

Розділ 5 Психолого – педагогічні засади впровадження сучасних інформаційних технологій і методик навчання студентської молоді у закладах вищої освіти

Найменування	Кількість	Ціна	Сума	Найменування	Кількість	Ціна	Сума
Шампанське «Fragolino»	15б.	45	675	Чай чорний	30	5	150
Вино червоне «Циндалі»	5б.	59	250	Кава чорна	30	7	210
Вино біле «Florinda»	5б.	60	300	Кава з вершками	30	10	300
Горілка «Nemiroff»	3б.	55	165				
Сік мультифрукт	20	5	100				
Сік яблучний	20	5	100				
Вода мін.	20	7	140				
Разом:	1730			Разом:	660		

Замовлення-рахунок складає всього 5 тисяч 450 грн.

Оборотна сторона форми замовлення-рахунку

Ціна та суми перевірені: Аванс №111: 2 тисячі 800 грн.

Отримано всього: 2 тис. 800 грн.

«08» квітня 2016 р.

Отримав касир _____

(підпис)

Висновки та перспектива подальших досліджень. Отже, можемо зробити висновок щодо ефективності і результативності такої роботи при вивченні курсу «Організація готельного господарства». Студенти та викладач отримують задоволення від творчої атмосфери на захисті проєктів, усі студенти беруть активну участь у конкурсі, обговорюють та оцінюють результати роботи один одного, висловлюють дуже багато цікавих думок та пропозицій.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо у пошуку сучасних інноваційних технологій та методик навчання для активізації пізнавально-пошукової діяльності студентів у процесі вивчення дисциплін «Основи харчових технологій», «Технологія приготування страв», «Організація готельного господарства» тощо.

Список використаних джерел:

1. Головка О.М. Організація готельного господарства. Виробнича санітарія і гігієна праці: навч. посіб. / О.М. Головка. - К.: Кондор, 2011. - 410 с.
2. Дичківська І. М. Інноваційні педагогічні технології: навч. посібник / І. М. Дичківська. – К.: Академвидав, 2004. – 352 с.
3. Криворучко Н. І. Інноваційні педагогічні технології під час професійної підготовки майбутніх фахівців [Електронний ресурс] / Н. І. Криворучко, К. І. Криворучко. – Режим доступу до видання: <http://intkonf.org/category/arhiv/sotsium-nauka-kultura-24-26-sichnya-2012-r/>

УДК 37.091.33:004.77

**О.Г. Смілянець, Вінниця, Україна / O.Smilyanez, Vinnytzia, Ukraine
Smilynez2002@ukr.net**

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ АГРАРНИМИ УНІВЕРСИТЕТАМИ УКРАЇНИ

Анотація. У статті проаналізовано стан використання соціальних мереж аграрними університетами України та обґрунтовано необхідність застосування в освітньому процесі таких нових інноваційних технологій навчання як віртуальні спільноти. Розглянуто деякі аспекти досліджень сучасних науковців-педагогів що до ролі соціальних мереж у формуванні інформаційного середовища навчального закладу. Представлені статистичні дані використання соціальних мереж у світі та в Україні за останній рік. Обґрунтована необхідність використання соціальних мереж для освітлення діяльності аграрних університетів в Інтернеті. Описана методика аналізу трафіку сайтів аграрних університетів через інструменти сервісу SimilarWeb.

Зібрані статистичні дані та на їх основі проаналізовано сучасний стан залучення користувачів Інтернету до сайтів аграрних університетів через соціальні мережі та вплив трафіку із соціальних мереж до сайту університету на кількість абітурієнтів що подали заяви до вступу саме до цього університету. Доведено, що ті аграрні університети, які використовують соціальні мережі для агітації та представлення своєї діяльності мають більшу кількість заяв до вступу у вищий навчальний заклад.

