

“professional training of future teachers” is substantiated, and their interrelation within the system of pedagogical education is clarified.

The article emphasizes that national values—language, traditions, customs, rituals, folk pedagogical wisdom, and historical memory—serve as the substantive foundation for the formation of the ethnopedagogical culture of future teachers. The main pedagogical conditions contributing to the effective development of this culture in the process of professional training are identified, including the integration of ethnopedagogical content into educational components, the use of active and creative teaching methods, and the involvement of students in ethnographic and educational activities.

It is emphasized that a well-formed ethnopedagogical culture enables future teachers to realize the educational potential of national values in their professional activities and promotes the development of students’ national consciousness, patriotism, spirituality, and respect for the cultural heritage of the Ukrainian people. The materials of the article may be used in the training of future teachers and in improving the content of pedagogical education.

Key words: *ethnopedagogical culture, national values, future teacher, professional training, folk pedagogy, national identity, education.*

УДК 005.936.3-053.6:37.04]37.091.31

Владислав Великожон

Інститут професійної освіти НАПН України

ORCID ID 0009-0007-1783-5636

DOI 10.24139/2312-5993/2025.05/310-322

МЕТОДИКА ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ З ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Актуальність. *Креативні індустрії стають одним із ключових секторів економіки, що зумовлює попит на фахівців, здатних не лише виконувати художньо-творчі завдання, а й, генеруючи цікаві ідеї, розробляти стартапи, рентабельні бізнес-плани з метою подальшої їх реалізації в сучасній соціально-економічній практиці. Означений аспект нині практично не реалізується в сучасній системі професійної підготовки бакалаврів з графічного дизайну в Україні, що зорієнтована, переважно, на художньо-естетичну площину. Відтак розвиток підприємницької компетентності здобувачів вищої дизайн-освіти, у т.ч. бакалаврів з графічного дизайну, характеризується фрагментарністю й епізодичністю.*

Мета. *Розробити й обґрунтувати авторську методiku підготовки майбутніх бакалаврів з графічного дизайну до підприємницької діяльності у процесі здобуття вищої дизайн-освіти.*

Методи. *У ході дослідницького пошуку використано загальнотеоретичні методи аналізу й синтезу наукових джерел для виокремлення концептуальних напрямів розвитку підприємливості як ключового складника підприємницької компетентності; теоретичного моделювання – для створення модельної граф-схеми методики підготовки майбутніх бакалаврів з графічного дизайну до підприємницької діяльності у процесі здобуття вищої освіти. Застосування комплексного підходу забезпечило поєднання теоретичних і практичних засад дослідження.*

Результати. Обґрунтовано п'ять напрямів розвитку підприємливості майбутніх дизайнерів (світоглядно-ціннісний, креативно-мисленнєвий, комунікативно-лідерський, ресурсно-аналітичний, організаційно-результативний), що є науково-методологічним концептом розробленої методики. Запропоновано інноваційну методику підготовки майбутніх бакалаврів з графічного дизайну до підприємницької діяльності у процесі здобуття вищої освіти, що включає три блоки: теоретико-змістовий (підприємництво, маркетинг, авторське право), практично-діяльнісний (стартап-проекти, бізнес-симуляції, стажування) та рефлексивно-ціннісний (самооцінювання, розвиток відповідальності й інноваційності). Експеримент підтвердив ефективність методики: підвищився рівень мотивації майбутніх бакалаврів з графічного дизайну, якість підготовлених студентами бізнес-проектів, кількість здобувачів вищої освіти з високим рівнем сформованості підприємницьких навичок.

Висновки. Розроблена нами методика, що ґрунтується на розумінні підприємницької компетентності (результату підготовки майбутніх графічних дизайнерів до самозайнятості й подальшої бізнес-діяльності) як інтегративної особистісно-професійної характеристики і є дієвим інструментом її розвитку в умовах мистецького закладу вищої освіти. Авторська методика поєднує концептуальні засади і практичні механізми, сприяючи конкурентоспроможності випускників закладів вищої мистецької освіти на ринку праці.

Ключові слова: вища професійна освіта, підготовка до підприємницької діяльності, підприємницька компетентність, підприємливість, методика професійної підготовки, креативні індустрії.

