

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КОЛЕДЖ НАФТОГАЗОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ, ІНЖЕНЕРІЇ ТА
ІНФРАСТРУКТУРИ СЕРВІСУ
ОДЕСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ



V НАУКОВО-МЕТОДИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

***«Перспективи розвитку коледжів
та їх роль у здобутті
вищої освіти»***

Збірник тез доповідей
(Частина II)

Підписано до друку 27.03.2018р.
Формат 60х84/16. Ум. друк. арк.4.25.
Наклад 70 прим. Замовлення № 1162.
Надруковано РВЦ «Технолог»

Одеса
2018

СКЛАД ОРГКОМІТЕТУ КОНФЕРЕНЦІЇ

Голова:

Трішин Федір Анатолійович Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи Одеської національної академії харчових технологій, к.т.н., доцент

Заступник голови (координатор):

Глушков Олег Анатолійович В.о. директора коледжу нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу ОНАХТ, к.т.н.

Члени оргкомітету:

Мураховський Валерій Генріхович Директор навчально-методичного центру забезпечення якості вищої освіти ОНАХТ, к.ф.-м.н., доцент

Єнур Ольга Сергіївна В.о. директора коледжу промислової автоматики та інформаційних технологій ОНАХТ

Коваленко Анатолій Володимирович Директор Одеського технічного коледжу ОНАХТ

Лукіяник Олександр Григорович В.о. директора механіко-технологічного коледжу ОНАХТ

Риженко Людмила Дмитрівна Методист вищої категорії навчально-методичного центру забезпечення якості вищої освіти ОНАХТ

Секретар оргкомітету:

Березовська Людмила Віталіївна Завідуюча відділенням технолого-екологічним та економіки коледжу нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу ОНАХТ

З М І С Т

IV	МОДЕЛЬ ПІДГОТОВКИ МОЛОДШОГО БАКАЛАВРА (БАКАЛАВРА) ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФАХОВОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ	5
	Науково-дослідна робота студентів – невід’ємна складова у підготовці сучасних фахівців <i>Д.О. Жигунов, д.т.н., доцент, О.С. Волошенко, к.т.н., доцент, Н.В. Хоренжский, к.т.н., доцент, ОНАХТ</i>	5
	Формування професійних компетенцій випускника <i>І.І. Яровий, к.т.н., викладач-методист вищої категорії, МТК</i>	6
	Проектна діяльність на заняттях фізики як аспект компетентісної освіти студентів <i>А.С.Мазур, викладач-методист вищої категорії, МТК</i>	8
	Використання елементів практичного права на заняттях з дисципліни «Основи правознавства» <i>К.М. Мелентьева, викладач другої категорії, МТК</i>	9
	Компетентісна модель підготовки молодшого бакалавра (бакалавра) з комп’ютерної інженерії <i>Л.В. Іванова, к.т.н., викладач вищої категорії, ОТК</i>	11
	Шляхи формування конкурентоспроможності майбутніх фахівців з інформаційних технологій <i>О.В. Скорнякова, викладач вищої категорії, ОТК</i>	13
	Застосування нових технологій при вивченні математики та вищої математики у коледжі <i>О.А. Комкова, викладач вищої категорії, МТК</i>	15
	Модель підготовки молодшого бакалавра з комерційної діяльності у коледжі щодо забезпечення фахової компетенції <i>Ю.В. Богач, викладач вищої категорії, КНТІС</i>	16
	Модель підготовки молодшого спеціаліста щодо забезпечення фахової компетенції <i>Т.Р. Іджилова, викладач-спеціаліст, КНТІС</i>	18
	Модель підготовки молодшого бакалавра в сфері ІТ-освіти <i>К.В. Храновська, викладач І к., Т.П. Костиренко, викладач І к., І.В. Муштан, викладач І к., І.Г. Помпенко, викладач ІІ к., КПАІТ</i>	19
	Шляхи підвищення конкурентоспроможності випускника ВНЗ І – ІІ рівня акредитації в сучасних умовах <i>Х.В. Клебанська, викладач першої категорії, МТК</i>	26
	Розвиток навиків студентів для формування професійних компетенцій молодшого спеціаліста коледжу <i>Л. І. Шаркіна, викладач другої категорії, МТК</i>	28

