

ISSN 2307-9770



Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського
Інститут електромеханіки, енергозбереження і систем управління

eetecs.kdu.edu.ua

ІНЖЕНЕРНІ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Щоквартальний науково-практичний журнал

Тематичний випуск

*СУЧАСНА ВИЩА ОСВІТА:
реалії, проблеми, перспективи*

№ 3 (19) 2017

Чапюк Ю. С.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ 79

Беспарточна О. І., Шиманська Я. В., Титюк П.

ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФІЛОЛОГІВ-ПЕРЕКЛАДАЧІВ 84

Бровко К. А.

ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ УНІВЕРСИТЕТУ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ 90

Губачов О. І.

ФУНДАМЕНТАЛІЗАЦІЯ ЗМІСТУ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ У БАГАТОПРОФІЛЬНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ 97

Загородня А. А.

МОДЕЛІ НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ ТА РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА 103

Макхулі І.

СТРУКТУРА ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ДО РОБОТИ В ШКОЛАХ НАЦІОНАЛЬНИХ МЕНШИН 110

Мартиненко М. Ю.

СУЧАСНІ ВИМОГИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ (АНГЛІЙСЬКА МОВА) 117

Поясок Т. Б., Зюман Г. Ю.

ДІАЛОГІЧНЕ СПІЛКУВАННЯ ЯК ОСНОВА ІНТЕРАКТИВНОГО НАВЧАННЯ У ВИЩІЙ ШКОЛІ 124

Сошенко С. М., Шмельова А. С.

ПРАВОВІ АСПЕКТИ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УЧАСНИКІВ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ЗА АКАДЕМІЧНІ ПРАВОПОРУШЕННЯ 132

Ярощук Л. Г.

ОСНОВИ ПЕДАГОГІЧНИХ ВИМІРЮВАНЬ І МОНІТОРИНГУ ЯКОСТІ ОСВІТИ: КРИТЕРІАЛЬНО-ЗОРІЄНТОВАНИЙ ТЕСТ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ МАГІСТРІВ: ПРАВИЛА СТВОРЕННЯ І ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ 138

Сізова К. Л., Алексеєнко Н. М.

РОБОТА З МЕДІАКОНТЕНТОМ З МЕТОЮ ФОРМУВАННЯ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ 144

УДК 378:37.013.43

Бровко К. А.

Київський університет імені Бориса Грінченка, Київ

**ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ УНІВЕРСИТЕТУ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ
КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ**

У статті розкрито сутність понять «освітнє середовище університету», «корпоративна культура», «корпоративна культура особистості». Визначено значення корпоративних цінностей та позитивного іміджу організації, для формування корпоративної культури її членів. Окреслено ефективні умови процесу формування корпоративної культури особистості. Охарактеризовано такі фактори впливу на формування корпоративної культури особистості, як деструктивний, конструктивний, тотальної уніфікації та деіндивідуалізації. Визначено загальну мету формування корпоративної культури. Проаналізовано форми активної діяльності студентської молоді у формуванні корпоративної культури особистості. Наведено перелік навчальних дисциплін, що сприяють ефективному формуванню корпоративної культури студентів. Представлено інформацію щодо діяльності Київського університету імені Бориса Грінченка у напрямі означеної проблеми дослідження. Виявлено форми, методи, засоби формування корпоративної культури студентської молоді.

Ключові слова: корпоративна культура, особистість, студентська молодь, університет.

Бровко Е. А.

Киевский университет имени Бориса Гринченко, Киев

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА УНИВЕРСИТЕТА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ
КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ**

В статье раскрыта сущность понятий «образовательная среда университета», «корпоративная культура», «корпоративная культура личности». Определено значение формирования корпоративных ценностей и позитивного имиджа организации, как функциональной направленности корпоративной культуры. Определены эффективные условия и важные аспекты процесса формирования корпоративной культуры личности. Охарактеризованы такие факторы влияния на формирование корпоративной культуры личности, как деструктивный, конструктивный, тотальной унификации и деиндивидуализации. Определена общая цель корпоративной культуры. Проанализированы формы активной деятельности студенческой молодежи в формировании корпоративной культуры личности. Приведен перечень учебных дисциплин, способствующих эффективному формированию корпоративной культуры студентов. Представлена информация относительно деятельности Киевского университета имени Бориса Гринченко в направлении данной проблемы исследования. Определены формы, методы, средства формирования корпоративной культуры студенческой молодежи.