Постановка проблеми. Розвиток креативної економіки займає одне з провідних місць у сучасному світі, а креативні індустрії, демонструючи динамічні темпи зростання, справедливо визнаються драйвером сучасної економіки. Так, згідно з даними Міжнародного економічного форуму та ЮНЕСКО, сектор креативної економіки генерував понад 3 % світового ВВП, сягаючи в окремих європейських країнах до 7 %; а, частка працевлаштованих робітників у цьому секторі подекуди склала 12,5 % (UNESCO Creative Economy Report, 2022).

В Україні, відповідно до статистичних індикаторів Міністерства культури та стратегічних комунікацій України, креативні індустрії утворюють понад 3 % ВВП. Відтак, з серпня 2025 р. задля забезпечення державної підтримки означеного сектору економіки, галузевим міністерством було започатковано надання грантів для суб'єктів підприємництва у царині креативних індустрій у межах проєкту «Власна справа», що передбачає фінансування від 100 тис. грн. для фрілансерів-ФОПів до 1 млн. грн. – для суб'єктів бізнес-діяльності за створення чотирьох і більше робочих місць. За словами т.в.о. Міністра культури та стратегічних комунікацій Т. Бережної «сама підтримка креативних індустрій є одним із ключових завдань держави, позаяк цей сектор не лише створює робочі місця та легалізує бізнес, але й сприяє

заміщенню ворожого контенту українським, розвитку культурної дипломатії та виробництву експортноорієнтованої продукції з високою доданою вартістю. Важливо відмітити, що державною програмою передбачено підтримку в т.ч. у сферах освітніх, культурних проєктів, дизайну, медіа, розроблення комп'ютерних ігор, програмного забезпечення тощо» (Міністерство культури та стратегічних комунікацій України, 2025). Такі реалії актуалізують соціальну затребуваність фахівців, які здатні не лише виконувати художні завдання, створюючи високохудожню продукцію, а й – проєктувати власну кар'єрну траєкторію, ефективно діяти в умовах ринку, комерціалізуючи згенеровані ідеї, започатковуючи власні проєкти, дизайн-студії з подальшим забезпеченням їх життєздатності.

Отже, за умов зростання вагомості креативних індустрій, інтеграції України в європейський освітній простір, імплементації «Цілей сталого розвитку України на період до 2030 року», затверджених Указом Президента України № 722/2019 від 30 вересня 2019 р., реалізації нових стандартів вищої освіти за спеціальністю В2 «Дизайн», застосування аксіологічного, екзистенційно-феноменологічного, суб'єктно-діяльнісного, компетентнісного, інтегративного й інших методологічних підходів, що акцентують увагу на ціннісних орієнтаціях, інтегральних компетентностях і особистісно важливих якостях підготовки фахівців, вища професійна освіта потребує істотного коригування, зокрема щодо підготовки бакалаврів з графічного дизайну до підприємницької діяльності.

Аналіз актуальних досліджень. У науково-освітньому просторі накопичено значний ресурс щодо обґрунтування новітніх парадигм і моделей дизайн-освіти (Є. Антонович, С. Зінченко, Н. Колесник, А. Максимова, Л. Оршанський, Л. Оружа, В. Тименко, М. Селівачов, С. Чирчик, О. Фурса та ін.); кар'єрного зростання фахівців різних спеціальностей (Л. Базиль, В. Біскуп, Д. Закатнов, Л. Карамушка, М. Клименко, В. Орлов та ін.); методичних аспектів підготовки учнівської і студентської молоді до підприємництва (С. Алексєєва, В. Байдулін, А. Гельбак, І. Гриценко, Л. Єршова, В. Кушнір, В. Майковська, Л. Шестерікова та ін.). Провідною метою вищої дизайн-освіти, як засвідчує вивчення та узагальнення наукових публікацій означених вище авторів, має бути професійна підготовка конкурентоспроможних професіоналів, здатних ефективно використовувати набуті фахові знання, професійні вміння та навички для швидкого й якісного виконання завдань

