

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПСИХОЛОГО-ПРИРОДНИЧИЙ ФАКУЛЬТЕТ



У КОЛІ ОДНОДУМЦІВ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
II ВСЕУКРАЇНСЬКОГО ФОРУМУ АСПІРАНТІВ
СПЕЦІАЛЬНОСТІ С4 (053) ПСИХОЛОГІЯ

РІВНЕ
12 ЛИСТОПАДА 2025

УДК 159.9+ 316.6

У колі однодумців: збірник матеріалів II Всеукраїнського форуму аспірантів спеціальності О4 (053) Психологія (12 листопада 2025 року, м. Рівне). Упоряд. Р. В. Павелків, Н.В.Корчакова. Рівне : РДГУ, 2025. 107 с.

Рекомендовано до випуску Вченою радою
Рівненського державного гуманітарного університету
(протокол № 13 від 18.12.2025 р.).

Матеріали подаються у авторській редакції. Редакційна колегія може не поділяти поглядів авторів. Відповідальність за зміст матеріалів, точність наведених фактів, цитат, посилань на джерела, достовірність інформації та дотримання норм авторського права несуть автори.

2. Brook J. Tech Leadership: Emotional and Social Intelligence – TalentPredix <https://surl.li/stctpr> (дата звернення: 04.11.2025)
3. Kram K. Phases of the Mentor Relationship. Columbia University. Academy of Management Journal, 1983. № 26 (4). P. 608-625. <https://doi.org/10.2307/255910>
4. Roche G. R. Much Ado About Mentoring? Supervisory Management, Harvard Business, 1979. P. 14-20.
5. The Role of Emotional Intelligence in Leadership Mentoring. <https://surl.li/ewekdm> (дата звернення: 02.11.2025)

Володимир ПАЛАМАРЧУК

*здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
кафедри вікової та педагогічної психології
Рівненського державного гуманітарного університету
м. Рівне, Україна*

ФОРМУВАННЯ Я-КОНЦЕПЦІЇ МАЙБУТНЬОГО МАРКЕТОЛОГА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Постановка проблеми. Сучасна епоха характеризується безпрецедентною швидкістю технологічних змін, які отримали назву цифрова трансформація. Ці зміни докорінно переформатовують ринок праці, зокрема, сферу маркетингу. Традиційні підходи, засновані на інтуїції та масових комунікаціях, поступаються місцем персоналізації та використанню штучного інтелекту й машинного навчання. Актуальність дослідження зумовлена глибоким розривом між новими вимогами ринку праці, де маркетолог виступає одночасно аналітиком, стратегом, технологом, креатором та традиційними освітніми програмами, які часто зосереджені на інструментарії, ігноруючи формування адаптивної та цілісної Я-концепції фахівця. Це призводить до того, що випускники можуть мати необхідні технічні Hard Skills, але їм бракує Soft Skills (критичне мислення, емоційний інтелект, гнучкість), які є ключовими для професійної стійкості в умовах постійної невизначеності. Таким чином, проблема полягає у необхідності визначення та обґрунтування компонентів цієї нової, цифрової Я-концепції майбутнього маркетолога для забезпечення його конкурентоспроможності та успішної самореалізації.

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні структури Я-концепції майбутнього маркетолога, визначенні її ключових компонентів, що є критично важливими для успішної професійної діяльності в умовах цифрової економіки, та розробці практичних рекомендацій щодо її цілеспрямованого формування.

Виклад основного матеріалу. Професійна Я-концепція – це динамічна система уявлень особистості про себе як суб'єкта професійної діяльності, яка включає когнітивну (знання, вміння), афективну (самооцінка, ставлення до професії) та поведінкову (стиль діяльності) складові. У маркетингу, де успіх залежить від швидкості реакції на ринкові зміни, Я-концепція стає фільтром, через який фахівець сприймає виклики та можливості.

У цифровому середовищі критично важливим є усвідомлення розриву між «Реальним-Я» (те, що я вмію сьогодні) і «Ідеальним-Я» (те, ким я маю стати, щоб бути успішним завтра). Цей розрив є не джерелом стресу, а стимулом до саморозвитку, якщо він підкріплений високою мотивацією та адекватною самооцінкою.

