**Мотивація та стимуляція пізнавальної активності студентів через тематичні екскурсії на спеціалізовані підприємства як засобу формування професійної компетенції взагалі і мовленнєвої зокрема**

***Василенко І.Л.***

***Відокремлений структурний підрозділ «Краматорський фаховий коледж***

***Донецького національного університету економіки і торгівлі***

***імені Михайла Туган-Барановського»***

***м. Краматорськ, Донецька обл., Україна***

Досліджено основні аспекти щодо мотивації та стимуляції пізнавальної активності студентів через тематичні екскурсії на спеціалізовані підприємства як засобу формування професійної компетенції взагалі і мовленнєвої зокрема.

**Ключові слова:** мотивація та стимуляція пізнавальної активності, спеціалізовані підприємства, профорієнтація, конкурентоспроможність, активізація пізнавальної діяльності, професійної компетенції.

**Актуальність теми дослідження**

Проблема професійного самовизначення особистості належить до розряду актуальних і живих проблем сучасної соціальної теорії і практики. Активні форми профорієнтації з інтерактивними аспектами допомагають формувати компетентну та високопрофесійну особистість, здатну до конкуренції та самостійності.

**Мета дослідження:**

Визначити доцільність мотивації та стимуляції пізнавальної активності студентів через тематичні екскурсії на спеціалізовані підприємства як засобу формування професійної компетенції взагалі і мовленнєвої зокрема.

**Виклад основного матеріалу дослідження:**

Карл Краус – видатний публіцист, письменник і унікальна фігура австро-угорської культури початку ХХ століття сказав, що «освіта – це те, що більшість отримує, багато хто її передає і лише деякі мають її» [3, с.4]. Сучасна педагогічна література і популярна періодика щодо профорієнтаційної роботи в загальноосвітніх навчальних закладах, як правило, роблять наголос на необхідності профорієнтаційної роботи серед учнів шкіл, починаючи з восьмого – дев’ятого класів, пояснюючи дану вікову категорію як таку, що може обирати свідомо і більш-менш визначилася з напрямком майбутньої професійної діяльності.

У наказі «Про затвердження Положення про організацію професійної орієнтації населення» від 31.05.1995 № 27/169/79 зі змінами і доповненнями, внесеними наказом Міністерства праці та соціальної політики України, Міністерства освіти і науки України від 10 жовтня 2006 року № 375/692 наголошується, що «професійна орієнтація населення – це комплексна і науково обґрунтована система форм, методів та засобів впливу на особу з метою оптимізації її професійного самовизначення на основі врахування професійно важливих особистісних характеристик кожного індивідуума та потреб ринку праці» [2, с.12]. Конституція України у статті 53 гарантує кожному громадянину право на отримання безкоштовної освіти в тому числі і професійної [1, с. 24].

«Проблема професійного самовизначення особистості належить до розряду актуальних і вічно живих проблем сучасної соціальної теорії і практики. Це обумовлено тим, що кожне нове покоління, яке вступає в самостійне життя, намагається визначитись, обрати й освоїти професію, знайти себе, реалізувати в повсякденній практиці» [3, с. 9].

З точки зору законодавчої бази державою робиться все заради цілеспрямованого вибору професії її громадянином, адже підвищує соціальну і професійну мобільність трудового потенціалу особистості саме ефективне використання знань, умінь і професійних навичок працівника. А де вчорашній учень може набрати професійні навички, навіть вступивши до навчального закладу різного рівня акредитації і професійного спрямування? Не є таємницею, що досить великий процент студентів першого курсу зовсім не мріяли про ту спеціальність, на яку вони зараз вступили для отримання освіти. Задача навчального закладу утримати таких студентів, бо демографічна проблема, фінансова і багато інших ставлять навчальні заклади в умови необхідності збереження контингенту студентів заради існування навчального закладу. У першу чергу це стосується невеликих провінційних училищ, технікумів, коледжів серед яких велика конкуренція на ринку освіти. Саме конкуренція і бажання набору студентів сприяють появі нових креативних ідей щодо профорієнтаційної роботи. Адже профорієнтація не закінчується у стінах школи, вона продовжується у професійних навчальних закладах. Дослідники цього питання показують і вчать як правильно проводити профорієнтацію, як зацікавити абітурієнта саме своїм навчальним закладом і ніхто не акцентує увагу на тому, як утримати студента в стінах технікуму, коледжу, училища. Вважається, що досить пригрозити відрахуванням і студент почне навчатися.

У ВСП КФК ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського студенти навчаються за наступними спеціальностями: **«Товарознавство і комерційна діяльність», «Ресторанне обслуговування», «Технологія харчування», «Економіка підприємства». У світлі останніх подій у державі гостро постає питання набору студентів у зв’язку з кількістю і щільністю навчальних закладів Слов’янсько-Краматорського регіону. У таких складних умовах одним із складових цілого комплексу заходів виступає** профорієнтаційний проєкт, розроблений мною декілька років тому.

