засадами соціалізації

особистості та її національного виховання. Якщо національна ідея, що є символічним і змістовним відображенням національної думки, не спроектована на систему освіти та виховання, вона може втратити своє реальне підґрунтя.

Проникнення молодого покоління в сутність української національної ідеї можливе лише в умовах національної системи виховання, що передбачає засвоєння тих цінностей, з якими живе і розвивається українська нація. Водночас український національний концепт слід розглядати як ціннісну смислову доміную індивідуальної національної системи виховання.

Слід зазначити, що особистісні національні поняття ще певною мірою абстрактні, тобто в культурному вихованні чи виховній роботі вони мають бути опосередковані через конкретні й змістовні форми [2].

Загалом перед ЗВО постає важливе завдання щодо забезпечення виховання кожного студента як самостійної, відповідальної, ініціативної особистості, котра оволоділа основами корпоративної культури та здатна успішно розбудовувати свою професійну кар'єру. Оскільки такі випускники вищих навчальних закладів швидше адаптуються до умов роботи в організації, сучасні роботодавці саме їм віддають перевагу при прийомі на роботу.

У сучасних умовах реформування системи вищої професійної освіти основною її метою є підготовка висококваліфікованих, конкурентоспроможних на ринку праці фахівців, здатних ефективно виконувати свої професійні обов'язки. Успішність адаптації випускників ЗВО залежить не тільки від стану їхньої фахової готовності, але й готовності залучитися до корпоративної культури організації, де вони планують працювати після закінчення навчання. Як наслідок, професійна готовність майбутніх фахівців значною мірою визначається рівнем опанування ними основами корпоративної культури представників певної професії.

Формування корпоративної культури майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі у процесі професійної підготовки забезпечується технологією, що передбачає засвоєння студентами професійно необхідних знань, умінь,

особистісних якостей, а також визначених в обраній професійній діяльності цінностей, ідеалів та еталонів поведінки.

Отже, важливо відзначити, що не тільки в кожній окремій організації, але й у межах будь-якої конкретної професійної спільноти діють зумовлені специфікою професійної діяльності й посадовими обов'язками специфічні інваріанти провідних фахових цінностей, норм та правил ділової взаємодії між працівниками, які мають бути ними засвоєні. Це дозволяє говорити про корпоративну культуру представників окремої професійної галузі.

Література:

1. Нікуліна Н.В. Номенклатура перегонових автомобілів лабораторії швидкісних автомобілів ХНАДУ: історія і номінація. Proceedings of the 6th International Scientific and Practical Conference «Scientific Paradigm in the Context of Technologies and Society Development» (November 26-28, 2023). Geneva, Switzerland. С. 174-178.
2. Давидова М. Національно-патріотичне виховання в умовах сьогоденних викликів. Традиційна культура в умовах глобалізації: проєкти та ініціативи розвитку і популяризація: збірник матеріалів науково-практичної конференції з міжнародною участю. 28-29 червня 2024 року. Харків. С. 45-49.

Роль викладача в активізації самостійної роботи студентів

Ланова І.В.

*викладачка кафедри професійної та соціально-гуманітарної освіти
Криворізький національний університет
м. Кривий Ріг, Україна
e-mail: lanovaya@ukr.net*

Наша держава потребує активних і творчих спеціалістів, які, по-перше, мали б ґрунтовну теоретичну й практичну підготовку з обраного фаху, по-друге, були б спроможні самостійно приймати рішення, пов'язані з професійною діяльністю, а отже, створювати власними силами нові цінності. Кожний молодий спеціаліст має бути готовим до неперервної самоосвіти, до постійного оновлення своїх знань, уміти адаптуватися до змін і навіть корегувати свою професійну діяльність.