Ключевые слова: корпоративная культура, личность, студенческая молодежь, университет.

АКТУАЛЬНІСТЬ РОБОТИ. Важливою складовою процесу професійно-особистісного становлення студента є освітнє середовище університету, в якому він виступає суб'єктом власного професійного зростання.

Одним із факторів впливу на процес ефективного професійного зростання студентської молоді є корпоративна культура, в основі якої закладені норми, правила, культура поведінки та міжособистісних відносин суб'єктів освітнього процесу.

На сьогодні університети готують не лише майбутніх фахівців з певної професії, але й навчають їх нести відповідальність за власні слова та вчинки, а також будувати гармонійні стосунки.

Саме тому, нагальною стає потреба у формуванні духовної, культурної та морально освіченої особистості, як на національному, так і на загальнонародському рівнях. Адже саме університет є інструментом трансляції культури, де виробляються і поширюються соціокультурні, корпоративні цінності, формується досвід партнерської взаємодії, лідерства-служіння.

Усе вищесказане безперечно, активізує проблему формування корпоративної культури студентської молоді у освітньому середовищі університету.

МАТЕРІАЛ І РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ. Специфіку освітнього середовища університету відображено у працях Д. Беляєва, В. Бочарової, Ю. Бродського, М. Братко, Н. Вьюнової, А. Каташова, В. Петровського, П. Семенова, М. Скаткіна, В. Слободчикова та ін. Корпоративну культуру особистості у своїх працях досліджували О. Віханський, М. Дмитренко, В. Зоріна, С. Ковалевський, Л. Кошева, Є. Кузьмін, Б. Ломов, Л. Орбан-Лембрик, Т. Немченко, Т. Чернишова та ін.

Освітнє середовище університету ми розглядаємо, як сукупність духовно-моральних, матеріальних, економічних умов його функціонування, які забезпечують саморозвиток, самореалізацію та самоорганізацію майбутнього фахівця.

Ефективна діяльність університету, проектування її нових стратегічних напрямів стане можливим завдяки розвинутій корпоративній культурі викладачів і студентів.

Відтак поняття «корпоративна культура» пов'язане з формуванням світоглядної постіндустріальної парадигми, згідно якої культура розглядається як чинник, що визначає поточні соціально-економічні трансформації, які здійснюються в культурі й через культуру.

Корпоративну культуру варто трактувати як систему спільних переконань, вірувань, цінностей, що слугує спрямуванням щодо підтримки корпоративної поведінки особистості.

Значної уваги в аспекті даної проблеми, заслуговують погляди М. Дмитренка, який в межах філософської науки пояснює корпоративну культуру особистості як професійну самореалізацію людини, здатність до самоконтролю і самодисципліни, навичок соціальної адаптації, які прищеплюють почуття відповідальності, дотримання правил етикету і культури спілкування [1, с. 361]. Корпоративну культуру особистості окреслюємо також як сукупність стратегічних цінностей, які підтримуються членами певної організації для досягнення спільної мети.

У культурології корпоративна культура трактується як нова (посторганізаційна) форма культури, яка з'являється в якості стратегічного напрямку сучасних партнерських соціально-трудових відносин, корпоративної (консолідуєчої) поведінки ключових соціальних сил капіталу, праці і держави [3, с. 4].

Н. Могутнова відзначає, що корпоративну культуру слід інтерпретувати як систему цінностей і уявлень, що задає організація своїм учасникам [4].

У цьому контексті важливою є думка В. Фралінгера та В. Олсона, які розглядають корпоративну культуру як домінуючий внутрішній об'єднуючий фактор, який регламентує цінності університету [10].

Корпоративну культуру варто трактувати як систему спільних переконань, вірувань, цінностей, що слугує спрямуванням щодо підтримки корпоративної поведінки особистості.

