

— не обмежувати себе у виборі навчального закладу і освітніх можливостей, незалежно від свого місце знаходження;

— самостійно планувати час і розклад занять, а також список предметів, що вивчаються;

— вчитися в найбільш приємній і сприяючій продуктивності обстановці, створюючи для себе комфортну атмосферу.

До недоліків дистанційного навчання можна віднести:

— відсутність особистого спілкування з викладачем (відбувається менш ефективно, позбавлена індивідуальності передача знань). Також не вистачає спілкування з колегами-студентами для обміну досвідом;

— потребує самоорганізації студентів та уміння вчитися самостійно, без постійної підтримки викладача;

— відсутність можливості негайного практичного закріплення застосування отриманих знань з подальшим обговоренням виникаючих питань з викладачем і роз'ясненням ситуації на конкретних прикладах;

Стрімкий розвиток мережевих інформаційних технологій, окрім помітного зниження тимчасових і просторових бар'єрів у поширенні інформації, відкрив нові перспективи у сфері освіти.

Можна з упевненістю стверджувати, що в сучасному світі має місце тенденція злиття освітніх і інформаційних технологій і формування на цій основі принципово нових інтегрованих технологій навчання, заснованих, зокрема, на Internet-технологіях.

Ці переваги зумовили активізацію роботи колективів багатьох вищих навчальних закладів по впровадженню інформаційних технологій у традиційну модель навчального процесу.

*Бенівська І. В.*, асистент  
кафедри маркетингу

### **КЕЙС ЯК ОДИН З МЕТОДІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ВЕДЕННЯ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ У ДИСЦИПЛІНІ «МАРКЕТИНГ»**

У вищій професійній освіті сьогодні актуальною є розробка інноваційних технологій навчання, які використовують компетентний підхід і забезпечують якісну підготовку майбутніх фахівців з освітньої програми дисципліни «Маркетинг».

Один із найпрогресивніших та найефективніших методів впровадження інноваційних технологій навчання у дисципліні «Маркетинг» є метод кейсу (метод ситуаційних завдань — *case studies*), адже це один із засобів придбання практичних навичок, що враховує найрізноманітніші аспекти маркетингу. **Метод кейсу** являє собою активну форму проведення семінарських занять, коли увазі студентів пропонуються конкретні маркетингові рішення і дії у зв'язку з реальною діяльністю підприємств на конкретних ринках. Кейси розвивають аналітичне і маркетингове мислення, майстерність і аргументоване обґрунтування ухвалення рішень, логічний підхід до обговорюваної проблеми, тренують інтуїцію і уміння дискутувати, сприяють умінню оцінювати альтернативи, обирати оптимальний варіант і скласти план його реалізації. При засвоєнні цієї методики студенти навчаються оперативно реагувати на будь-які зміни в ринковій економіці і своєчасно коригувати стратегічні і тактичні плани.

У кейсі розглядається конкретна ситуація, яка відображає положення підприємства за який-небудь проміжок часу. В опис ситуації включаються основні випадки, факти, рішення, що мали місце протягом цього часу. Причому ситуація може відбивати як комплексну проблему, так і будь-яке приватне реальне завдання.

**Можна виділити наступні ключові критерії, які відрізняють кейс від інших методів отримання практичних навичок навчання у дисципліні «Маркетинг»:**

1) джерелом створення будь-якого кейсу є люди, які залучені в певну ситуацію, що вимагає рішення;

2) зміст кейсу повинен відбивати навчальні цілі. Кейс може бути коротким або довгим, викладатися конкретно або узагальнено, він повинен містити дозовану інформацію, яка дозволила б тому, хто навчається, швидко увійти у проблему і мати усі необхідні дані для її вирішення;

3) перевірка в аудиторії — це апробація кейсу безпосередньо в навчальному процесі або оцінка реакції аудиторії на кейс;

4) проблеми, розглянуті у кейсі, мають бути актуальні для сьогоdnішнього дня, оскільки будь-яка взята ситуація вимагає нових підходів.

**Рекомендується наступна послідовність роботи над кейсом:**

1) розбивка усієї групи на 4—5 міні-груп (по 5—7 осіб);

2) отримання інструктажу щодо алгоритму роботи з ситуаційними вправами, інформування про етапи процесу розв'язання ситуаційної справи, сутність і особливості кожного з етапів, основні вимоги до оформлення презентації, критерії оцінювання;

- 3) обговорення вхідної інформації, що міститься у кейсі;
- 4) виділення інформації, над якою повинна працювати аудиторія;
- 5) обмін думками і складання плану роботи над проблемою;
- 6) робота над проблемою (дискусія);
- 7) вироблення вирішень проблеми;
- 8) дискусія для ухвалення остаточних рішень;
- 9) підготовка доповіді;
- 10) аргументований короткий виступ.

Отже, метод кейсу надає можливість: 1) установлення рівноправних партнерських стосунків між викладачем та студентами; 2) організації у процесі навчання продуктивної співпраці тих, хто навчається; 3) практичної реалізації суб'єкт-суб'єктного й особистісно-зорієнтованого підходу до організації педагогічного процесу на практичних заняттях дисципліни «Маркетинг».

*Білоконь І. В.*, канд. екон. наук, доцент  
кафедри регіональної економіки

## **ВИКОРИСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ**

Широке використання наукових результатів та інноваційних технологій у навчальному процесі сьогодні є надзвичайно важливим та актуальним завданням. Слід урахувати, що сучасні університети не лише надають освітянські послуги, але й поступово стають центрами формування знань, інновацій і компетенцій. Високі рейтинги вузів залежать від їх внеску у поширення знань через наукові дослідження, широке використання наукових результатів у навчальному процесі, викладання за новітніми навчальними планами та широке використання інноваційних технологій. Рівень університетської освіти в значній мірі залежить також і від якості наукової складової у навчальному процесі, широти застосування інформаційно-комунікаційних технологій у викладанні, навчанні та оцінюванні знань студентів.

Важливими вимогами сучасної системи вищої освіти є широке використання інноваційних технологій та впровадження науко-