

**В.С. Артеменко**, канд. техн. наук

**І.Г. Бубенець**, ст. викл.

**Ж.В. Бурлакова**, ст. викл.

## **НЕОБХІДНІСТЬ РОЗРОБКИ ЕЛЕКТРОННИХ НАВЧАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ ПЕРЕПІДГОТОВКИ МАРКЕТОЛОГІВ**

*Розглянуто питання про використання інформаційних технологій у розробці електронних навчальних ресурсів для перепідготовки маркетологів. Визначено необхідність вивчення інноваційних технологій навчання. Запропоновано створити нові наукові і науково-методичні ресурси для спеціальності 7.050108 «Маркетинг».*

*Рассмотрен вопрос об использовании информационных технологий в разработке электронных учебных ресурсов для переподготовки маркетологов. Определена необходимость изучения инновационных технологий обучения. Предложено создать новые научные и научно-методические ресурсы для специальности 7.050108 «Маркетинг».*

*A question about the necessity of the use of information technologies in development of electronic educational resources for retraining of marketing specialists is considered. The necessity of study of innovative technologies of teaching is certain. It is suggested to create new scientific and scientifically-methodical resources for speciality a 7.050108 «Marketing».*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Сучасний етап розвитку суспільства характеризується переходом до особистісно орієнтованої парадигми освіти, яка передбачає диференційований підхід, що враховує рівень інтелектуального розвитку студента, його здатності й задатки, ступінь підготовленості до вивчення конкретного предмета. Впровадження в освітню діяльність інформаційно-комп'ютерних технологій дозволяє підвищити результативність освітніх систем. У новому інформаційному середовищі знання постають як єдина динамічна система. Мережа електронних засобів комунікації передбачає можливість вільного доступу до інформації, задоволення інформаційних потреб користувачів.

Вища школа підприємництва ХДУХТ мобілізує слухачів до активної співпраці під час їхньої перепідготовки, а не просто забезпечує викладання. Наші численні дослідження свідчать, що одночасне вивчення великої кількості дисциплін при відсутності поточного контролю опануванням ними не сприяє систематичній

роботі слухачів, розпорошує увагу, знижує мотивацію і відповідальність. Відкладена до сесії необхідність здавати заліки та іспити формує у слухачів байдуже відношення до занять. Тому створення електронних модульних програм із навчальних дисциплін, в яких міні-модулі легко можна замінити, поновити, трансформувати, адаптувати, а також створення спецкурсів, які дозволяють студентів здійснювати власний вибір навчальних предметів може суттєво покращити якість підготовки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Астахова В.І., Бондаренко М., Волович В. розглядають Болонський процес як нову парадигму освіти в Україні, яка сприяє забезпеченню створення атмосфери відповідальності середовища, що стимулює самопідготовку [1; 3]. Косаріна В.П., Кухаренко В.М., Гриценко В.І., Манак А.Ф. та ін. приділяють увагу різноманітним інформаційним технологіям навчання, але недостатньо висвітлено проблему мотивації самостійного навчання та пошук рішень щодо його удосконалення [1-3].

**Мета та завдання статті.** Метою наших досліджень був пошук рішень з удосконалення навчальних, навчально-методичних матеріалів, які б стимулювали підвищення мотивації самостійного навчання. Застосування інформаційних технологій у розробці гнучкої структури побудови навчально-методичних матеріалів дозволить здійснити професійну перепідготовку слухачів і надати їм можливість отримати повноцінну освіту. А саме, необхідно створити цикл електронних версій змістовних модулів дисциплін, що передбачені освітньо-професійною програмою перепідготовки спеціалістів напрямку 7.050108 «Маркетинг», які мають бути складовою частиною загального навчально-методичного комплексу «Інформаційно-освітні ресурси для слухачів ВШП».

**Виклад основного матеріалу дослідження.** При переході до системи випереджаючої освіти, необхідно оцінювати якість навчання відносно можливості одержання необхідної інформації, її доступності, а також повноти, оперативності, адекватності завданням, що вирішуються. Відповідно до світових стандартів освіти, для якісного навчання маємо створити міцну базу для перепідготовки спеціалістів з маркетингу, що є підґрунтям для визнання у світі державного диплома України про вищу освіту. Саме з інноваційними технологіями навчання Вища школа підприємництва ХДУХТ пов'язує реальні перспективи підготовки конкурентоспроможних фахівців, тому вважаємо за необхідне постійно приводити освіту до вимог суспільного прогресу, трансформувати і модернізувати зміст, форми і методи навчання.