Ключові слова: соціальні мережі, сайт університету, віртуальні спільноти, аграрний університет, навчальний процес, контент, Інтернет, аграрна освіта, трафік

Abstract. The article analyzes the state of use of social networks by agrarian universities of Ukraine and substantiates the need for the use in educational process of such new innovative learning technologies as virtual communities. Some aspects of the research of modern scientific-pedagogues concerning the role of social networks in the formation of the information environment of an educational institution are considered. The statistical data on the use of social networks in the world and in Ukraine for the last year are presented. The necessity of using social networks to illuminate the activities of agrarian universities on the Internet is substantiated. The method of analyzing the traffic of sites of agrarian universities through the tools of the service SimilarWeb is described.

The collected statistical data and on their basis analyzed the current state of attracting Internet users to the sites of agrarian universities through social networks and the impact of traffic from social networks to the university's website on the number of applicants who applied to join this university. It has been proved that those agrarian universities that use social networks to campaign and present their activities have a large number of applications for admission to higher education.

Keywords: social networks, university site, virtual communities, agrarian university, educational process, content, internet, agrarian education, traffic

Постановка проблеми. На даному етапі в Україні (як і у більшості країн світу) формується інформаційне суспільство. Саме зараз першочергову роль у нашому суспільстві відіграють знання, інформація, інформаційні технології, інформаційні продукти та послуги. Сучасні інформаційні технології широко використовуватися і в навчальному процесі, особливо у вищій школі. І педагогам-науковцям актуально на даний час розглядати й досліджувати нові форми створення та передачі інформації – віртуальні мережеві спільноти, їх особливості та можливості для вищої освіти України.

Аналіз попередніх досліджень. Питанням застосування можливостей Інтернету і соціальних мереж для навчального процесу приділяється велика увага сучасними педагогами й науковцями, такими як: Т.Л. Архіпова, Л.А. Дідик, Р.С. Гуревич, О.А. Клименко, Г.А. Кучаковська, М.С. Львов, С.М. Мигович, Н.В. Осипова, Г. Остапенко, Н.Т.Тверзовська, О.В. Щербаков, Г.А. Щербина тощо. Так, Дідик Л.А. досліджувала характеристики соціальних мереж та причини популяризації їх різновидів [4]. Слободяник О.В. [8] розглядала можливості використання українських соціальних мереж в навчально-виховному процесі загальноосвітнього навчального закладу.

Гуревич Р.С. у своїй статті [2] розглядає питання поведінки педагога в рамках соціальних мереж та зазначає, що в рамках соціальних мереж викладач продовжує виконувати свою освітню та виховну функції. Гуревич Р.С. наголошує, що соціальні мережі як форма навчальної та позаурочної праці зі студентами, спосіб взаємодії з ними та їхніми батьками, розширюють виховний простір освітньої установи [3].

Тверзовська Н.Т., Мигович С.М. досліджували роль і місце соціальних мереж у формуванні інформаційного середовища аграрних університетів [9]. Кучаковська Г.А. [7] аналізувала дидактичні можливості використання соціальних мереж у процесі навчання. Душечко О.С. [5] досліджувала перспективи використання соціальних мереж в освіті.

Мета статті – проаналізувати вплив застосування соціальних мереж в агітації до вступу в університет та дослідити переваги та недоліки використання інструментів та можливостей соціальних мереж в навчальному процесі

Виклад основного матеріалу. Соціальні мережі нині є найбільш популярним сервісом Інтернету, який утримує увагу більшості користувачів Інтернету, особливо молоді. У світі згідно з аналітичними дослідженням, у 2017 році кількість відвідувачів сайтів соціальних мереж щомісячно складає: для Facebook – два мільярди людей; для YouTube – один мільярд людей; в Instagram – сімсот мільйонів відвідувачів, Twitter щомісячно відвідує триста тринадцять мільйонів людей [11].

Завдяки соціальним мережам звичайні користувачі інтернету стали не тільки отримувати й споживати інформацію, а й стали виробниками та розповсюджувачами інформації.

