тивної педагогіки уможливлюється подолання обмеженостей інструментальної раціональності, відкривається простір комунікативної раціональності й комунікативної дії, і, зокрема, відкривається й утримується горизонт людяності, етичної раціональності.

Викладання інтегративного курсу «Культурології (культурологія, етика, естетика)» здійснюється на основі сучасної освітньої моделі — авторської комунікативно-креативної педагогіки, яка ґрунтується на ідеях партнерства, співтворчості, інтерсуб'єктивного діалогу. Яскравим прикладом співпраці, партнерства, діалогу викладача і студентів П курсу кредитно-економічного факультету стала підсумкова студентська науково-практична конференція

«Діалог культур: комунікація і етикет», яка відбулася в концертній залі Центру культури та мистецтв (14 грудня 2007 р.). Конференція набула науково-практичного характеру через поєднання раціонального і гуманітарного типу дискурсів, застосування різних форм комунікативно-креативної педагогіки, зокрема, літературно-музичної композиції, доповідей, презентацій, відеофільмів, культурологічної гри, етико-психологічних експериментів, композиції тощо. У підготовці та проведенні конференції брали участь понад 120 студентів, які проявили таланти та зусилля в різних видах діяльності, а за матеріалами конференції створено відеофільм «Діалог культур: комунікація і етикет».

Література

1. *Дерев'янко Т. М.* Етика: Навчальний посібник. — К., 2000. — 316 с.

Т. Є. Дерев'янченко, канд. екон. наук, доц.,
кафедра маркетингу

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ПРАКТИЧНИХ НАВИЧОК ФАХІВЦЯ З МАРКЕТИНГУ

Розвиток й оновлення сучасної вищої освіти в Україні, як і в цілому світі, відбувається надзвичайно інтенсивно і тісно взаємопов'язаний з підвищенням рівня освоєння інновацій в економіці, що, в свою чергу, потребує підготовки фахівців — економістів нового формату.

Нова стратегія розвитку вищої освіти має спиратись на світовий досвід і враховувати нове бачення вищої освіти, а саме: рівність доступу до вищої освіти; гармонізацію відносин із ринком праці; впровадження інноваційних навчальних технологій.

Поширення маркетингу на вітчизняних підприємствах, запровадження його у нові сфери діяльності та покращення інфраструктури, курс України на входження в європейський освітній простір обумовлюють удосконалення підготовки фахівців з маркетингу на підставі компетентісного підходу. Саме компетентнісний підхід є основою для визначення методологічних прийомів підготовки фахівців для національних економік, у тому числі в Україні.

Майбутні фахівці з маркетингу, поряд із опануванням теорії і методології маркетингу, повинні володіти високим запасом практичних знань і навичок із умінням їх творчо застосовувати у практичній діяльності, працювати не лише за визначеними схемами, але й вирішувати проблеми нестандартно, винахідливо.

Тільки за таких умов випускники спеціальності «Маркетинг» на достатньому рівні виконуватимуть наступні професійні завдання:

- визначення кола ділових партнерів та формування партнерських відносин;
- маркетингові дослідження та їх інформаційне забезпечення;
- стратегічне маркетингове планування та планування продуктової, цінової політики, політики розподілу та комунікацій, інших напрямків маркетингової роботи та логістики;
- маркетинг в інноваційній діяльності;
- організація взаємодії служби маркетингу зі структурними підрозділами підприємства та господарюючими суб'єктами зовнішнього середовища;
- здійснення закупівлі, розподілу та продажів сировини, матеріалів, товарів і послуг, логістичних процесів;
- облік, контроль і аналіз ефективності маркетингової та логістичної діяльності;
- консалтинг маркетингової діяльності;
- комунікативна діяльність маркетологів.

З метою ефективної підготовки фахівців, яка визначається якістю навчального процесу і сприяє вирішенню цих завдань, на кафедрі маркетингу широко застосовують у навчальному процесі методи, які спрямовані на активізацію практичних навичок студентів: ділові ігри, кейс-методи, проблемно-пошукові завдання, тренінгові технології, реферативні дослідження, дискусії, ком-

п'ютерні технології тощо. Крім того важливою є практика студентів — невід'ємна складова навчального процесу. Основною метою практики є поглиблення знань, набутих у процесі навчання, розвиток навичок, розв'язання прикладних завдань і підготовка студентів до самостійної роботи у сфері управління.

Тільки за умови застосування сучасних технологій навчання при підготовці фахівців з маркетингу, можна сформувати у наших студентів професійні компетенції, навички практичного застосування набутих знань і умінь, прийняття ефективних управлінських рішень.

В. Д. Дербенцев, канд. екон. наук, доц.,
С. О. Троян, аспірант,
А. А. Овчаренко, асист.,
кафедра інформатики

ХАРАКТЕРИСТИКА ТА МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ПРИСТРОЇВ ДЛЯ ЧИТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ КНИГ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

Тенденції розвитку сучасних інформаційних технологій призвели до появи величезної кількості матеріалів для читання в електронному вигляді, що розповсюджуються на різноманітних носіях та через мережу Інтернет. У більшості випадків для читання цих матеріалів застосовується настільний або мобільний персональній комп'ютер, але читання за допомогою цих пристроїв не завжди зручно. По-перше, читання призводить до швидкого стомлювання читача, по-друге — ноутбуки, принаймні бюджетної цінової категорії, не є в недостатній мірі компактними (у порівнянні зі звичайно книгою) та не завжди мають достатню ємність акумулятора.

Останнім часом для читання електронних документів почали широко застосовуватись сучасні мобільні телефони, комунікатори та смартфони. Вони зручні в застосуванні, але не можуть у повній мірі задовольнити читача, маючи цілий ряд вад: невеликий розмір екрану, обмеження в форматах файлів, способи підключення до ПК, невеликий час роботи тощо.