В. Шаполова відзначає, що корпоративна культура має таку функціональну спрямованість:

1) формування корпоративних цінностей спрямоване на створення й підтримку у студентів почуття причетності до спільної діяльності, що надає їй сенсу. Ядром корпоративної культури є цінності, на основі яких виробляються норми і форми поведінки в освітній установі, а результатом - стабільність, стійкість на певний термін її функціонування.

Саме від них залежить згуртованість учасників освітнього процесу, формування єдності поглядів та дій на забезпечення досягнення спільних цілей університету;

2) формування позитивного іміджу організації виявляється в тому, що організація сприймається певним чином як зовнішнім, так і внутрішнім середовищем. Результатом реалізації цієї функції стає якісне покращення діяльності організації завдяки створенню її філософії, в якій відображається роль освітньої установи в умовах сучасності та орієнтації на майбутнє, а також зв'язок з національними ідеями, стратегічна мета і завдання [7].

Ефективними умовами процесу формування корпоративної культури особистості виступають: усвідомлення індивідом потреби у корпоративній культурі; методичне забезпечення процесу формування корпоративної культури особистості; безперервність та послідовність процесу формування корпоративної культури; ефективність взаємодії суб'єктів організації; самореалізація особистості через громадську роботу в межах організації [9, с. 176]. При цьому важливим аспектом є створення гармонійної суб'єкт-суб'єктної взаємодії членів організації, врахування індивідуально-психологічних особливостей, якостей особистості (впевненість у собі та своїх можливостях, дисциплінованість, практичний досвід, гнучкість мислення, стресостійкість, організаторські, комунікативні здібності, творчий потенціал, уміння працювати в команді, лідерські якості, самоадаптація).

Не менш важливими є також фактори впливу на формування корпоративної культури особистості. В діяльності окремої організації існують деструктивний, конструктивний вплив, тотальна уніфікація та деіндивідуалізація.

«Деструктивний вплив» виявляється у слабкому тиску корпоративної культури організації на культуру особистості. У даному випадку відзначається низький рівень організації упорядкування відносин, координації й контролю, що у свою чергу стає підґрунтям для повної автономії кожного члена організації, спрямовуючи його до задоволення лише власних цілей та інтересів.

Натомість, «конструктивний вплив» корпоративної культури на особистість забезпечує задоволення особистісних потреб та інтересів кожного члена організації, відносно високу лояльність один до одного. Означений вплив має й негативні наслідки, а саме зниження трудової мобільності. Відтак, як наслідок, виникає певна тривожність відносно змін у структурі організації.

Наступним проявом впливу є «партисипація». Вона характеризується командною взаємодією особистості та організації, де кожен прагне в максимальній мірі реалізувати індивідуальні здібності для досягнення загальної мети. «Тотальна уніфікація» є наслідком надмірного впливу, яка відбувається на фізичному, емоційному та когнітивному рівнях.

Організація звільняє особистість від необхідності критичної рефлексії, забезпечуючи її інструкціями, нормами, правилами, й традиціями, що призводить до виснаження творчого потенціалу індивідів й підриває саму можливість формулювання, розгляду та прийняття альтернатив [2, с. 10].

«Деіндивідуалізація» особистості полягає у нав'язуванні та примусовому переконанні. В організації з означеним типом тиску все і завжди вирішує тільки одна високопоставлена людина. Як наслідок особистість потрапляє в абсолютну психічну залежність та втрачає свою індивідуальність, через поглинання її корпоративною культурою [8, с. 251].

Зазначимо, що найбільш ефективним вбачається конструктивний вплив на особистість членів організації та створення в організації позитивного соціально-психологічного клімату для об'єднання усіх в єдину команду.

Формування корпоративної культури студентської молоді буде результативним тоді, коли буде пронизувати всі сфери та види діяльності студентів.

В межах університету корпоративної культури може відбуватися не тільки освітню та виховну роботу, але й через ознайомлення з підручниками, новими програмами та за допомогою різних форм організації навчання.

Про організації виховного процесу слід виходити з того, що особистість наставника групи, стиль його спілкування зі студентами є одним із визначальних факторів створення сприятливого емоційного фону у студентському середовищі. Від здатності куратора налагоджувати у взаємодії зі студентами емоційно відверті, комфортні, емпатійні стосунки суттєвим чином залежить виховний потенціал його педагогічної діяльності [6, с.141].