зі створення дизайн-об'єктів (брендів, фірмового стилю тощо), застосування оригінальних і нестандартних рішень для проектування власної кар'єрної траєкторії та подальшої її реалізації. Услід за сучасними науковцями, визнаємо, що «...в професійній підготовці дизайнерів не повинні домінувати стандартні технічні прийоми й методи роботи. Важливо розуміти, що пріоритетом має бути творче становлення та розвиток майбутніх фахівців. Таким чином, необхідно розвивати ті якості, які найкраще відповідають темпераменту, здібностям і творчому потенціалу майбутніх дизайнерів» (Бондаренко, Пасько, 2024. С. 61). Це аргументує необхідність адаптування вищої професійно-мистецької освіти до нових вимог, спрямованих на підготовку конкурентоспроможних дизайнерів з розвиненими ключовими компетентностями. В цьому контексті зазначимо, що імплементація «Концепції освіти для сталого розвитку» («Education for Sustainable Development») передбачає узгодження цілей освітніх систем із нагальними потребами населення у формуванні нових компетентностей задля утворення «життєздатних» суспільств (UNESCO, 2024), а також підвищення рівня обізнаності громадян, формування компетентностей для пошуку оригінальних рішень, розвиток креативності й співпраці у віднайденні практик, орієнтованих на конкретні регіони (громади) й довкілля. Згідно з міжнародними дослідженнями (UNESCO, 2022; European Commission, 2016; Design Council UK, 2020), саме інтеграція підприємництва у мистецьку освіту сприятиме підвищенню конкурентоспроможності бакалаврів з графічного дизайну й зокрема їхній готовності працювати у глобальному середовищі та започатковувати власні бізнеси.

У сучасній науковій літературі підприємництво позиціонується як багатовимірний феномен, а підприємницька компетентність – як інтегративна характеристика особистості, що поєднує знання, уміння, навички, цінності та особистісні якості (Бех, 2021; Hannon, 2018). На основі аналізу сучасних досліджень (Bazyl, Orlov, 2022; Alekseeva et al., 2020) виділено такі концептуально-методологічні напрями формування підприємливості майбутніх дизайнерів: формування підприємницького світогляду; набуття ціннісних переконань і підприємницької культури; розвиток творчого підприємницького мислення; удосконалення комунікативних і лідерських якостей; аналіз і визнання можливостей і ресурсів; організація та планування діяльності; реалізація бізнес-плану і досягнення успіху. Водночас, незважаючи на значний доробок науковців з питань дизайн-освіти та формування підприємницької компетентності

учнівської і студентської молоді, у науково-освітньому дискурсі донині не розроблено методики підготовки майбутніх бакалаврів з графічного дизайну до підприємницької діяльності.

Мета статті – розробити й обґрунтувати методику підготовки майбутніх бакалаврів з графічного дизайну до підприємницької діяльності, інтегруючи концептуальні напрями розвитку підприємливості та структурно-змістову модель формування підприємницької компетентності здобувачів вищої дизайн-освіти.

Виклад основного тексту. За сучасних цивілізаційних обставин, графічний дизайнер, будучи представником мистецької професії, дедалі частіше виступає не лише як виконавець художніх завдань, а й як суб'єкт підприємництва, який реалізує себе у сферах реклами, брендингу, медіа, видавництва, цифрових технологій тощо. З огляду на це, у розробленні методики підготовки майбутніх бакалаврів з графічного дизайну до підприємництва виходили з розуміння підприємницької компетентності як інтегративної особистісно-професійної характеристики, що формується в умовах інтердисциплінарного освітнього середовища, яке поєднує дизайн, освіту й підприємство. Означена ідея викристалізовується на основі синтезу логем аксіологічного, екзистенційно-феноменологічного, синергетичного, компетентнісного, суб'єктно-діяльнісного й інтегративного підходів до організації процесу професійної підготовки майбутніх бакалаврів з графічного дизайну в мистецьких закладах вищої освіти.