Виховання у студентів коледжу прагнення до здорового способу життя	30
<i>О.В. Явтушенко, викладач вищої категорії, МТК</i>	
V ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОЇ РОБОТИ	32
Інноваційні методи профорієнтаційної роботи	32
<i>Ф.А. Трішин, к.т.н., доцент, В.Г. Мураховський, к.ф.-м.н., доцент, Л.Д. Риженко, методист вищої категорії ОНАХТ</i>	
Пошуки активного розвитку	36
<i>І.М. Шипко, к.т.н., доцент, ОНАХТ</i>	
Профорієнтаційна робота: актуальні методики	38
<i>О.О.Голубьонкова, к.е.н., доцент, В.В. Чирка, аспірант, ОНАХТ</i>	
Позиціонування навчального закладу засобами інтернет-комунікацій - новий напрям у профорієнтаційній роботі	39
<i>О.В. Скорнякова, викладач вищої категорії, ОТК</i>	
Роль організації навчально-виховного процесу в системі профорієнтаційної діяльності коледжу	41
<i>О.А. Сагдєєва, викладач першої категорії, КНТІС</i>	
Профорієнтаційна робота як невід'ємна складова ефективної діяльності механіко-технологічного коледжу ОНАХТ	43
<i>О.М. Кічук, викладач-методист вищої категорії, МТК</i>	
Майстер-клас як нова форма профорієнтаційних заходів	45
<i>О.А. Сагдєєва, викладач першої категорії, КНТІС</i>	
Інноваційні методи профорієнтаційної роботи	47
<i>Є.В. Кокідько, викладач-спеціаліст, КНТІС</i>	
Ділові ігри як метод профорієнтаційної роботи	48
<i>В.В. Стоянова, викладач-спеціаліст, КНТІС</i>	
Профорієнтаційна роль іноземної мови в умовах нової парадигми освіти	50
<i>А.В. Горбатюк, викладач-спеціаліст, КНТІС</i>	
Інноваційні методи профорієнтаційної роботи	52
<i>А. А. Бондаренко, викладач другої категорії, ОТК</i>	
Інноваційні методи профорієнтаційної роботи	54
<i>Є.А. Бурдюжжа, викладач першої категорії, ОТК</i>	
Інноваційні методи профорієнтаційної роботи	55
<i>Н.М. Ільчишина, викладач першої категорії, ОТК</i>	
Інноваційні підходи у проведенні профорієнтаційної роботи у КПАІТ ОНАХТ	58
<i>О.О. Баюш, викладач другої категорії, КПАІТ</i>	
Інноваційні методи профорієнтаційної роботи	63
<i>В.М. Криворучко, викладач першої категорії, МТК</i>	

IV. МОДЕЛЬ ПІДГОТОВКИ МОЛОДШОГО БАКАЛАВРА (БАКАЛАВРА) ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФАХОВОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ

НАУКОВО-ДОСЛІДНА РОБОТА СТУДЕНТІВ – НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА У ПІДГОТОВЦІ СУЧАСНИХ ФАХІВЦІВ

Д.О.Жигунов, д.т.н., доц., О.С. Волошенко, к.т.н., доц., Хоренжий Н.В., к.т.н., доц.,

Одеська національна академія харчових технологій

Сучасний темп розвитку харчової промисловості та економічні вимоги ринку вимагають від фахівця певні уміння та навички для забезпечення виробництва конкурентоспроможної продукції. Виробництво не може забезпечити функціонування усіх технологічних процесів на достатньому рівні та випуск якісної конкурентоздатної продукції без певних наукових висновків та рекомендацій.

На сьогоднішній день, у розрізі впровадження інноваційних технологій та передових досягнень науки, сучасні підприємства ставлять перед інженерними кадрами досить різноманітні технічні завдання, рішення яких вимагає від спеціалістів володіння дослідницькими навичками.