Вищі навчальні заклади за своїм статусом зобов'язані професійно готувати не тільки дипломованих спеціалістів, а й виховувати всебічно й гармонійно розвинених громадян, підготовлених до соціальної та професійної діяльності в сучасному суспільстві, громадян, здатних примножувати його цінності. З огляду на це, акцент слід робити на формуванні у студентів насамперед духовно-моральних якостей як домінуючих для становлення майбутнього фахівця [5, с. 3].

Ефективному формуванню корпоративної культури студентів слугує вивчення таких навчальних дисциплін як-от «Корпоративна культура»; «Організаційна культура»; «Корпоративне управління»; «Менеджмент організацій»; «Культурологія»; «Тренінг розвитку комунікативної компетентності майбутніх викладачів вищих навчальних закладів»; «Педагогічна майстерність»; «Педагогічна технологія»; «Управління персоналом»; «Менеджмент»; «Психологія спілкування»; «Психологія лідерства»; «Основи публічної майстерності та лідерства»; «Теорія та практика лідерства»; «Комунікаційний менеджмент»; «Психологія особистості»; «Лідерство та стилі керівництва»; «Університетські студії» та ін.

Слід зазначити, що освітня діяльність студентів є процесом їх особистісно-орієнтованої реалізації, що надає змогу студентам вдосконалити або розвинути свої моральні та професійні навички, а також реалізувати свій внутрішній потенціал і задовольнити потреби.

Робота щодо формування корпоративної культури студентів в межах діяльності Київського університету Грінченка відбувається у межах не тільки освітньої та науково-дослідної діяльності, але й під час проходження магістрами другого року навчання, спеціальності «Педагогіка вищої школи», музейної практики.

Ефективність корпоративної культури студентів під час проходження музейної практики зумовлена тим, що в процесі організації комплексного та системного впливу різноманітних факторів в усіх видах діяльності, посилюється увага до виховної роботи, яка має охоплювати всі сторони формування особистості студента, а також до єдиного корпоративного об'єднувального елементу корпоративної культури університету - наукової спадщини Бориса Дмитровича Грінченка.

Студенти перших курсів усіх спеціальностей проходять подібну практику в межах вивчення обов'язкового курсу «Вступ до спеціальності», де вони також відвідують меморіальний музей присвячений пам'яті Бориса Грінченка та ознайомлюються з основними елементами корпоративної культури університету.

Ще однією особливою частиною корпоративної культури Київського університету імені Бориса Грінченка є встановлення культурних зв'язків з іншими європейськими університетами. Він підтримує міжнародні контакти в рамках міжнародних освітніх програм і наукових досліджень та програм розвитку.

В університеті з метою обміну досвідом проходять міжнародні зустрічі з представниками країн Європи, такі як «Асоціація з Європейським Союзом: зарубіжний досвід для України», а також міжнародний обмін студентами, що можна побачити на прикладі програмах обміну «Дії Марії Складовської Кюрі» у рамках програми «Горизонт 2020», «CampusFrance», «Erasmus +», «ТемпусELITE – Education for Leadership, Intelligence and Talent Encouraging», а також «Програми імені Фулбрайта в Україні».

Не менш важливим чинником формування корпоративної культури студентської молоді є підписання договорів про міжнародне співробітництво з вищими навчальними закладами Польщі, США, Канади, Іспанії, Італії та ряду інших країн, які сприяють мобільності студентів та академічного персоналу, а також активізації співробітництва в галузі досліджень та розвитку. Крім того, студенти мають можливість поглиблювати свої знання через відвідування зустрічей, лекцій та семінарів відомих зарубіжних науковців, адже міжнародні контакти розширюють світогляд, дозволяють зрозуміти подібності і відмінності між культурами.

Серед засобів формування корпоративної культури студентів слід виокремити такі як: робота органів студентського самоврядування, робота клубів, гуртків, секцій, науково-практичних конференцій, круглих столів.