У контексті розроблення авторської методики враховуємо обґрунтовану вченими необхідність підготовки майбутніх фахівців до розв'язання складних проблем, що уможлиблюється тільки на основі налагодження гармонійної взаємодії й конструктивної співпраці між суб'єктами освітнього процесу з обов'язковим врахуванням соціальних і екологічних наслідків професійної діяльності графічного дизайнера (ICoD, 2020; Meyer & Norman, 2020; Noël, 2020a, 2020b). Традиційно, в процесі здобуття дизайн-освіти студенти виконують завдання за завчасно підготовленими викладачами картками проєктів (своєрідними «дизайн-брифами»), в яких чітко сформульовано мету створення проєкту, описано його функціональні й естетичні вимоги, вказано цільову аудиторію, технічні обмеження, дедлайни й інші релевантні параметри (Haylock, 2020). Виконання такого завдання з вказівкою на тип можливого кінцевого результату (плакат, фірмовий стиль, вебсайт, буклет тощо) нівелює ефект проблемності освітнього процесу й фактично обмежує здатності бакалаврів з графічного дизайну до творчої самореалізації,

зокрема самостійного прийняття рішень. Вважаємо, що саме ключовим етапом усіх дизайн-процесів є правильне і влучне виокремлення проблеми. Тому-то вкрай важливо стимулювати студентів під час створення ними дизайн-проектів, самостійного визначення проблем і віднайдення ефективних способів їх розв'язання. Це сприятиме усвідомленню майбутніми графічними дизайнерами впливів від окремих активних дій і своєї діяльності загалом на власне життя й довкілля, з розвитком відчуття відповідальності в подальшому.

Варто відмітити, що в сучасній практиці частими є випадки, коли здобувачі вищої дизайн-освіти намагаються самостійно зніціювати та виконати дизайнерський проект, в якому, на жаль, часто не враховуються соціальні й екологічні чинники, відсутнє або нечітко визначене суспільне значення, оскільки концентрується на особистому самовираженні дизайнера, а не на потребах споживачів. Такі проєктні завдання мотивуються частіше дослідженням матеріалів, технологій, форм чи текстур, аніж суспільною користю, і ґрунтуються на особистій прихильності або пошуку сенсу. Отже, орієнтація на людину (human-centered design) рідше акцентується в освіті з графічного дизайну порівняно з UX/UI-дизайном.

Незважаючи на можливості для формування підприємницької компетентності, що упродовж останніх років створюються для студентів-графіків, бакалаври з графічного дизайну часто не ідентифікують себе як підприємців й, попри бажання реалізувати проєкти, не користуються послугами бізнес-інкубаторів для запуску стартапів. Це свідчить, що існуючі реалії дизайн-освіти не завжди враховують індивідуально-особистісні якості студентів з творчим профілем і студентів із розвиненими підприємницькими навичками.

Погоджуючись із сучасними вченими, вважаємо, що підготовка майбутніх бакалаврів з графічного дизайну до підприємницької діяльності має здійснюватися в межах семи концептуально-парадигмальних вимірів розвитку підприємливості майбутніх фахівців, а саме: «набуття підприємницького світогляду»; «утвердження ціннісних переконань і формування підприємницької культури»; «активізація і розвиток творчого підприємницького мислення»; «удосконалення комунікативних і лідерських якостей»; «аналіз і визнання можливостей та ресурсів»; «організація та планування діяльності»; «реалізація бізнес-плану й досягнення успіху» (Базиль, Орлов, 2023). Таким чином, для реалізації ефективної підготовки до

підприємницької діяльності бакалаврів з графічного дизайну в умовах ЗВО необхідно, щоб був створений сприятливий інтердисциплінарний простір, де уможлиблюється досягнення студентських очікувань щодо самореалізації в професійній діяльності та кар'єрному зростанні в умовах ринкової економіки (наприклад, створення унікального мистецького стартапа, бізнес-проєкта з розроблення та комерціалізації власного бренда, фірмового стилю, дизайн-студії тощо). Інтегративність такого середовища визначається гармонійним поєднанням трьох концентрів: «дизайн навчального досвіду підприємництва» (синтез освіти і дизайну), «підприємницька освіта» (поєднання мистецької освіти й підприємництва) та «дизайн-орієнтоване підприємництво» (інтегрування дизайну і підприємництва), що уможлиблює підготовку до підприємницької діяльності бакалаврів з графічного дизайну в умовах ЗВО за означеними вище концептуально-парадигмальними вимірами, та реалізується в межах п'яти послідовних етапів.