У зв'язку з цим сучасний фахівець повинен володіти не тільки необхідною базою знань зі спеціальних дисциплін, а й певними навичками творчого рішення практичних завдань.

На випускових кафедрах дуже актуальною є практика залучення студентів до науково-дослідної роботи, яка проводиться відповідно до навчальних планів; а також до науково-дослідної роботи, яку студенти виконують у поза-навчальний час у рамках роботи тематичних наукових кружків. Роботу наукових студентських кружків доцільно розпочинати з другої курсу. Залучення студентів до роботи у наукових гуртках забезпечує поглиблене вивчення студентами спеціальних дисциплін. Це дає змогу підвищити рівень підготовки бакалаврів у закладах вищої освіти.

Під час проведення наукових досліджень студенти вчаться формувати мету та задачі дослідження, самостійно розробляти програму дослідження, опановують методику та навички роботи на сучасному лабораторному обладнанні.

Вибір теми наукового дослідження, постановка мети та наукових задач, необхідних для вирішення проблеми, є дуже відповідальним завданням. Тематика науково-дослідної роботи студентів повинна бути пов'язана з актуальними проблемами, що стоять перед промисловістю. Особливу увагу треба приділяти комплексним темам, які дозволяють долучати до роботи студентів різного напрямку підготовки. При виборі теми дослідження доцільно, щоб вона відповідала науковим напрямкам роботи кафедри.

Завершальним етапом науково-дослідної роботи студентів є оформлення звіту, його захист на студентській науковій конференції, публікація статті або оформлення патенту на корисну модель за результатами дослідження.

абітурієнтів та їх батьків. Зокрема, інтернет-технології можуть стати джерелом інформації про сам навчальний заклад, про спеціальності, за якими здійснюється підготовка фахівців, тощо.

За результатами дослідження, проведеного Factum Group Ukraine, регулярний доступ до мережі Інтернет на сьогодні мають 57% населення України. Основну групу онлайн-аудиторії складає молодь (15-29 років) - 39% та користувачі середнього віку (30-44 років) - 33%. При аналізі вікових категорій окремо, було виявлено, що 91% молоді та 75% людей віком від 30 до 44 років є регулярними користувачами Інтернету [1]. Тобто великий відсоток споживачів освітніх послуг отримують інформацію з Інтернету. Тому, ефективне застосування інструментів просування освітніх послуг сприятиме формуванню контингенту студентів навчального закладу та становлення позитивного іміджу закладу.

Виділяють такі компоненти визначення іміджу освітнього закладу: - репутація та професіоналізм керівництва навчального закладу; - конкурентоспроможність випускників; - відносини педагогів та студентів; - рівень професіоналізму викладачів, їх вимогливість; - оцінка організації навчального процесу батьками та студентами; - рівень викладання; - уміння керівництва працювати із засобами масової інформації з метою просування своїх послуг; - місцезнаходження навчального закладу; - зовнішнє і внутрішнє оформлення, матеріальна база; - відкритість та інтегрованість закладу.

Найбільш популярні механізми та напрямки інтернет-комунікацій [2]:

1. Створення сайту вищого навчального закладу та управління ним.

Інтернет-сайт - це сукупність сторінок з текстовою, графічною та іншою інформацією, опублікована в мережі Інтернет. Він має свою адресу, власника та складається із окремих веб-сторінок, які відображаються як єдине ціле. Фірмовий дизайн сайту повинен бути незабутнім, але не відволікаючим від змісту; сайт повинен підтримувати не тільки нові, але й старі версії браузерів, а його робота повинна коректуватися грамотним персоналом.

2. Співпраця та розміщення різної інформації на галузевих порталах - наступний напрям просування освітніх послуг вищими навчальними закладами. Він полягає в розміщенні інформації про освітню установу на тематичних веб-серверах. Серед яких можна визначити osvita.ua, Osvita.com.ua, zno.osvita.net, abiturient.in.ua та інші. В таких повідомленнях, як правило, надається інформація про наявність ліцензії, рівень акредитації, пропонувані освітні та додаткові послуги, терміни та вартість навчання, кількісний та якісний склад професорсько-викладацького штату, вимоги до вступних іспитів, співпраця з іноземними навчальними закладами, адреси корпусів та контактна інформація та ін.