Цифрова трансформація вимагає від маркетолога інтеграції трьох ключових сутностей у свою професійну ідентичність:

1. Я-Аналітик. Це здатність не просто збирати дані, а й критично їх осмислювати та перетворювати на дієві стратегічні рішення. М.Житар вважає, що саме комунікаційні стратегії, адаптовані до цифрового формату, здатні стати каталізатором ефективного функціонування економічного механізму [1].

2. Я-Креатор. В умовах, коли більшість рутинних операцій автоматизується (створення контенту ШІ), людська креативність стає найціннішим активом. І тут на перший план виходять стратегічне мислення, вміння розповідати історії, створення унікальних пропозицій цінності, а також емоційний інтелект (EQ), необхідний для ефективної командної роботи та розуміння аудиторії.

3. Я-Технолог-адаптер. Йдеться прийняття того факту, що освіта ніколи не закінчується. Маркетолог має бути готовим до постійного перенавчання та до швидкого впровадження нових технологій.

Ключовим мета-навиком, що об'єднує всі три компоненти, є менталітет зростання [2; 3; 4]. На протидію фіксованому менталітету, який сприймає невдачі як остаточний вирок, менталітет зростання розглядає помилки як можливості для навчання. Це критично важливо для цифрового маркетолога, оскільки: маркетинг у цифровому середовищі – це постійне тестування та експериментування; навчання роботі з новими інструментами ШІ вимагає сміливості та прийняття того, що ти спочатку будеш «недосвідченим»; швидкі зміни та висока конкуренція потребують високої психологічної стійкості.

Формування цього менталітету має стати наскрізною лінією освітнього процесу, перетворюючи ЗВО з просто «надавачів знань» на «тренерів з адаптації».

Висновки. Цифрова трансформація є не просто зовнішнім фактором, а каталізатором внутрішньої перебудови професійної ідентичності маркетолога. Формування цілісної та стійкої Я-концепції є ключовою умовою успіху в новій економічній реальності. Успішна Я-концепція майбутнього маркетолога – це триєдиний синтез Я-Аналітика, Я-Креатора та Я-Технолога-Адаптера, об'єднаний менталітетом зростання. Заклади вищої освіти та фахівці мають перейти від простого засвоєння інструментів до розвитку самосвідомості, самооцінки та проактивної позиції. Подальші дослідження мають бути зосереджені на розробці конкретних психолого-педагогічних методик (тренінгів, кейсів, симуляцій) для цілеспрямованого формування окремих компонентів «цифрової» Я-концепції.

Список використаних джерел

1. Житар М. О. Вплив цифрової трансформації на економічний механізм підприємств та їх комунікаційні стратегії як невід'ємної складової сучасної фінансової архітектури. *Економіка та суспільство*, 2025. № 74. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-84>
2. Dweck C. S. *Mindset: The New Psychology of Success*. New York : Random House, 2006. P. 320.
3. Kotler P., Kartajaya H., & Setiawan I. *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Hoboken, New Jersey : Wile, 2021. P. 221.
4. Schwab K. *The Fourth Industrial Revolution*. New York : Crown Publishing Group, 2017. P. 171.