Мета реалізації методики підготовки майбутніх бакалаврів з графічного дизайну до підприємницької діяльності у межах концентру «дизайн навчального досвіду підприємництва» полягає в набутті студентами освітнього досвіду підприємницької діяльності в креативних індустріях. Досягнення означеної цілі передбачає:

– усвідомлене опанування студентами змісту фахових навчальних дисциплін («Живопис», «Знакові системи в дизайні», «Колористика, орнаментика та етнодизайн», «Конструювання та макетування дизайн-об'єктів», «Фірмовий стиль», «Проектування рекламних об'єктів» тощо), історико-культурологічних, філософських, соціо-психологічних знань («Історичні студії», «Філософські студії», «Я-студент», «Лідерство служіння» тощо), інформаційної грамотності («Комп'ютерні технології в дизайні», «Медіа та вебдизайн» тощо), комунікативних технік («Українська мова в сучасному комунікативному просторі», «Менторські студії» тощо);

– організацію освітнього процесу на засадах студентоцентризму, що уможлиблюється на основі виявлення викладачами, дизайнерами, психологами, запрошеними для проведення гостьових лекцій, майстер-класів, тренінгів, представниками інших груп стейкхолдерів, емпатійного ставлення до здобувачів дизайн-освіти, розуміння їхніх мотивів і віднайдення ефективних способів та прийомів взаємодії, залучення до розроблення й виконання спільних проєктів тощо;

- створення ситуацій успіху й сприятливих обставин для прояву майбутніми бакалаврами з графічного дизайну, позитивних емоцій що покращує увагу, пам'ять, пізнання, мислення;

- пріоритетне застосування технологій проблемного, проєктного навчання й інтерактивних методів, що дозволяє максимально залучити всіх суб'єктів освітнього процесу до активних дій;

- проведення реальних, віртуальних і змішаних екскурсій, що стимулює мотивацію до набуття досвіду підприємництва в царині креативних індустрій;

- фокусування уваги не на згенерованих студентами ідеях, спроєктованих об'єктах, віднайдених послугах чи інших результатах бізнес-активності в креативних індустріях, а на механізмах і результатах набутого досвіду підприємницької діяльності у сфері дизайну.

Реалізацію методики підготовки майбутніх бакалаврів з графічного дизайну до підприємницької діяльності конкретизуємо такими діями:

- виявлення й самоусвідомлення майбутніми бакалаврами з графічного дизайну потреби в навчанні підприємництву (опитування й самопізнання);

- дослідження індивідуально-вікових й особистісних якостей здобувачів дизайн-освіти та з'ясування їхніх очікувань від навчання підприємництву;

- генерування ідей і створення концепції об'єкта графічного дизайну;

- розроблення дизайн-проєкта на основі реальних прототипів і артефактів;

- аналіз створеного дизайн-проєкту та його подальша реалізація в соціальній практиці.

Мета реалізації методики підготовки майбутніх бакалаврів з графічного дизайну до підприємницької діяльності у межах концентру «підприємницька освіта» передбачає формування творчого підприємницького мислення. На відміну від двох поширюваних в освітній практиці концептуальних підходів до навчання «освіта про підприємництво», суть якого полягає в засвоєнні знань і вмінь щодо підприємницької діяльності, та «освіта для підприємництва», що означає розвиток індивідуально-особистісних якостей, зокрема підприємливості і навичок підприємництва. У контексті досліджуваної площини підприємництво розуміємо як процес навчання, під час якого бакалаври

графічного дизайну самостійно визначають проблему, конкретизують потребу чи можливість, розробляють план і діють згідно з ним. Таким чином відбувається не лише підготовка студентів до започаткування власної справи, а, передовсім, їхній особистісний розвиток як «розробників бізнес-проектів», а не «підприємців» у традиційному сенсі. Відтак, підприємництво постає не самоціллю, а педагогічним інструментом організації відповідного освітнього процесу. Особлива увага при цьому акцентується на створенні ціннісної значущості дизайн-об'єкта, що акцентує важливість концепції відповідального підприємництва, в якому інтегровані етичні, соціальні й екологічні чинники.