3. Організація рекламних кампаній в Інтернет просторі. У мережі за типом надання інформації ВНЗ можуть використовувати такі рекламні повідомлення: текстова реклама, текстово-графічна реклама, інтерактивні вікна (спливаюче вікно поверх сторінки), реклама за методом розсилки (поштовий спам), відеореклама (рекламні ролики), радіо реклама (звучна з Інтернет-радіо), реклама в іграх (наприклад, відображати споруди навчальних закладів або

рекламні щити з надписом ВНЗ у грі, в якості персонажів використовувати професорсько-викладацький штат закладів освіти та ін.)

4. Розміщення інформації у соціальних мережах, блогах та форумах - найбільш ефективний напрям переконання абітурієнтів обрати певний заклад освіти. Основним шляхом формування у соціальних мережах іміджу ВНЗ та реклами освітніх послуг, може бути створення груп користувачів, об'єднаних спільними інтересами. Їх ведення у соціальних мережах полягає у тому, що відвідувачі під впливом модератора групи обмінюються думками та інформацією з актуальних для цільової аудиторії питань. При цьому можна розсилати учасникам групи комерційну інформацію, керувати дискусіями, направляти думки учасників групи в потрібному русі. Крім того, інтернет дозволяє оперативно підлаштовуватися під думку цільової аудиторії, займаючи позицію прихованого лідера думок.

Література:

1. Дані досліджень інтернет-аудиторії України / Електронний ресурс. - Режим доступу: <http://www.inau.org.ua/analytics>
2. О.В. Мельникова. Основні напрями просування освітніх послуг українськими ВНЗ у мережі Інтернет/ Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди «Економіка». – 2015. - № 15. – с.25-35.

РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОГО ПРОЦЕСУ В СИСТЕМІ ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОЛЕДЖУ

О.А. Сагдєєва, викладач першої категорії

Коледж нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу

Головною метою профорієнтаційної роботи в Коледжі нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу ОНАХТ є пропаганда коледжу як вищого навчального закладу, який готує висококваліфікованих фахівців, всебічно розвиває їх професійні компетентності під час навчання, підвищує конкурентоспроможність випускників на ринку праці та надає можливість подальшої освіти через академічну мобільність та інтеграцію.

Маркетингова система профорієнтаційної діяльності коледжу на основі клієнтоорієнтованого підходу в сучасних умовах розвитку освітніх закладів повинна передбачати орієнтованість не тільки на потенційного клієнта (вступника), але й на фактичного споживача освітніх послуг (студента). Так, серед вагомих чинників вибору навчального закладу серед молоді є рекомендація друзів та знайомих, які навчаються або завершили навчання в закладі, що обирається (табл. 1). Таким чином, позитивне чи негативне ставлення студента до місця навчання формує уявлення потенційних клієнтів та їх бажання отримати освіту саме в цьому навчальному закладі.

Таблиця 1– Результати соціологічного дослідження серед студентів коледжу

№ п/п	Проблемне питання	Відсоток осіб за курсами		
		II	IV	середнє
1	Рекомендація щодо вибору коледжу для вступу від: - студентів та випускників коледжу - батьків - викладачів - відвідування Дня відкритих дверей - рекламних носіїв та акцій	40 35 4 10 11	37 35 6 7 15	38,5 35 5 8,5 13
2	Обрали б коледж для навчання ще раз	65	55	60
3	Вважають спеціальність актуальною	86	77	81,5
4	Задоволені процесом навчання, з них: - освітнім процесом - навчально-виробничим навчанням - культурно-масовими заходами	88 65,9 13,6 19,3	76 57,9 21,1 21,1	82 61,9 17,35 20,2
5	Рекомендуватимуть коледж для вступу	72	69	70,5

Серед 200 анонімно опитуваних студентів 82% опитуваних подобається навчання в коледжі, 70,5% рекомендуватимуть вступ до коледжу своїм знайомим і лише 60 % обрали б коледж в якості місця навчання ще раз. Уявлення здобувачів вищої освіти про місце навчання викликає необхідність формування додаткової маркетингової стратегії коледжу на ринку освітніх послуг, спрямованої на задоволення освітніх потреб студента.