ЗМІСТ

Дмитро Бігунов Психологічні ресурси періоду становлення дорослості: роль емоційного інтелекту.....	4
Васильєв Адам Особистісна криза молоді як теоретичний конструкт та його операціоналізація.....	6
Вашенюк Антон Психологічні чинники розвитку обдарованості під час вивчення економічних дисциплін	10
Волошина Валерія Результати апробації програми психологічної реабілітації військовослужбовців «Відновлення під час війни».....	12
Гапочка Яна Взаємодія як смисловий ресурс команди супроводу.....	16
Главінська Еліна Психологічна підтримка сімей у період кризи підліткового віку: досвід програми «Ти як»?.....	18
Григор'єв Олег Феномен інституційного синдрому в контексті перебування особистості в інтернатах закритого типу	20
Данилів Павло Гендерна дисфорія в контексті науково-психологічного дискурсу: соціальний конструктивізм VS нейробіологія	23
Демура Анна Музикотерапія як засіб удосконалення освітньо-професійної підготовки майбутніх психологів.....	25
Герасимчук Оксана Методологічні підходи у розробці програми зниження агресії фруструючою особистістю.....	28
Гладкий Юрій Обґрунтування провідних методик дослідження застосування психологічного впливу у маркетингових комунікаціях	31
Жилко Олексій Психологічні умови розвитку навичок критичного аналізу власного управлінського досвіду.....	33
Зіненко О. Ціннісні чинники формування національної ідентичності в умовах глобалізації та інформаційної інтеграції.....	34
Каліцинський Валентин Вплив міжособистісних відносин у колективі на формування синдрому емоційного вигорання серед працівників банківських установ	37
Кардаш Іван Концептуалізація диспозиційних предикторів копінгу менеджерів у сучасному психологічному дискурсі	38
Коротка Ірина, Матяш-Заяц Людмила Внутрішньоособистісний конфлікт як предмет психологічного дослідження.....	41
Криворука Єлизвета Методика дослідження психологічних особливостей прояву самооцінності.....	44

Лазарук Андрій Штучний інтелект як інструмент підтримки вчинку самовизначення майбутніх психологів	47
Луцик Галина STEM-підхід як інноваційний напрям у професійній підготовці психологів.....	50
Малімон Володимир Посттравматичний стресовий розлад і вторинна травма як наслідки війни.....	53
Малігін Олександр Комппульсивний сексуальний розлад: психологічні механізми та клінічні прояви.....	55
Молочко Ярослав Вплив цифрової культури на формування нарцисичної спрямованості особистості.....	57
Мошаров Дмитро Психологічні механізми маніпуляції масовою свідомістю у сучасному медіа-просторі.....	60
Несен Роман Музикотерапія як інструмент розвитку емоційного інтелекту	62
Овчиннікова Ольга Дієві методи гештальт-терапії для розвитку стресостійкості майбутніх психологів.....	64
Онокало Олександр Психологічна готовність до лідерства та наставництва в ІТ-середовищі.....	67
Паламарчук Володимир Формування Я концепції майбутнього маркетолога в умовах цифрової трансформації.....	69
Паламарчук Владислав Психологічні механізми стресостійкості та саморегуляції в умовах високоефективного професійного спілкування	71
Панащук Ігор Роль професійної рефлексії у становленні педагога.....	73
Патута Богдана Психологічні інтервенції для зниження ризику втоми від співчуття серед сестер /братів медичних	75
Підбуцька Ніна, Надточій Альона Сучасні тенденції дослідження психологічних технік впливу в міжособистісних конфліктах	77
Рудковська Оксана Розвиток гнчкості мислення шляхом ігропрактик.....	79
Сидоркевич Дмитро Психологічні умови формування емпатійної стійкості у фахівців із фізичної реабілітації.....	84
Сірко Володимир Класифікація основних викликів, з якими зустрічаються військові капелани в умовах війни.....	83
Тетеря Костянтин Теоретико-методологічні аспекти застосування каністерапії в структурі психологічного супроводу осіб з набутим травмівним досвідом.....	85

Хомин Олег Психологічна готовність юриста до роботи з клієнтами, що переживають травматичний досвід	88
Чорний Олександр Наративна компетентність як чинник добробуту в контексті інформаційно-сміслової війни.....	90
Шаповалов Андрій Психологічні особливості професіоналізації молоді в умовах інтеграції в професійне середовище.....	93
Шевченко Тетяна Методологічні орієнтири розвитку метакогнітивного контролю здобувачів вищої освіти: від теоретичної моделі до освітньої програми.....	95
Шеремет Микола Взаємозв'язок соціально-психологічної та конфліктологічної компетентності менеджера:теоретичний аналіз	97
Янкавс Юрій Формування готовності до переконання та мотиваційного спілкування у майбутніх тренерів	101
Ivashkevych Ernest Peculiarities of the translator's professional activity and the formation of his/her translation consciousness.....	103
Mykhalchuk Nataliia, Ivashkevych Eduard Types of procrastination of the person.....	105