

С.М. Ілляшенко, д-р екон. наук, проф. (СумДУ, Суми)
Ю.С. Шипуліна, д-р екон. наук, доц. (НТУ «ХПІ», Харків)
Н.С. Ілляшенко, канд. екон. наук, доц. (СумДУ, Суми)

ЗАСТОСУВАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ-МАРКЕТОЛОГІВ

Поширення інформаційних комп'ютерних технологій (ІКТ) та зростання ступеня інформатизації усіх аспектів життєдіяльності людини істотно впливають на навчальний процес у ЗВО [1; 2]. Торкаються вони і організації самостійної роботи студентів, зокрема, при підготовці фахівців зі спеціальності «Маркетинг» на каф. маркетингу та управління інноваційною діяльністю (УІД) Сумського державного університету. Авторами узагальнено і систематизовано досвід використання ІКТ на кафедрі маркетингу та УІД СумДУ.

ІКТ застосовуються для: надання завдань для самостійного вивчення студентами окремих розділів дисциплін; консультування студентів викладачем; отримання викладачем виконаних робіт для перевірки; пошуку студентами необхідних навчальних та інформаційних матеріалів, виконання завдань тощо. Для обміну інформацією між студентами і викладачами використовуються технології e-mail, а також соціальних мереж, зокрема, Facebook, як технічні засоби – персональні комп'ютери, смартфони. Завдання підбираються таким чином, щоб студенти групами (по 3–4 особи) виконували роботи з використанням ІКТ. Наприклад: аналіз і порівняння комунікативної ефективності сайтів організацій (конкретних галузей чи регіонів); порівняльний аналіз конкурентоспроможності організацій (їх продукції) на певних ринках; аналіз ринкових можливостей і загроз організації певного виду бізнесу (у населеному пункті чи регіоні) тощо. Отримані у ході виконання завдань результати оформлюються як презентація і доповідаються на занятті, при цьому заохочується дискусія.

Узагальнення досвіду застосування ІКТ у навчальному процесі кафедри маркетингу та УІД СумДУ при викладанні дисциплін маркетингового профілю (при організації самостійної роботи студентів) дозволило виділити такі його важливі аспекти:

– розширило інформаційне забезпечення навчального процесу за рахунок доступу у мережі Інтернет до навчально-методичних матеріалів, інформаційних джерел, програмних продуктів тощо;

– формує у студентів навички використання ІКТ для вирішення завдань, які можуть постати у практичній діяльності фахівців з маркетингу;

– забезпечує ефективні комунікації між членами груп студентів, які виконують завдання, а також між студентами і викладачем;

– надає можливості геймеризації завдань на самостійну підготовку (самостійну проробку) студентами, що підвищує їх зацікавленість;

– різко підвищує оперативність і якість виконання завдань самостійної підготовки студентів, якість аналізу і презентабельність представлення отриманих результатів;

– підвищує вимоги до професорсько-викладацького складу, зокрема: їх професійних компетенцій; рівня знань щодо найсучасніших досягнень у обраній галузі знань; уміння застосовувати сучасні ІКТ; здатності творчо застосовувати сучасні технології викладання з застосуванням ІКТ тощо.

Слід зазначити, що завдання на самостійне опрацювання матеріалів навчальних дисциплін можуть надаватися як «на дім», так і на виконання безпосередньо під час практичного чи лекційного заняття (для закріплення навчального матеріалу). Це уможлиблюється наявністю практично у всіх студентів мобільних гаджетів, з яких можна здійснити доступ до потрібних сайтів, сторінок у соціальних мережах та ін. через wi-fi або ж за допомогою мобільного інтернету. Практика свідчить, що застосування ІКТ при виконанні студентами завдань самостійної підготовки викликає зацікавленість студентів і добре сприймається ними.

Багаторічний досвід застосування ІКТ при підготовці фахівців з маркетингу на кафедрі маркетингу та УІД СумДУ, зокрема, при організації самостійної роботи студентів підтвердив їх ефективність. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на аналіз та узагальнення передового світового досвіду, а також адаптацію зарубіжних розробок до вітчизняних умов.

Список джерел інформації

1. Ілляшенко С. М. Особливості підготовки фахівців в умовах інформатизації суспільства / С. М. Ілляшенко // Інновації в бізнес-освіті : зб. матеріалів І Міжнар. наук. практ. інтернет-конф. ; 27 березня 2015 р., м. Київ. – К. : КНЕУ, 2015. – С. 145–148.

2. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань : монографія / С. М. Ілляшенко. – Суми : ТОВ «Діса плюс», 2016. – 192 с.