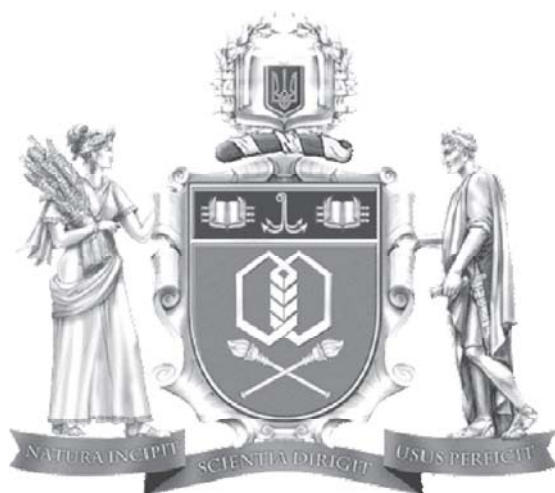


Міністерство освіти і науки України
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ



48

НАУКОВО-
МЕТОДИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ

Матеріали конференції

*Розвиток методологічних основ
вищої освіти в ОНАХТ*

ОДЕСА 2017

Матеріали друкуються відповідно до рішення 48-ї науково-методичної конференції ОНАХТ “Розвиток методологічних основ вищої освіти в ОНАХТ”, яка проходила 12–13 квітня 2017 року.

Склад редакції: Єгоров Б.В., д-р техн. наук, професор,
Трішин Ф.А., канд. техн. наук, доцент,
Мардар М.Р., д-р техн. наук, професор,
Кананихіна О.М., канд. техн. наук, доцент,
Мураховський В.Г., канд. фіз.-мат. наук, доцент,
Волков В.Е., д-р техн. наук, професор,
Корнієнко Ю.К., канд. фіз.-мат. наук, доцент,
Радіонова О.В., канд. техн. наук, доцент,
Купріна Н.М., канд. екон. наук, доцент,
Хобін В.А., д-р техн. наук, професор,
Васильєв С.В., методист

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ПРИ ДИСТАНЦІЙНОМУ НАВЧАННІ

О.О.Голубьонкова, М.Г.Брайко

У традиційній системі вищої освіти існувала система контролю і оцінки знань студентів за допомогою іспитів, в процесі яких студенти як правило відповідали на два теоретичних питання і вирішували одне або два практичних завдання. Таким чином, студент не тільки показував ступінь знання матеріалу, а й міг продемонструвати наскільки він його зрозумів. Так як знати і розуміти не одне і те ж.

Система організації навчального процесу із застосуванням дистанційного навчання передбачає контроль і оцінку знань студентів за допомогою тестових завдань. При цьому багато колег нарікають на те, що студенти, відповідаючи на тести, всього лише вчаться вгадувати правильні відповіді і оцінити ступінь розуміння студентом навчального матеріалу в принципі не можливо.

Однак з цієї ситуації є вихід. Але як в кожній справі, майстерність приходить з досвідом. На кафедрі Маркетингу, підприємництва і торгівлі контроль знань студентів за допомогою тестових завдань застосовується постійно. З огляду на наявний досвід, хотілося б колегам порекомендувати, при складанні тестових завдань формулювати питання як «міні ситуації». Це змушує студентів міркувати при відповіді і можна оцінити ступінь розуміння ними матеріалу. В якості прикладу наведемо декілька тестових завдань з дисципліни Маркетинг.

1. Який з видів маркетингу застосовує кондитерська фабрика «АВК», якщо її цукерки «Білочка» купують споживачі різного віку і з різними смаками:

- а) масовий;
- б) товарно-диференційований;
- в) класичний;
- г) цільовий.

2. В газеті опубліковано інтерв'ю директора фірми «Айсберг», де говорилося про лікувальні властивості води «Росинка». Фірма використовувала елемент комплексу маркетингових комунікацій:

- а) рекламу;
- б) зв'язки з громадськістю (Піар);
- в) спонсорство;
- г) стимулювання збуту.

3. Наявність великого резерву виробничої потужності підприємства при швидко зростаючому ринку збуту є:

- а) сильною стороною;
- б) слабкою стороною;
- в) загрозою;
- г) можливістю.