

Саме в цій особливості успіх японського освіти: «Технологічний стрибок в Японії став можливим багато в чому за рахунок такого поділу завдань і успішного розвитку шкіл післядипломної освіти». Установлення та стабілізація взаємодії між бізнесом і вищою освітою необхідна в двох аспектах: з одного боку, люди зайняті в бізнесі породжують попит в якісних кадрах, в тому числі й самі бізнесмени звернені на отримання додаткових знань, з іншого, встановлення зв'язку з бізнесом дозволяє отримати додаткову фінансову підтримку, необхідну в удосконаленні освітніх практик в рамках вищої школи.

У разі великої кількості студентів вища освіта страждає недостатнім контролем в аспекті якості, що веде до погіршення якості наданої освіти. Ще одна проблема – недостатнє фінансування освітньої сфери.

УДК 005.336.2:378.4:316.472.4

Т.М. Хаустова, канд. техн. наук, ст. викл. (*ХДУХТ, Харків*)

Н.В. Федак, канд. техн. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

Б.Б. Ботштейн, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

КОМПЕТЕНТІСНА СИНЕРГІЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Сучасний підхід до організації освіти орієнтовано на внесення в освітній процес новизни, обумовленої стрімкою діджиталізацією, специфікою різних технологій навчання, потребами особистості, суспільства і держави. Сьогодні для реалізації актуальних вимог якісної освіти є обґрунтованою розробка нових форм організації освітнього процесу. Однією з умов, що забезпечить якість освітнього процесу є такі компетентності викладача: разом із високою фаховою підготовкою, мобільність, активність та участь у соціально-мережному часі студентів.

Серед інформаційно-комунікаційних компетентностей, якими повинен володіти той, хто навчає: володіння навичками інформаційної навігації, уміння користуватися комплексом можливостей інформаційного середовища, знання специфіки роботи з інформаційними ресурсами, уміння активно використовувати комунікаційні можливості соціальних мереж. У створенні ефективного середовища для зв'язку і комунікацій викладач-студент важливу роль відіграють соціальні мережі.

Кафедра харчових технологій в ресторанному господарстві ХДУХТ (раніше кафедра технології харчування) має сторінки в найбільш популярних соціальних мережах FB та Instagram. Формування освітнього контенту відбувається синергетично, відповідно до компетентностей тієї чи іншої дисципліни (теми). Керування публічною сторінкою здійснюється адміністраторами, які чітко визначають матеріал, що буде висвітлюватись.

Інформація, що розміщується на сторінках кафедри, має різні форми і виконує визначені функції, а саме:

- оголошення дозволяє за короткий час повідомити якомога більше студентів про актуальні зміни в освітньому процесі;

- опитування дозволяє моніторити думку аудиторії користувачів;

- фотоальбом дозволяє розміщувати навчальний матеріал в малюнках, ілюстраціях, фотографіях;

- відео активує відомості про події та стимулює на відгук;

- матеріали для навчання (схеми, таблиці, текстовий матеріал, цікаві факти тощо) більше мають довідковий характер.

За час існування сторінки кафедри в соціальних мережах створення освітнього контенту, наприклад, відбувалось для дисциплін «Основи технології галузі» (4 розділ) та «Культура харчування», що є початковими з циклу фахових дисциплін. Намагаючись поєднати сучасні психолого-педагогічні та інформаційно-комунікаційні технології, для студентів створювались пости з окремих тем (відео-, фотоматеріали, таблиці та ін.). Студенти опрацьовували інформацію, після чого безпосередньо на заняттях відбувалось обговорення проблемних питань.

Також на сторінках кафедри надаються звіти (часто фотозвіти) про проведені кафедрою заходи, а також анонси подій та запрошення до участі в актуальних заходах.

Аналіз контенту сторінок дає змогу виокремити найпопулярніші рубрики серед публікацій: відомості інформативного та пізнавального характеру про спеціальність – 35%, інформація про освітній процес студентів – 35%, відомості про виховні заходи – 18%, організаційна інформація – 12%.

Серед відомостей інформативного й пізнавального характеру найбільшу зацікавленість аудиторії користувачів викликали відеорепортажі з завідувачем кафедри, інформація про викладачів кафедри, інтерв'ю колишніх випускників кафедри, а на сьогодні знаних фахівців галузі тощо. Популярна інформація про освітній процес містить, до прикладу, відомості про проведення у студентів

практичних та лабораторних занять, проходження різних видів практики, участь у конкурсах та олімпіадах.

Таким чином, керуючись сучасними тенденціями у розвитку інформаційних технологій, можна стверджувати, що створення та використання освітнього контенту в соціальних мережах сприяє формуванню культури спілкування у віртуальному середовищі, розвитку комунікативної компетентності, що в подальшому позитивно вплине на адаптацію до професійної діяльності майбутніх фахівців.

УДК 366.622:373.6

Ю.М. Хацкевич, канд. техн. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

Т.В. Щербакова, канд. техн. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

Г.А. Селютіна, канд. техн. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

ВАЖЛИВІСТЬ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ КОНСЬЮМЕРИЗМ» ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

Підписавши Угоду про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, ратифіковану Верховною Радою України у вересні 2014 року, Україна взяла на себе зобов'язання забезпечити високий рівень захисту прав споживачів та досягти сумісності між системами захисту прав споживачів України, ЄС та світової спільноти. Забезпечення прав споживачів належить до політичних пріоритетів держав з розвинутою ринковою економікою, що пояснюється важливим місцем споживача в ринкових відносинах. Так, згідно з даними Європейської Комісії, 57% внутрішнього валового продукту ЄС складають надходження від споживчих витрат. Європейський Союз усвідомлюючи, що активність споживача на внутрішньому ринку може позитивно впливати на економічне зростання в цілому, розглядає його як важливого учасника цього ринку. Саме тому співпраця України з ЄС в споживчому секторі матиме вплив на досягнення її економічних цілей асоціації. Ось чому дуже важливим є орієнтація фахового рівня майбутніх випускників нашого університету на поступову інтеграцію України до Європейського Союзу та розвинених країн світу.

Відомо, що США, Англія, Франція, Німеччина мають великий історичний досвід розвитку руху з захисту прав споживачів. Зрозуміло, що такий історичний досвід сьогодні позитивно впливає на розробку