

«комментатора», «интерпретатора» - соучастников эмоционального «погружения» и постижения эстетического; использование в процессе обучения возможностей синтеза искусств (музыки, живописи, поэзии) для выработки эстетической установки и активизации восприятия. Введение сценарной подосновы и психологической режиссуры.

3. Направленная подготовка к «спонтанным», невербальным формам визуального воздействия (стимуляция творческого самоусовершенствования).

Итак, вкус может быть рассмотрен нами как способ, технология, фактор, показатель развития творческой индивидуальности, т.е. того, что называют «лица не общим выраженьем» и то к чему нужно стремиться, но стремиться незаметно, осторожно, «сообразно с возрастом», социальным статусом, место-проявлением и т.д. – т.е. опять связь с тактом и мерой, внутренними проявлениями саморефлексии и в собственном самоуважении.

В.И. Накарякова
(РГППУ, Екатеринбург)

К ВОПРОСУ О МЕТОДОЛОГИИ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСТВА НА РЫНКЕ ПРЯМЫХ ПРОДАЖ

Бурный рост рынка прямых продаж («ПП»), а также недостаточность серьезных теоретических исследований феномена «ПП» говорит об актуальности его исследования.

Одним из новых ключевых вопросов создания рынка «ПП» является развитие творчества в данной отрасли и изыскание наиболее эффективных методов.

Это обусловлено тем, что «ПП» - это такой вид деятельности независимого продавца (агента, коммивояжера, дистрибьютора и др.) по продвижению товара или услуги вне торговой точки путем предоставления достоверной информации, мотивируя потенциального покупателя на совершение сделки «купли-продажи», а также установление длительных взаимовыгодных отношений. Очевидно, что важным для «ПП» является: умение входить в «контакт» с клиентом, проводить эффективную презентацию предлагаемого товара или услуги, в ходе которой продавец демонстрирует потенциальному покупателю выгоду и пользу, получаемые

от предоставляемых продуктов, то есть развиваются его потребности.

Профессионал «ПП» должен обладать разнообразными знаниями, умениями и навыками управления процессом покупки, к которым относятся знания психологии и этики, маркетинга и менеджмента, делового общения; обладать артистизмом и элементами невербального (мимика, жест, интонация и др.) общения и многим другим. Иными словами, успех на рынке «ПП» во многом зависит от мастерства человека, то есть от его творческого подхода к своей деятельности. Мастерство, как известно, - это высокое искусство в какой-либо области, которым необходимо овладеть.

Поскольку в доступной нам литературе мы не обнаружили концептуальных исследований данного вопроса, то изучение проблемы технологий и методик развития творчества на рынке «ПП» является актуальной.

Д.Ф. Хайбрахманова
(НХТИ, Нижнекамск)

ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА

В связи с преобразовательными процессами, происходящими в системе образования, главной и определяющей целью высшей школы становится подготовка специалистов творческих, нестандартно мыслящих, способных преобразовывать и создавать новые методы и технологии в науке, технике, производстве и т.д.

Для реализации данной цели деятельность в высшей школе должна быть направлена на развитие познавательных и коммуникативных способностей студентов, формирования развитой личности специалиста. Основная задача – подготовка качественно новых специалистов; развитие творческих способностей, формирование творческой активности.

В педагогических исследованиях и в практике обучения в качестве основных средств формирования творческой активности используются в основном внешние факторы (содержание, формы, методы, средства) обучения. Традиционные педагогические теории развития творческой активности обучающихся основываются преимущественно на активизации мышления и недостаточно связаны с мотивационно-потребностной