

Living and working in eco timber houses means being in a pleasant and healthy environment. Timber is diffusible and hygroscopic. It filters the air and thus provides a fresh and healthy climate in a building. It has humidity regulating properties which have positive effects on the atmospheric conditions of a room. Timber smells good, looks good and feels good and thus has a positive effect on our wellbeing. Timber positively affects all human senses.

Green house building materials: recycled timber could be used for studs. Insulation made of used materials as jeans can be used for the walls. Materials that last a very long time minimize the amount of waste that's dumped into landfills and save natural resources that would otherwise be utilized to replace them. Such products include: stand and seam metal roofing, stone and bricks, and cement board siding. It's vital to utilize materials that don't emit toxins (labeled formaldehyde-free for particleboard and LOW-VOC for paint).

Alternative Source of Energy. Sources of alternative energy are becoming more and more common in private houses. Some systems produce electric power directly, like the photovoltaic or the PV or solar electric and wind power systems. Others, like the solar and geothermal hot water make use of the sun to heat water for domestic use or for heating and cooling a room. Normally, the solar hot water and PV systems are installed on the roof, while wind systems have land requirements.

Water Management. Regulating water usage is often an ignored element in eco-friendly houses. Rainwater running off the roof can be funneled to rain barrels to be used in lawns and gardens. Also, installing low-flow toilets can help conserve water.

But in renovating and building homes, as individual homeowners we can do something meaningful for the planet – cutting energy use, saving water and also cutting waste. Considering the relationship between people, material and the environment is of utmost importance when building a home.

### References:

1. Eco Friendly Construction Methods and Materials – Sustainable Build: [www.sustainablebuild.co.uk](http://www.sustainablebuild.co.uk) › Construction Methods – Назва з екрану.
2. 6 Good Reasons to Build Timber Houses – Stommel Haus UK: <https://www.stommelhaus.co.uk/welcome/6-good-reasons/> – Назва з екрану.
3. 10 reasons to build a wooden house – Kurt Reinner: [reinner.com/10-reasons-build-wooden-house/](http://reinner.com/10-reasons-build-wooden-house/) – Назва з екрану.

**Нуржинська А.В.**

*аспірант,*

*Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

## **КОМПОНЕНТИ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ ЗІ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ**

Основною вимогою до сучасної вищої школи є підготовка висококваліфікованого, компетентного фахівця. Тому переважна більшість вищих навчальних закладів орієнтується на формування основних професійних компетентностей у майбутніх випускників.

Згідно до вимог освітньо-професійної програми метою підготовки майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю є формування загальнокультурних та професійних компетентностей в галузі зв'язків з громадськістю. В результаті

підготовки майбутні фахівці зі зв'язків з громадськістю повинні володіти наступними компетентностями: володіння методами проведення соціологічних, психологічних та маркетингових досліджень;

- виявлення джерел інформації, їх аналіз, забезпечення надійності та достовірності інформації;
- розробка рекламних та PR-проектів/кампаній та критеріїв оцінки ефективності їх реалізації;
- визначення ефективних методів просування продукту;
- здійснення планування та реалізації рекламних та PR-проектів/кампаній;
- створення рекламного та PR-продукту;
- організація та проведення спеціалізованих заходів: прес-конференцій, презентації, івентів тощо;
- створення текстів та документів, що використовуються у сфері зв'язків з громадськістю та реклами, володіння навичками літературного редагування, копірайтингу;
- володіння основами мови, знання її видів, правил мовного етикету та ведення діалогу, законів композиції та стилю, прийомів переконання;
- вміння готувати проектну документацію (техніко-економічне обґрунтування, технічне завдання, бізнес-план, креативний бриф, угода, договір, контракт та ін.);
- розуміння стратегічних відмінностей тактик, що задіяні у зв'язках з громадськістю і рекламі, та вміння застосовувати їх у плануванні діяльності з реклами та PR;
- вміння критично мислити відносно економічних, соціальних, технологічних, політичних та етичних чинників, які впливають на прийняття рішень у сферах PR і реклами [1].