Не менш важливими заходами які проходять в межах університету ім. Б. Грінченка та сприяють формування корпоративної культури особистості є робота наукових гуртків, серед них «Формування навичок саморегуляції», Студентський науковий гурток «Світогляд», «Студентська наукова студія професійного зростання «Я - Ефективний», «Ключ до істини» та ін., в основі яких покладено завдання оволодіння студентами методами пошуку душевної рівноваги, норм етичного, морального ставлення до людей та навколишнього світу.

Також в межах університету проходять різноманітні науково-практичні конференції, тренінги, круглі столи, які присвячено проблемі лідерства-служіння. Такі, як міжнародний круглий стіл «Врядування, лідерство та управління у вищій школі», щорічна міжнародна науково-практична конференція «Університет і лідерство», тренінг «Лідерство та активна життєва позиція», тренінг «Лідерство-служіння» та ін.

Слід підкресли, що завчасне звертання до цих питань зможе надати відповіді щодо способу дій формування корпоративної культури серед студентської молоді, які мають відбуватися в межах університету.

Освітня стратегія вищих навчальних закладів передбачає опору на педагогіку співробітництва, повагу до особистості кожного окремого студента. Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету має відбуватися шляхом взаємодії між всіма учасниками освітнього процесу. За таких умов відбувається взаємне збагачення досвіду корпоративної культури, що створює емоційно-інтелектуальну та моральну царину, на основі якої набувається позитивний досвід взаємин і спілкування.

Важливим завданням вищих навчальних закладів є така організація навчання та життєдіяльності студентів, що породжує ситуації, які спонукають до проявів корпоративної культури серед студентської молоді.

ВИСНОВКИ. Таким чином, процес формування корпоративної культури студентської молоді освітньому середовищі університету є доволі складним, довготривалим процесом. Серед ефективних умов слід виокремити усвідомлення індивідом потреби у корпоративній культурі; методичне забезпечення процесу формування корпоративної культури особистості; безперервність та послідовність процесу формування корпоративної культури; ефективність взаємодії суб'єктів організації; самореалізація особистості через громадську роботу в межах організації. Засобами формування корпоративної культури визначаємо роботу органів студентського самоврядування, роботу клубів, гуртків, секцій, науково-практичних конференцій, круглих столів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Дмитренко М. Й. Корпоративна культура у констеляціях пізнього модерну: філософсько-антропологічні експлорації [Текст] : автореф. дис... д-ра. філос. наук: 09.00.04 / М. Й. Дмитренко. – Х., 2014. – 31 с.

2. Лазарев С. В. Корпоративне культура і управління знаннями в організації [Текст] / С. В. Лазарев, М. С. Лазарев // Управління розвитком персоналу. – 2009. – № 2. – С.108 – 112.
3. Могильний А. П. Культура і особистість [Текст]/ А. П. Могильний. – К. : Вища школа, 2002. – 303 с.
4. Могутнова Н. Н. Корпоративная культура: понятия, подходы [Текст] / Н. Н. Могутнова // Социологические исследования. – 2005. – № 4. – С. 147.
5. Тернопільська В. І. Довідник з виховної роботи зі студентами [Текст] / В. І. Тернопільська, Т. В. Коломієць, І. О. Піонтківська. – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2014. – 264 с.
6. Тернопільська В. І. Підготовка куратора академічної групи до організаційно-виховної роботи зі студентами ВНЗ / В. І. Тернопільська // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 16 :Творча особистість учителя: проблеми теорії і практики. – 2012. – Вип. 17. – С. 140 – 143.
7. Шаполова В. В. Інтегрований зміст формування корпоративної культури майбутніх менеджерів як чинник підвищення якості професійної підготовки у ВНЗ / В. В. Шаполова // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – 2016. – Вип. 48. – С. 456 – 463.
8. Элвессон М. Организационная культура [Текст]/ М. Элвессон– Х.: Гуманитарный Центр, 2005. – 460 с.
9. Brovko K. A., Ternopil'ska V. I. Corporate culture of personality: psychological aspects // Topical issues of contemporary science: Collection of scientific articles. – С.Е.І.М., Valencia, Venezuela, 2017. – PP. 176 – 178.
10. Fralinger B. Organizational Culture At The University Level: A Study Using The OCAI Instrument / B. Fralinger, V. Olson // Journal of College Teaching and Learning. – 2007. – Vol. 4. – № 11. – P. 85 – 97.