***Мета створення проєкту:*** Формування позитивного іміджу ВСП КФК ДонНУЕТ, посилення конкурентоспроможності працівника на ринку праці, а також:

1. Мотивація зацікавленості студентів до обраної спеціальності;
2. Професійне виховання;
3. Проведення поглибленої кураторської роботи;
4. Профорієнтаційна робота через мережу Інтернет;
5. Залучення нових студентів;
6. Досягнення ефективної зайнятості майбутнього фахівця сфери обслуговування;
7. Збереження контингенту студентів.

*Кількість учасників: від одного до безкінечності.*

*Термін виконання: від одного року до вдосконалення.*

*Засоби досягнення:*

1. Тематичні екскурсії на підприємства;
2. Збір інформації про підприємство і товар, який воно випускає (інформацію можна використовувати на конференціях з навчально-дослідної роботи студентів зі всіх спеціальностей);
3. Звітність у вигляді рекламно-інформаційного ролику: «Я фахівець, знаю, як це зроблено, і зможу це продати», «Я фахівець, і знаю, як це смачно приготувати»;
4. Розповсюдження рекламно-інформаційного матеріалу через сайт коледжу, Інтернет сторінки студентів груп та викладачів.

*Перспективні підприємства – партнери:*

1. Кондитерська фабрика «Лісова казка» (Харків).
2. Кондитерська фабрика «Конті» (Костянтинівка).
3. Підприємство «Артемсіль» (Соледар).
4. Завод шампанських вин (Артемівськ).
5. Коньячний завод Шустова (Одеса).
6. Фабрика халви, напоїв, насіння (Дружківка).
7. Хлібокомбінат (Дружківка, Слов’янськ).
8. Фабрика новорічних іграшок (Київ).
9. Салтовський м’ясокомбінат (Харків).
10. Торгівельна марка «Хортиця» (Запоріжжя).
11. Кухня Макдональдса (Харків, Київ тощо).
12. Виробництво шоколаду (Львів, Вінниця, Дніпро).
13. Осетрина ферма «Акватис» у Запоріжжі.
14. Консервний цех у Ізюмі.
15. Птахоферма в Дмитрівці Донецької області тощо.

*Поетапний план проєкту:*

1. Визначення підприємства та збір інформації про нього.
2. Інформаційний вихід на підприємство з метою організації групової тематичної екскурсії.
3. Організація студентських груп для екскурсії на підприємство.
4. Оброблення результатів і створення відеоролика.
5. Запуск відеоролика в систему мережі Інтернет через студентські акаунти та групи.
6. Викладення звітної профорієнтаційної інформації з відеороликом-рекламою на сайті КрКДонНУЕТ.

Проект працював успішно три роки до повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну. Основний акцент завжди робився на студентів першого курсу, адже давав можливість студентам ознайомитись зі спеціальністю через тематичну екскурсію, зацікавитися процесом в залежності від спрямованості підприємства не тільки зорово, а за допомогою органолептики (для технологів і товарознавців), це, в свою чергу, допомагало зрозуміти майбутню професію. Наприклад: на сайті коледжу за останні роки постійно йшло інформування про втілення в життя профорієнтаційного проекту. Студенти ВСП КФК ДонНУЕТ до початку війни відвідали кондитерську фабрику «Лісова казка» в Харкові, кондитерську фабрику «Конті» в Костянтинівці, кондитерську фабрику «Рошен» у Вінниці, підприємство «Артемсіль» у Соледарі, фабрику новорічних іграшок у Клавдієво-Тарасовому під Києвом, консервний цех у Ізюмі, осетрину ферму в Запоріжжі. Цікаво спостерігати за рефлексією студентів, адже багато хто ставить питання: «Це справді наша професія? Вона справді така цікава? І ми зможемо також працювати на подібних підприємствах?»

Відзначу, що при домовленостях щодо тематичних екскурсій на підприємства висувається вимога, щоб огляд для студентів проводив спеціаліст даної галузі тобто технолог, який зможе кваліфіковано і професійно відповісти на запитання студентів. Провідні спеціалісти робили огляд систем конкретного підприємства і це давало можливість студентам набирати словниковий запас своєї професії: соціально – економічні аспекти **створенням будь-якого господарства, економічні і бухгалтерські розрахунки при веденні бізнесу, ризики й особливості конкретної господарської діяльності, документальний супровід продукції, логістика, товар, підприємництво тощо.**

Так проходить професійна адаптація – один із важливих чинників становлення майбутнього фахівця. Комплексний характер, професійне спрямування, набуття словникового запасу професіоналізмів, рівні можливості для всіх студентів, розвиток соціально-економічної ініціативи, систематичність проведення профорієнтаційної роботи, майбутня зайнятість молодого фахівця – ось виконані задачі профорієнтаційного проекту.

**Література**

1. Конституція України від 28.06.1996. Відомості ВР 1996. – №30.
2. Наказ Міністерства праці України, Міністерства освіти України, Міністерства соціального захисту населення України від 31 травня 1995 року N 27/169/79  [зі змінами і доповненнями, внесеними наказом Міністерства праці та соціальної політики України, Міністерства освіти і науки України  від 10 жовтня 2006 року N 375/692](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/RE13038.html).
3. Яскал Л. Профорієнтація та професійна підготовка дітей //Україна: аспекти праці. - 2019. - № 8. - C. 9-13.