Як зазначає Ушакова І.О., що інтеграція України з Євросоюзом природно відбивається і на освітніх зв'язках. На сьогодні в Україні близько 15 % студентів виїжджають вчитися за кордон. З кожним роком конкуренція в даній галузі посилюється, тому необхідно залучити всі можливі інструменти для просування ВНЗ і їх послуг для залучення нових студентів [10, с. 188].

Ми погоджуємося також з тим, що останнім часом все найбільш популярним інформаційним каналом, що здійснює вплив на абітурієнтів та їх батьків, є соціальні мережі. Віртуальні спільноти популярні саме серед молоді, тому навчальні заклади повинні використовувати ці канали для формування позитивного іміджу закладу в учасників соціальних мереж, використовувати їх для інформування про заходи та події в університетах [10, с. 191].

Конкуренція на ринку надання освітніх послуг нині є достатньо великою. Тому державним закладам освіти слід залучити ті інструменти агітації до навчання в університетах, якими користуються молоді люди. А це в першу чергу – соціальні мережі. І питання застосування інструментів та можливостей соціальних мереж в агітації до вступу в університет та в навчальному процесі наразі стоїть досить актуально.

Згідно з даними Інтернет Асоціація України, які представляють результати опитування, проведеного протягом 2017 року компанією Factum Group Ukraine, на початку року 64,7% дорослого населення України користуються Інтернетом. Частка користувачів Інтернет серед людей 15-29 років в Україні сягнула 97%. [6]. Після заборони таких соціальних мереж як ВКонтакте та Однокласники, в Україні найбільшу популярність набув Facebook. Так, станом на червень місяць 2017 року користувачів соціальних мереж в Україні найбільше було в Facebook, їх кількість досягла 10 мільйонів що складає 51,96 % усіх користувачів соціальних мереж, на другому місці Twitter (32,05% користувачів соціальних мереж).

Також в Україні швидко зростає число нових соціальних мереж, серед них три найвідоміших[11]:

- Ukrainians.co
- Nimses.com
- WEUA.info

Інформацію про університет майбутні абітурієнти та їх батьки отримують із багатьох джерел, але найбільш актуальну, повну, необхідну, і в будь-який зручний для них час, вони отримують із сайту університету. Тому ми вирішили дослідити трафік сайтів аграрних університетів та встановити певні закономірності: як то кількість поданих заяв на вступ до ВНЗ та трафік від соціальних мереж до сайту певного університету. На даний час саме соціальні мережі є тим середовищем, де молодь спілкується, шукає для себе цікаву інформацію, ділиться своїми думками. У своєму дослідженні ми порівняли такі показники як кількість користувачів соціальних мереж які зверталися до сайту університету, з яких саме мереж, та кількістю заяв що були подані до вступу в університет в порівнянні з кількістю вільних місць у цих університетах.

Сучасна молодь дуже активно використовує саме соціальні мережі для спілкування, пошуку інформації та спільників. І саме соціальні мережі це той інструмент, який дозволить із найменшими фінансовими затратами для університету досить часто спілкуватися із молоддю, повідомляти їм потрібну інформацію, залучати як найбільше абітурієнтів до ВНЗ.

При аналізі використання соціальних мереж необхідно з'ясувати, з яких соціальних платформ надходить трафік до сайту того чи іншого університету. Це потрібно, щоб визначити які саме соціальні мережі цікаві для користувачів університетських сайтів, щоб максимально залучити та зацікавити молодих людей до вступу в університет.

Для нашого дослідження ми застосуємо *сервіс для аналізу джерел інтернет-трафіку сайтів SimilarWeb, який аналізує* відвідуваності сайтів та за допомогою якого можна досліджувати базові дані статистики інтернет-ресурсів конкурентів: кількість відвідувань на місяць і їх зміна протягом року, середню тривалість сесії і глибину переглядів, джерела трафіку, географічне місце знаходження аудиторії сайту. *Безкоштовний сервіс SimilarWeb дозволяє визначити: кількість відвідувань сайту, середній час перебування на сайті університету, кількість відмов від детального перегляду сайту (тобто коли користувач переглянув тільки одну головну сторінку), а також те, що нас більше цікавить, з яких джерел, з яких соціальних мереж, звертаються на сайт (в нашому випадку на сайти аграрних університетів).*

При аналізі впливу трафіку із соціальних мереж на популярність університетів, ми порівняли об'єм трафіку із кількістю заяв від абітурієнтів на вільні місця в аграрному університеті. Для цього ми адресу сайту певного університету записуємо в сервіс SimilarWeb і отримуємо дані, які представлені в таблиці 1.