Оскільки, головною метою професійної діяльності майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю є вміння відчувати актуальні тренди та тенденції, то саме тому суттєвою складовою професійної компетентності майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю є вміння раціонально використовувати сучасні інноваційні технології як у майбутній професійній діяльності, так і для самоосвіти. Враховуючи те, що наскрізною компетентністю майбутнього фахівця зі зв'язків з громадськістю є вміння створення документів для PR діяльності та проектної документації. Тому розглянемо цю компетентність як ключову серед професійних компетентностей та визначимо її основні компоненти.

Для визначення компонентів компетентності майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю для підготовки матеріалів для PR діяльності розглянемо основні практичні функції майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю під час підготовки матеріалів для PR, які полягають у здійсненні низки функцій:

- комунікативної: встановлення й підтримка необхідних контактів, налагодження комунікації з метою створення інформаційних матеріалів для громадськості;
- гностичної: проводити аналіз матеріалу, який буде використано для створення PR матеріалів; прогнозувати рівень його сприйняття; об'єктивно оцінювати результати застосування, створених матеріалів – написаних виступів або статей;
- конструктивно-планувальної: планувати процес підготовки матеріалів для PR діяльності, аналізувати громадську думку;

– організаторської: здійснювати реалізацію плану підготовки матеріалів з урахуванням особливостей та вимог; творчо інтерпретувати управлінські рішення, організувати підготовку фото, відео матеріалів.

На основі парадигмального моделювання науковці виокремлюють основні компоненти професійної компетентності фахівця: мотиваційний – прагнення до появи компетентності (прагнення до прояву цієї властивості у діяльності, поведінці людини); когнітивний – володіння знаннями щодо змісту компетентності (знання засобів, способів, програм виконання дій, рішення соціальних і професійних завдань, здійснення правил і норм поведінки); поведінковий – досвід прояву компетентності в різноманітних стандартних і нестандартних ситуаціях; ціннісно-смысловий – відношення до змісту компетентності та об'єкту її прикладення (особистісні значущість); емоційно-регуляційний – прояви емоційно-вольової саморегуляції процесу та її результату [2, с. 7].

Відповідно до зазначеного типу моделювання визначимо такі компоненти компетентності майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю для підготовки матеріалів для PR діяльності: ціннісний, когнітивний, технологічний, оцінково-результативний.

Відповідно до компонентів компетентності підготовки матеріалів для PR діяльності, визначимо основні завдання формування основних професійних якостей майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю у процесі професійної підготовки, які включають:

1. Ціннісний компонент передбачає формування системи особистісних поглядів, які мають вплив на пошук, добір, опрацювання та створення даних, що є необхідними для реалізації фахових завдань у підготовці матеріалів для PR діяльності.

2. Когнітивний компонент компетентності включає набуття майбутніми фахівцями зі зв'язків з громадськістю системи знань, вмінь, навичок з програмної складової ІКТ, яка буде реалізована у майбутній професійній діяльності для виконання основних фахових завдань.

3. Технологічний компонент передбачає формування у майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю комплексу умінь та навичок із написання текстів для матеріалів PR діяльності із раціональним використанням сучасних інноваційних технологій.

4. Оцінково-результативний компонент компетентності реалізується через самодіагностику майбутніми фахівцями зі зв'язків з громадськістю цілей, процесу та результатів своєї діяльності.

Отже, наскрізною компетентністю майбутнього фахівця зі зв'язків з громадськістю є вміння створення документів для PR діяльності та проектною документації, яка включає такі компоненти: ціннісний, когнітивний, технологічний, оцінково-результативний, формування яких відбувається у процесі професійної підготовки.

### Список використаних джерел:

1. Бакалаврська освітньо-професійна програма «Реклама і зв'язки з громадськістю» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.hneu.edu.ua/Advertising\\_and\\_public\\_relations\\_Bachelor\\_program](http://www.hneu.edu.ua/Advertising_and_public_relations_Bachelor_program)

2. Формування професійної компетентності майбутніх фахівців на основі інтегративного підходу: методичні рекомендації / І.М. Козловська, Я.М. Собко, О.О. Стечкевич, О.М. Дубницька, Т.Д. Якимович. – Львів: Сполом, 2012. – 64 с.