Таким чином, складна епідеміологічна ситуація у світі, у зв'язку з якою більшість країн обмежили доступ майже 90% всіх напрямків у світі, дає великі можливості українським турагентам для розвитку внутрішнього туризму України.

Список джерел інформації

1. http://www.tourism.gov.ua/
2. http://www.ukrstat.gov.ua/

І.В. Удовенко, канд. філол. наук *(ХДУХТ, Харків)*
Л.А. Подворна, ст. викл. *(ХДУХТ, Харків)*

СУЧАСНІ МЕТОДИ ВИКОРИСТАННЯ ЗМІШАНОГО НАВЧАННЯ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ЗВО

Використання змішаного навчання «blended learning», в основі якого знаходиться концепція об'єднання аудиторного навчання і технологій електронного навчання, яке базується на нових дидактичних можливостях з використанням ІКТ, надає сучасному викладачу необмежені можливості процесі викладання предмету іноземна мова.

Даний метод навчання насамперед дозволяє завдяки гнучкості та доступності розширити можливості студентів, прийняти до уваги індивідуальні потреби, ритм та темп засвоєння матеріалу, який вивчається; стимулювати утворення активної позиції студента, підвищення його мотивації, самостійності, соціальної активності; зробити процес навчання більш індивідуальним і водночас персоналізувати навчальний процес.

Сьогодні значення електронного навчання e-learning у вищій школі постійно зростає. У ХДУХТ при вивченні іноземної мови активно використовується електронне навчання, оскільки воно відповідає вимогам сучасних студентів, які живуть у час електронних технологій. Ці технології одночасно допомагають і викладачу у його нововведеннях, а також сприяють обміну знаннями та досвідом на внутрівузівському та міжвузівському рівнях, значно розширюють горизонти дистанційного навчання, роблячи доступним матеріал для студентів як великих міст так і малих селищ.

Використання ІТР відповідає глобальним тенденціям розвитку, а також допомагає студенту адаптуватися у сучасному суспільстві стрімкого розвитку. При змішаному навчання поєднання електронного

навчання з традиційним очним не тільки доповнює традиційне навчання та скорочує час, який студент проводить при вивченні матеріалу в аудиторії, а також є невід'ємною складовою навчального процесу. Стратегія організації по розвитку електронного навчання повинна виходити з того що, електронне навчання є новою освітньою парадигмою, і ґрунтується на готовності організації реалізувати електронне/змішане навчання. Роль та значення досвіду викладача при змішаному викладанні є досить важливими, оскільки при використанні в навчальному процесі лише ІТР існує ймовірність неправильного трактування студентами теоретичного матеріалу, відсутність соціального контакту з іншими учасниками навчання.

Одна з основних ролей викладача при змішаному навчанні полягає у наданні допомоги та консультації при виборі освітньої траєкторії, організації та скеровуванні навчального процесу, підготовки електронного варіанту навчального матеріалу. Викладач організовує самостійну когнітивну діяльність студента. Змішане навчання стимулює формування та навички самонавчання і пошуку необхідного матеріалу та інформації. Практика говорить, що найбільший ефект досягається лише при поєднанні традиційного очного та дистанційних навчань. Змішана форма навчання допомагає значно знизити проблему пропуску студентами занять, оскільки студенти мають можливість самостійно опрацювати матеріал в електронному вигляді і виконати всі необхідні практичні завдання. Змішане навчання допомагає також скорегувати різноманітний рівень знань студентів на початковому етапі. Гнучка система електронного тестування сприяє систематичному контролю знань студентів.

Використання змішаного навчання призводить до підвищення зацікавленості студентами у навчанні, адже відбувається природне засвоєння сучасних комунікативних засобів і засобів організації роботи, що сприяє розвитку інформаційно-комунікативної компетентності студентів.

Концепція змішаного навчання і базується на оптимальному використанні всіх можливостей традиційного та новітнього навчання. Реалізація змішаного навчання передбачає збереження загальних принципів побудови традиційного навчального процесу з використанням сучасних електронних можливостей. Це поєднання може відбуватися як на окремих етапах так і на рівні всієї дисципліни. Досвід викладачів як нашого університету, так і інших навчальних закладів говорить про те, що використання лише «електронного дистанційного навчання» не є достатньо ефективним, оскільки відсутнє «живе» спілкування з викладачем та з іншими студентами,

погана організація навчального процесу. На успішність освоєння матеріалу впливає і пропускна система інтернету, адже вона не завжди, відповідає необхідним вимогам. Проте вороття лише до традиційного навчання однозначно не є ефективним, цю думку розділяють більшість викладачів.

Н.М. Кривошеева, спец. высшей категор., препод.-методист
(ХТЭК КНТЭУ, Харьков)

ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНТЕГРИРУЮЩИЙ ФАКТОР ДОСТИЖЕНИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

Современным направлением науки управления предприятием является активное применение инструментов и методов внутреннего маркетинга как самостоятельной стратегии. Сегодня в менеджменте используется рыночно ориентированный подход, где важное место занимает поведение сотрудников, их отношение к предприятию. Возрастание роли внутреннего маркетинга обусловлено, во-первых, необходимостью обеспечения взаимодействия между тремя рынками: рабочих мест, покупателей рабочей силы, так и самой рабочей силы, во-вторых, потребностью внутрифирменного кадрового регулирования и его рационального использования.

Инновационное рыночное развитие предприятия предполагает выстраивание, стимулирование, координирование и интегрирование персонала для эффективного применения корпоративных и функциональных стратегий. Такое взаимодействие с мотивированным и клиентоориентированным персоналом обеспечит удовлетворение потребителя.

Ф. Котлер полагает, что стратегия внутреннего маркетинга направлена на усовершенствование отношений компании с персоналом: маркетинговые методы нужно применять для того, чтобы мотивировать сотрудников качественно обслуживать потребителей.

Выбор инструментов внутреннего маркетинга существенно зависит от специфики бизнеса, фазы жизненного цикла компании и задач системы мотивации. Поэтому стоит отметить важность поиска точного баланса между мотивирующими и стимулирующими инструментами. Так, стимулирующие инструменты поощряют результаты, важные для бизнеса и обеспечивают материальные вознаграждения за индивидуальные или групповые достижения.