Для системного впровадження інноваційних технологій у навчанні маркетологів викладачами ВШП ХДУХТ передбачено створити принципово нові науково-методичні і навчальні ресурси зі спеціальності «Маркетинг», а також систематично поповнювати базу електронних навчальних ресурсів сучасними навчальними, науковими, методичними та періодичними виданнями, створювати разом з бібліотечним фондом ХДУХТ комп'ютерні підручники, електронні бібліотеки; відкривати доступ до інформаційних ресурсів через мережу Інтернет. Вкрай необхідна розробка нового покоління мережених технологій, що дозволять поліпшити інформаційне забезпечення наукових досліджень (дружність інтерфейсів, безпека мереж); створення нових, інтегрованих і міждисциплінарних систем, що сприяють розвитку нових форм підтримки наукових комунікацій інформації і публікації. Використання мережених технологій сприяє переходу від електронних бібліотек і електронних публікацій до віртуальної інформації та створення віртуального робочого середовища з можливістю кооперативного використання віртуальних ресурсів.

У європейських університетах самостійна робота – це основна форма занять студентів [3]. ВШП ХДУХТ прикладає багато зусиль для того, щоб створити належні умови для самостійної роботи слухачів і викладачів, розробити та забезпечити відкритий доступ до бази електронних навчальних ресурсів для перепідготовки маркетологів. Керівництво ВШП залучає до співпраці щодо перепідготовки спеціалістів з маркетингу провідних фахівців галузі та викладачів ХДУХТ, які впроваджують сучасні новітні технології навчання, мають електронні варіанти навчально-методичних комплексів своїх дисциплін, що забезпечує належну базову та професійну перепідготовку слухачів. Головне – сформувати інтерес і творче ставлення до навчання, створити для цього відповідні умови.

Ми вважаємо, що вільний доступ слухачів до бази електронних навчальних ресурсів з обраної спеціальності буде спонукати їх до систематичного та самостійного навчання. Індивідуальний підхід викладачів до планування самостійної роботи слухачів (СРС) та наповнення її відповідним змістом будуть сприяти підвищенню ефективності навчання та дієвого контролю з боку викладача за виконанням завдань кожним слухачем. Усі складові СРС – багатоваріантні індивідуальні завдання та методичні рекомендації щодо їх виконання, теми рефератів та презентацій й вимоги щодо їх оформлення, зразки розрахункових робіт слухач зможе отримати як в електронному вигляді на відповідному носії, так й дистанційно, скориставшись Інтернетом. Співробітники ВШП та викладачі, які

розробляють електронні змістові модулі зі своїх курсів наповнюють базу «Інформаційно-освітні ресурси для слухачів ВШП», яка має бути сторінкою ВШП у мережі університетської дистанційної освіти, а слухач може ними скористатись, за електронною поштою надіслати для перевірки свої звіти, реферати тощо, отримати зауваження та рекомендації від викладача й працювати з ними далі. Систематична, мотивована самостійна робота дає слухачу змогу опанувати усіма необхідними знаннями, мати чіткі орієнтири і стимули щодо здобуття вмінь, практичних навичок та компетенцію з певної спеціальності.

**Висновки.** Освітньо-професійна програма перепідготовки маркетологів розроблена з урахуванням того, що майбутній спеціаліст буде мати нагоду адаптуватись до різних умов, структур і сфер діяльності. Формування знань, навичок та вмінь майбутніх маркетологів передбачає поєднання теоретичної, практичної та самостійної роботи слухачів. На нашу думку, до теорії підготовки маркетологів необхідно підійти з точки зору розвитку тих природних, особистісних якостей, які відрізняють талановитого маркетолога від звичайного керівника по збуту.

Знання ринку і професіоналізм в поєднанні з грамотністю у сфері інформаційних технологій є необхідною умовою плідної праці маркетолога на всіх етапах діяльності: плануванні, організації досліджень, прогнозуванні, оцінки та контролю результатів.

Ми вважаємо, що використання слухачами-маркетологами бази електронних навчальних ресурсів може бути спрямовано на розкриття творчого потенціалу майбутніх фахівців, на розвиток здатності мислити і діяти самостійно в найскладніших і не передбачуваних ситуаціях та дозволить забезпечити нову якість освітнього процесу при менших затратах сил і часу викладачів та слухачів.

#### *Список літератури*

1. Бондаренко, М. На шляху інтеграції [Текст] / М. Бондаренко // Новий колегіум. – 2004. – № 1/2 – С.12–14.
2. Волович, В. Болонський процес и новая парадигма образования в Украине [Текст] / В. Волович // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – № 4. – С.189–199.
3. Болонський процес у фактах і документах (Сорбона – Болонья – Саламанка – Прага – Берлін) [Текст] / М. Ф. Степко [та ін.] – Т. : Вид-во. ТДПУ, 2003. – 52 с.

Отримано 30.09.2009. ХДУХТ, Харків.

© В.С. Артеменко, І.Г. Бубенець, Ж.В. Бурлакова, 2009.