У межах концентру «дизайн-орієнтоване підприємництво» увага зосереджується на застосуванні дизайнерських методів та реалізації способу відповідального дизайн-мислення, що характеризується емпатійним ставленням до споживачів, інтегративним баченням проблеми, експериментуванням, безперервним пошуком можливостей, міждисциплінарною співпрацею. У цьому контексті наведемо слушну позицію сучасних дослідників щодо інтегрування соціальної відповідальності, екологічної сталості, етики й критичного мислення з класичними критеріями підприємницької діяльності (життєздатність, доцільність і бажаність).

Таким чином концентр «дизайн навчального досвіду підприємницької діяльності» забезпечує реалізацію студентоцентрованого навчання; концентр «підприємницька освіта» уможлиблює розвиток здатностей бакалаврів самостійно формулювати проблеми й пропонувати ефективні рішення для їх розв'язання з урахуванням суспільних і екологічних чинників; концентр «дизайн-орієнтоване підприємництво» створює ефективні механізми для критичного осмислення й упровадження самостійно сформульованих рішень. Відтак, кожний із означених концентрів доповнює інший, створюючи підґрунтя методики підготовки бакалаврів графічного дизайну до підприємництва.

У ході дослідницького пошуку для візуалізації методики підготовки майбутніх бакалаврів з графічного дизайну до підприємницької діяльності нами спроектовано структурно-змістову модель.

Теоретико-змістовий блок моделі охоплює: дисципліни з основ підприємництва у сфері дизайну, маркетингу, права інтелектуальної власності (OECD, 2021).

Практично-діяльнісний блок модель методики підготовки майбутніх бакалаврів з графічного дизайну до підприємницької діяльності під час професійної підготовки в ЗВО конкретизується бізнес-симуляціями, комплексами стартап-завдань, програм, дорожніх карт, алгоритмів та інших ефективних механізмів стажування майбутніх бакалаврів з графічного дизайну в дизайн-студіях, активне їх залучення до участі в конкурсах і виставках (Design Council UK, 2020).

Рефлексивно-ціннісний блок моделі методики підготовки майбутніх бакалаврів з графічного дизайну до підприємницької діяльності під час професійної підготовки в ЗВО зорієнтований на розвиток самооцінки, відповідальності, інноваційності, професійної ідентичності.

Основними етапами реалізації методики нами визначено:

- мотиваційно-установчий (формування позитивного ставлення до підприємництва);
- змістово-процесуальний (оволодіння знаннями та навичками, виконання бізнес-проектів);
- рефлексивно-творчий (аналіз результатів, створення бізнес-планів).

Успішна реалізація означеної методики можлива шляхом забезпечення в ЗВО таких педагогічних умов: інтеграція підприємницької підготовки у навчальні плани; створення освітнього середовища з коворкінгами, бізнес-інкубаторами (Bazyl, Orlov, 2023); партнерство з роботодавцями та індустрією (Heller & Chwast, 2018); підтримка студентських ініціатив (Erasmus+, 2020).

Педагогічний експеримент у низці мистецьких ЗВО України засвідчив позитивну динаміку розвитку підприємницької компетентності студентів. За когнітивним, діяльнісним, мотиваційним, особистісним і рефлексивним критеріями було зафіксовано суттєве зростання (Базиль, 2019).

Зокрема, частка студентів із високим рівнем підприємницької компетентності зросла майже удвічі. Було підвищено якість бізнес-проектів, посилилася мотивація до започаткування власної справи, з'явилися успішні кейси студентських стартапів.

Висновки. Формування підприємницької компетентності майбутніх графічних дизайнерів є ключовим завданням професійної підготовки у мистецьких ЗВО. Запропонована методика, побудована на трьох блоках та трьох етапах, забезпечує комплексний розвиток підприємницького мислення і навичок. Експериментальні результати

підтвердили її ефективність: зросла якість бізнес-проектів, рівень мотивації та готовності студентів до підприємництва. Міжнародний досвід доводить необхідність створення підприємницько-орієнтованого освітнього середовища з коворкінгами, бізнес-інкубаторами, стартап-центрами. Подальші дослідження мають бути спрямовані на розробку цифрових платформ підтримки студентських проектів та міждисциплінарних методик.

