

ги до забезпечення необхідною інформаційною базою кафедральних навчально-методичних кабінетів.

Отже, для підвищення рівня практичної підготовки фахівців з обліку і аудиту та їх конкурентноздатності на сучасному ринку праці індивідуалізація виконання практичних завдань та посилення інтенсивності самостійної, але добре організованої кафедрою роботи студентів, в контексті приєднання до Болонської декларації мають щонайважливіше значення.

Н. С. Пінчук, канд. екон. наук, доц.,
О. О. Бодрий, асист.,
кафедра інформаційних систем в економіці

ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ «ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ»

Індивідуальна робота студентів є системою, в якій інтегровані декілька видів навчального процесу: засвоєння теоретичного матеріалу, виконання практичних робіт і розрахунки на комп'ютері з наступним аналізом отриманих даних і прийняттям рішень у конкретній ситуації.

При вивченні дисципліни «Інформаційні системи і технології в маркетингу» індивідуалізація навчального процесу знайшла найбільше відображення при проведенні лабораторних робіт. Ці питання можуть бути розглянуті на прикладі виконання модульних завдань та лабораторних робіт.

Для виконання модульного завдання по темі «Інформаційна технологія дослідження попиту на товари з використанням анкет» кожний студент обирає собі товар чи послугу, попит на які буде досліджуватись. Для кожного товару (послуги) з врахуванням вимог маркетингових досліджень та комп'ютерних технологій розробляє анкету, зміст якої обговорює з викладачем. Після цього кожний студент проводить пробне опитування споживачів і збирає відповіді на питання анкети. Отримані відповіді вводяться в комп'ютер і згідно обраних функцій пакета SPSS обробляються. Студент зобов'язаний зробити аналіз отриманих даних і висновки по результатам розрахунків. Всі етапи виконання роботи носять індивідуальний характер і самостійно виконуються.

По другому модулю використовується пакет Project Expert. Кожен студент обирає собі «бізнесову справу», пов'язану з виробництвом чи наданням послуг, визначає асортимент товарів (послуг), витрати на їх виробництво, обсяги продажу тощо. В процесі розв'язання задачі студенти приймають самостійні маркетингові рішення відносно змін в обсягах виробництва і продажу товарів, зменшення витрат і т. п. з метою зробити своє виробництво рентабельним. У висновках до роботи студент обґрунтовує свої рішення, і визначає умови і шляхи подальшого удосконалення маркетингової діяльності.

При виконанні лабораторної роботи по розрахунку цін на товари студенти самостійно встановлюють розмір прибутку, а потім порівнюють розрахункову ціну з ринковою і приймають рішення про зміну розміру прибутку, зменшення витрат, зняття товару з виробництва, що в цілому відповідає конкретним ринковим ситуаціям.

Необхідно відмітити, що на основі базових знань з фахових дисциплін та конкретних завдань з дисципліни «Інформаційні системи і технології в маркетингу» студенти отримують нові, власні знання про конкретні ділянки та ситуації в маркетинговій діяльності, здобуті в процесі індивідуального розв'язання задач і виконання лабораторних робіт. Ці знання більш вагомі і краще зберігаються в пам'яті та навичках студентів, стають їм у нагоді при вирішенні проблем в майбутній практичній діяльності.

*С. Б. Погорєлов, старш. викл.,
кафедра історії економічних учень та економічної історії*

ДО МЕТОДИКИ ПРОВЕДЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ РОБОТИ ПРИ ВИВЧЕННІ ІСТОРИКО-ЕКОНОМІЧНИХ ДИСЦИПЛІН

Сучасні підходи до організації навчального процесу рішуче вимагають забезпечення індивідуалізації навчання як нагальної необхідності при реалізації ідей Болонської конвенції. Перенесення акцентів на організацію переважно самостійного засвоєння знань обумовлює проведення методичної роботи в напрямку подальшого якісного вдосконалення відомих та більш активного запровадження новітніх форм індивідуальної роботи викладача із студентами.