У таблиці 1 ми також показали данні із кількості вільних місць в навчальному закладі та кількість поданих заявок абітурієнтів на ці місця за результатами вступної компанії у 2017 році [1]

Аналізуючи дані таблиці 1, можемо констатувати, що ті аграрні університети, які мають свої сторінки та активно публікують інформацію про свою діяльність у соціальних мережах, (і в декількох мережах, а не в одній), отримують достатню кількість заяв від абітурієнтів на вступ до університету. Ті ж університети, які не мають трафіку до свого сайту від соціальних мереж, не змогли у минулому році забезпечити усі вільні місця студентами, тобто абітурієнтів у цих вишах було менше ніж місць для навчання.

Порівняльний аналіз трафіку сайтів аграрних університетів з кількістю поданих заяв абітурієнтів на вступ до цього університету

Таблиця 1

№ з/п	Аграрний вищий навчальний заклад	Сайт ВНЗ	Середня кількість відвідувань сайту у липні 2017р.	У тому числі кількість користувачів, що звернулися до сайту ВНЗ з соц. мереж	Кількість задіяних соціальних мереж	Кількість вільних місць	Кількість поданих заявок абітурієнтів
1	Білоцерківський національний аграрний університет	btsau.edu.ua	2500	43	2	6633	5147
2	Вінницький національний аграрний університет	vsau.org	470000	11844	4	7746	9641
3	Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет	dsau.dp.ua	-	-	3	5070	5923
4	Житомирський національний агроєкологічний університет	znau.edu.ua	150000	470	3	4891	7653
5	Луганський національний аграрний університет	lnau.in.ua	-	-	3	6071	1511
6	Львівський національний аграрний університет	lnau.lviv.ua	-	-	3	5527	4569
7	Миколаївський національний аграрний університет	mnau.edu.ua	85000	2372	5	5917	2872
8	Національний університет біоресурсів і природокористування України	nubip.edu.ua	1000000	29500	5	13602	17357
9	Одеський державний аграрний університет	osau.edu.ua	-	-	2	4070	2212
10	Подільський державний аграрно-технічний університет	pdatu.edu.ua	-	-	2	5731	5541
11	Сумський національний аграрний університет	sau.sumy.ua	140000	3430	4	3446	3310
12	Уманський національний університет садівництва	udau.edu.ua	130000	3718	5	3772	4458
13	Харківський національний аграрний університет ім. Докучаєва	knau.kharkov.ua	160000	2080	3	3498	2828
14	Херсонський державний аграрний університет	ksau.kherson.ua	-	-	2	3153	1307

При використанні соціальних мереж потрібно зауважити, що вони, потребують актуальну інформацію, тому пости (новини, цікаву інформацію) слід писати часто, а не від випадку до випадку. До того ж, ця інформація повинна бути налаштована під ту цільову аудиторію, для якої вона призначена. Це вимагає писати пости мовою, зрозумілою молоді, простою, з використанням молодіжного сленгу. Але якщо інформацію слід донести до батьків абітурієнтів, то вже слід враховувати те, що цікавить дорослу людину, яка бажає вибрати навчальний заклад для своєї дитини.

Таким чином, можемо констатувати, що використання можливостей соціальних мереж зумовлено

часом та необхідністю більш тісно контактувати з молодими людьми, їх батьками; для популяризації вищих навчальних закладів та застосування сучасних методів навчання. Ті ж навчальні заклади які використовують у своїй діяльності інструменти соціальних мереж мають більший рейтинг у молоді.