Серед чинників, які задовольняють потреби студента в отриманні якісної затребуваної освіти, можна виділити:

- актуальність та затребуваність обраної спеціальності на ринку праці;
- перспективи займання професійної ніши та продовження навчання;
- статус, престижність та бренд навчального закладу;
- організація навчально-виховного процесу, який дозволяє отримати необхідні компетенції;
- академічна мобільність та інтегрованість до міжнародної освіти та практики.

Було розглянуто організацію навчально-виховного процесу як вагомій складовій позитивного ставлення студента до навчального закладу з урахуванням вікових особливостей, а отже, подальшої рекомендації навчання в коледжі потенційним клієнтам освітніх послуг. Основним напрямом навчально-виховного процесу, який задовольняє освітні потреби студента, є саме освітній процес (табл. 1), тоді як організація практичної навчально-виробничої діяльності та суспільного життя не є вирішальним чинником в позитивному ставленні студентів до коледжу. Отже, підвищення їх якості та сучасності можуть сприяти зацікавленості студентів в опануванні професійними компетенціями та підтримки стратегії маркетингу ключових клієнтів в профорієнтаційній діяльності коледжу.

Узагальнення результатів аналізу науково-методичної літератури з проблеми вдосконалення організації навчально-виховного процесу в

навчальному закладі з метою задоволення освітніх потреб студента та формування професійних компетентностей (і, як наслідок, підвищення освітнього статусу коледжу та привабливості для вступників) дозволяють визначити необхідні умови формування майбутнього спеціаліста:

- демократизація, індивідуалізація та незалежність студентів в навчанні (через увагу до сучасних освітніх потреб студента);
- зміна ролі викладача (через спільну науково-дослідну діяльність);
- кооперативні навчання та практика (через спільне вирішення навчально-виробничих завдань проблемного характеру при залученні фахівців-практиків та науково-дослідного потенціалу);
- розвинена матеріально-технічна база (через створення сучасних лабораторій і баз навчально-виробничих практик);
- інноваційні технології (через впровадження квазіпрофесійних комунікативно-діяльнісних ситуацій, комунікативно-тренінгових занять, ділових ігор, імітаційно-рольового моделювання та ін.);
- організація проектної діяльності через науково-виробниче навчання;
- створення освітньо-виховного простору з метою формування об'єктивно-суб'єктивних професійних відносин.

Таким чином, навчально-виховний процес в коледжі – це організована взаємодія науково-педагогічних працівників, фахівців-практиків та здобувачів вищої освіти, а визначення його ролі в формуванні маркетингової системи надання освітніх послуг і підвищення його якості та актуальності можуть суттєво вплинути на ступінь привабливості коледжу для вступників.

ПРОФОРІЄНТАЦІЙНА РОБОТА ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕХАНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО КОЛЕДЖУ ОНАХТ

О.М. Кічук, викладач-методист вищої категорії
Механіко-технологічний коледж

Закінчується навчальний рік і багато учнів міста Одеса і області стануть перед вибором професії. Вибір професії – це велика відповідальність. Відповідальність перед батьками, суспільством та найголовніше - перед собою. Вибір професії – справа нелегка. Але робити цей вибір доводиться кожному без винятку. Перед молодим поколінням постають питання, як отримати правильний вибір професії та знайти головну справу свого життя, щоб мати моральне задоволення від роботи, отримувати достойну заробітну плату, приносити користь людям, державі. Сьогодні ми з впевненістю можемо говорити, що існує найпотужніша система, яка займається підготовкою конкурентоспроможного робітника – це наша професійно-технічна освіта.

Професійна робота
у Механіко-технологічному коледжі ОНАХТ