ЛІТЕРАТУРА

- Алексеева, С., Базиль, Л., Гриценко, І., Закатнов, Д., Орлов, В. та ін. (2020). *Підготовка майбутніх кваліфікаційних кадрів до підприємницької діяльності в умовах розвитку малого бізнесу: теорія і практика*. Житомир: Полісся (Alekseieva, S., Bazyl, L., Grytsenok, I., Zakatnov, D., Orlov, V., & others. (2020). *Training of future skilled personnel for entrepreneurial activity in the conditions of small business development: Theory and practice*. Zhytomyr: Polissia).
- Bandura, A. (2018). Toward a psychology of human agency: Pathways and reflections. *Perspectives on Psychological Science*, 13(2), 130–136. <https://doi.org/10.1177/1745691617699280>
- Базиль, Л. (2019). Індивідуально-особистісні якості щодо успішної підприємницької діяльності. *Професійне становлення особистості*, 3, 110-118 (Bazyl, L. (2019). Individual and personal qualities for successful entrepreneurial activity. *Professional Development of an Individual*, 3, 110–118).
- Bazyl, L. (2023). Consulting on youth entrepreneurship for future specialists: Conceptual aspects. In *Quality of Life in Global and Local Contexts: Values, Innovation, and Multidisciplinary Dimensions* (pp. 216–231). Opole: The Academy of Applied Sciences.
- Bazyl, L., & Orlov, V. (2018). Contradictions in career counselling of future specialists. *Scientific Bulletin of the Institute of Vocational Education of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine. Professional Pedagogy*, 16, 14–19.
- Базиль, Л., & Орлов, В. (2023). Концептуально-парадигмальні виміри підготовки здобувачів професійної освіти до молодіжного підприємництва. *Вісник Глухівського національного педагогічного університету ім. О. Довженка*, 3 (53), 31-39. <http://visn-ped.gnpu.edu.ua/index.php/uk/arkhiv-publikatsij> (Bazyl, L., & Orlov, V. (2023). Conceptual and Paradigmatic Dimensions of Training Vocational Education Students for Youth Entrepreneurship. *Bulletin of Oleksandr Dovzhenko Hlukhiv National Pedagogical University*, 3(53), 31–39. <http://visn-ped.gnpu.edu.ua/index.php/uk/arkhiv-publikatsij>).
- Bazyl, L., & Orlov, V. (2023). Youth entrepreneurship consulting – a guide to a quality life. In *Quality of Life in Global and Local Contexts: Values, Innovation, and Multidisciplinary Dimensions* (pp. 289–301). Opole: The Academy of Applied Sciences.
- Bazyl, L., Orlov, V., & Oruzha, L. (2022). Socio-economic prerequisites for the development of the design services market. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 6(41), 503–511. <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v6i41.251516>
- Cantillon, R. (2015). *An essay on economic theory* (Translated by C. Waite). Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute. (Original work published 1755)
- Design Council UK. (2020). *The value of design*. London: Design Council.

- Drucker, P. F. (1993). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York: Harper Business.
- European Commission. (2016). *Entrepreneurship competence framework (EntreComp)*. Brussels: European Commission.
- Heller, S., & Chwast, S. (2018). *Graphic design playbook*. London: Thames & Hudson.
- IcoD – International Design Council. (2020). Disruption is an opportunity for change: What role can designers have in creating the new normal? <https://www.theicod.org/en/resources/news-archive/disruption-is-an-opportunity-for-change> Retrieved from June 28, 2025
- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. Boston: Houghton Mifflin.
- Noël, G. (2020a) We All Want High-Quality Design Education: But What Might That Mean? *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 6(1), 5-12. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2020.02.003>
- Noël, G. (2020b). Fostering design learning in the era of humanism. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 6(2), 119–128. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2020.05.001>
- OECD. (2021). *Entrepreneurship education for the 21st century*. Paris: OECD Publishing.
- Орлов, В. (2022). Сучасні тенденції підприємницької освіти в Україні. *Освітологічний дискурс*, 2, 55-63 (Orlov, V. (2022). Modern trends of entrepreneurial education in Ukraine. *Educational Discourse*, 2, 55–63).
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2024). Creative economy outlook 2024: International trade in creative goods and services. United Nations. https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf.