Brovko K.

Borys Grinchenko Kyiv University, Kyiv

EDUCATIONAL ENVIRONMENT OF THE UNIVERSITY AS A FACTOR OF FORMING CORPORATE CULTURE OF STUDENT YOUTH

In the study the essence of the concepts «educational environment of the university», «corporate culture», «corporate culture of the personality» is disclosed. The importance of formation corporate values and positive image of the organization as a functional focus of corporate culture is determined. The effective conditions and important aspects of the process of formation of the corporate culture of the personality are determined. Such factors of influence on the formation of the corporate culture of the personality, as destructive, constructive, total unification and deindividualization are characterized. The general goal of corporate culture is defined. Forms of active activity of student youth in the formation of corporate culture of the personality are analyzed. The list of educational disciplines contributing to the effective formation of the corporate culture of students is given. Information concerning the activities of Borys Grinchenko Kiev University in the direction of this research problem is presented. Forms, methods, means of formation of corporate culture of student's youth are defined.

Key words: corporate culture, personality, student youth, university.

REFERENCES

1. Dmytrenko, M.Y. (2014), Korporatyvna kul'tura u konstelyatsiyakh pizn'oho modernu: filosof's'ko - antropolohichni eksploratsiyi, Doct. ped. Kharkiv. Nats. ped. un-tim. H. S. Skovorody, Kyiv. [in Ukrainian]

2. Lazarev, S.V. (2009), Korporatyvne kul'tura i upravlinnya znannyamy v orhanizatsiyi. Upravlinnja rozvitkom personal, № 2, pp.108-112. [in Russian]
3. Mohylnyi, A.P. (2002), Kultura i osobystist, Vyshcha shkola, Kyiv. [in Ukrainian]
4. Mogutnova, N.N. (2005), Korporativnaja kul'tura: ponjatija, podhody, sociologicheskie issledovanija, № 4, pp. 147. [in Russian]
5. Ternopil's'ka, V.I. (2014), Dovidny'k z vy'xovnoyi roboty' zi studentamy', Navchal'na kny'ga – Bogdan, Ternopil'. [in Ukrainian]
6. Ternopil's'ka, V.I. (2012), Pidhotovka kuratora akademichnoyi hrupy do orhanizatsiyno-vykhovnoyi roboty zi studentamy VNZ, Naukovyy chasopys NPU imeni M. P. Drahomanova. Seriya 16 :Tvorcha osobystist' uchytylya: problemy teorii i praktyky, Vyp. 17, pp. 140-143. [in Ukrainian]
7. Shapolova, V.V. (2016). Intehrovanyy zmist formuvannya korporativnoyi kul'tury maybutnikh menezheriv yak chynnyk pidvyshchennya yakosti profesiynoyi pidhotovky u VTNZ. Pedahohika formuvannya tvorchoyi osobystosti u vyshchih i zahal'noosvitnih shkolakh, Vyp. 48. pp. 456-463. [in Ukrainian]
8. Jelvesson, M. (2005). Organizacionnaja kul'tura, Gumanitarnyj Centr, Kharkiv. [in Russian]
9. Brovko, K.A. and Ternopilska, V.I. (2017), Corporate culture of personality: psychological aspects, *Topical issues of contemporary science: Collection of scientific articles. C.E.I.M.* Valencia, Venezuela, pp. 176-178. [in Ukrainian]
10. Fralinger, B. (2007), Organizational Culture At The University Level: A Study Using The OCAI Instrument, *Journal of College Teaching and Learning*, Vol. 4, № 11, pp. 85-97.

Бровко Катерина Андріївна,
аспірант,
Київського університету імені Бориса
Грінченка,
бул. І. Шамо, 18/2, м. Київ
Київської обл., Україна, 02154.
Тел. +38 (095) 433-63-08.
E-mail: imhotep21@ukr.net



Brovko Kateryna Andriivna,
PhD student (Eng.),
Borys Grinchenko Kyiv University,
blvd. I. Shamo, 18/2, Kyiv,
Kyiv Region, Ukraine, 02154.
Tel. +38 (095) 433-63-08.
E-mail: imhotep21@ukr.net

Стаття надійшла 15.09.2017