Список використаних джерел:

1. Вступна компанія 2017 - області та регіони. // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://abit-poisk.org.ua/rate2017>
2. Гуревич Р. Інтернет і його соціальні мережі в сфері освіти: напрями використання / 36. наук. пр. III Міжнар. наук.-практ. конф. «Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи» – С. 52-56. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ubgd.lviv.ua/konferenc/kon_ikt/plen_zasid/Gurevuch.pdf, с. 53
3. Гуревич Р. С. Навчання в співтовариствах у контексті можливостей // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка № 21 (280), 2013. – С.24-30
4. Дідик Л.А. Інтернет-комунікації vs соціальні мережі: причини «popularization» / Л.А.Дідик // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. - 2013. - Вип. 14. - С. 84-93. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mnf_2013_14_11
5. Дущенко О.С. Перспективи використання соціальних мереж в освіті / О.С. Дущенко // Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених «Наукова молодь-2015». – Київ, 10 грудня 2015 р.
6. Інтернет Ассоциация Украины. Оглашены данные установочных исследований интернет-аудитории Украины по итогам 2017 г. // [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://inau.ua/news/oglasheny-dannye-ustano-vochnyh-yssledovanyu-ynternet-audytoryy-ukrayny-po-ytogam-2017-g>
7. Кучаковська Г.А. Роль соціальних мереж в активізації процесу навчання інформатичним дисциплінам майбутніх вчителів початкової школи / Г. А. Кучаковська // Інформаційні технології і засоби навчання. - 2015. - Т. 47, вип. 3. - С. 136-149.
8. Слободяник О.В. Українські соціальні мережі в навчально-виховному процесі // Наукові записки. Серія: проблеми методики фізико-математичної і технологічної освіти, Том 2, № 11, 2017 – С39-44.
9. Тверзовська Н.Т., Мигович С.М. Роль і місце соціальних мереж у формуванні освітньо-інформаційного середовища аграрних університетів // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Педагогіка, психологія, філософія. - 2012. - Вип. 175(3). - С. 291-298.
10. Ушакова І.О. Вплив соціальних каналів на просування освітніх послуг // Системи обробки інформації, 2016, Харків, випуск 4 (141) с.188
11. Юдін А. Найпопулярніші соціальні мережі в країнах СНД і світі // [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://marketer.ua/ua/top-social-media-2017>.

УДК 372.881.111.1

Стахова О.А., Вінниця, Україна / Stakhova O.A., Vinnitsa, Ukraine
Стахова М.О., Харків, Україна / Stakhova M.O., Kharkiv, Ukraine
elena.stakhova@icloud.com
stakhovaKhNAFU@ukr.net

САМОСТІЙНЕ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ КУРСАНТІВ ВВНЗ

Анотація. В статті розглядається сутність самостійного вивчення англійської мови як елементу загальної підготовки курсантів вищих військових навчальних закладів. Виявлено, що підвищення рівня володіння іноземною мовою неможливе без правильно підібраних методичних засобів, без використання підручників, самовчителів, словників, аудіо- та відеоматеріалів та сайтів з самостійного вивчення англійської мови.

Загальні рекомендації щодо організації самостійного навчання, а також методичні рекомендації з вивчення та запам'ятовування лінгвістичного матеріалу, самостійного вивчення лексичного матеріалу, самостійної роботи зі словником, читання англійських слів і текстів, запам'ятовування англійських слів і виразів, аудіювання і роботи з аудіокнигами, а також з говоріння та письма допоможуть військовослужбовцям навчитися правильній вимові та читанню англійською мовою, продуктивному активному і пасивному засвоєнню лексичного матеріалу, роботі з навчально-допоміжною літературою (словниками та довідниками з англійської мови), усному монологічному висловленню англійською мовою на повсякденні теми та письмовому мовленню.

Запропоновано поступові етапи вдосконалення мовного рівня знань, типи каналів сприйняття інформації, рівні володіння іноземною мовою та способи урізноманітнення курсу навчання.