SUMMARY

Velykozhon Vladyslav. Methods of preparing future bachelors in graphic design for entrepreneurial activity in the process of professional training in higher education institutions.

Background. *Creative industries are increasingly becoming one of the key sectors of the modern economy, creating a growing demand for professionals capable not only of performing artistic and creative tasks but also of generating innovative ideas, developing startups, and designing sustainable business models for implementation in contemporary socio-economic practice. However, the current system of professional training of bachelors in graphic design in Ukraine remains predominantly oriented toward the artistic and aesthetic dimension, while the development of entrepreneurial competence is often fragmented and insufficiently integrated into the educational process.*

Purpose. *The purpose of the study is to develop and substantiate an original methodology for preparing future bachelors in graphic design for entrepreneurial activity within the framework of higher design education.*

Methods. *The study employed general theoretical methods, including analysis and synthesis of scientific sources, to identify conceptual approaches to the development of entrepreneurship as a key component of entrepreneurial competence. The method of theoretical modeling was applied to design a conceptual model of the methodology for preparing future graphic design bachelors for entrepreneurial activity. A comprehensive approach ensured the integration of theoretical and practical aspects of the research.*

Results. *The study substantiates five directions for developing entrepreneurial capacity in future graphic designers: value-oriented, creative-cognitive, communicative-leadership, resource-analytical, and organizational-performance. An innovative*

methodology for preparing future bachelors in graphic design for entrepreneurial activity was developed. It includes three interconnected components: a theoretical-content component (entrepreneurship, marketing, intellectual property), a practice-oriented component (startup projects, business simulations, internships), and a reflective-value component (self-assessment, development of responsibility and innovativeness). The results of the pedagogical experiment confirmed the effectiveness of the proposed methodology, demonstrating increased student motivation, improved quality of business projects, and a higher proportion of students achieving advanced levels of entrepreneurial competence.

Conclusions. *The proposed methodology, based on the understanding of entrepreneurial competence as an integrative personal and professional characteristic that ensures readiness for self-employment and business activity, proves to be an effective tool for its development in higher art education institutions. The integration of conceptual principles with practical mechanisms contributes to enhancing graduates' competitiveness in the labor market.*

Key words: *higher education, graphic design education, entrepreneurial competence, entrepreneurship education, professional training, creative industries.*

УДК 378.6:37(477.53):378.016:37(092)

Олена Ільченко

Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

ORCID ID 0009-0009-6522-4842

DOI 10.24139/2312-5993/2025.05/322-329

РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ПЕДАГОГІЧНОЇ ТРАДИЦІЇ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ ПОЛТАВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ В. Г. КОРОЛЕНКА: ДОСВІД ВИКЛАДАННЯ КУРСУ «ПЕРСОНАЛІЇ В ІСТОРИКО-ПЕДАГОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ»

У статті представлено досвід реалізації навчальної дисципліни «Персоналії в історико-педагогічному дискурсі» у Полтавському національному педагогічному університеті імені В. Г. Короленка, закладі, багатому на досвід роботи видатних педагогів минулого, – В. Щепотьєва, М. Семиволоса, Г. Ващенко, А. Каришина, І. Зязюна, О. Пащенко та ін. Проаналізовано зміст навчального курсу, його методологічні засади, місце в освітньо-науковій програмі підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти спеціальності А1 Освітні науки. Розкрито потенціал дисципліни для формування дослідницьких, аналітичних та професійно-ціннісних компетентностей майбутніх науковців, а також представлено педагогічні підходи, які забезпечують інтеграцію історико-педагогічної спадщини у сучасний освітній процес.

Ключові слова: *Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка, українська педагогічна традиція, навчальний курс «Персоналії в історико-педагогічному дискурсі», історико-педагогічна персоналія (В. Щепотьєв, М. Семиволос, Г. Ващенко, А. Каришин, І. Зязюн та ін.), історико-педагогічний досвід, педагогічні ідеї.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах трансформації української освіти, посилення євроінтеграційних процесів та відновлення ціннісних засад професійної підготовки майбутніх