

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

**Збірник матеріалів  
II-ї Всеукраїнської  
науково-методичної конференції**



**08 - 10 квітня 2020 року, м. Одеса**

У збірнику опубліковано матеріали II-Всеукраїнської науково-методичної конференції «Забезпечення якості вищої освіти», яка проходила 08 - 10 квітня 2020 року на базі Одеської національної академії харчових технологій.

Для педагогічних та науково-педагогічних працівників, докторантів, аспірантів, усіх, хто цікавиться питаннями забезпечення якості вищої освіти.

### **Рекомендовано до друку Оргкомітетом конференції**

#### **Редакційна колегія:**

- |                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>Єгоров Б.В.</b>       | - ректор Одеської національної академії харчових технологій, д. т. н., професор (голова редакційної колегії)     |
| <b>Трішин Ф.А.</b>       | - проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи, к. т. н., доцент (заступник голови редакційної колегії) |
| <b>Дец Н.О.</b>          | - начальник навчального відділу, к.т.н., доцент  |
| <b>Корнієнко Ю.К.</b>    | - директор центру дистанційного навчання, к. ф.-м. н., доцент  |
| <b>Кручек О.А.</b>       | - начальник відділу контролю якості та сертифікації, к. т. н., доцент  |
| <b>Мураховський В.Г.</b> | - директор Навчально-методичного центру забезпечення якості вищої освіти, к. ф.-м. н., доцент                    |
| <b>Сярова А.С.</b>       | - методист Навчально-методичного центру забезпечення якості вищої освіти   |

**Оргкомітет II-Всеукраїнської науково-методичної конференції «Забезпечення якості вищої освіти» може не поділяти думку учасників. Відповідальність за зміст і достовірність поданого матеріалу несуть учасники.**

Оскільки навчальна діяльність є складним видом діяльності, то вона зумовлена певним типом мотивації, в якій переплітаються зовнішні та внутрішні. Зовнішні мотиви виявляються у мотивації добробуту (прагнення отримати схвалення), в мотивації досягнення (провідна потреба бути першим, домогтися успіху) або мотивації уникнення невдач. Такі мотиви є цілком природними і іноді корисними, але вони не належать до внутрішніх форм навчальної мотивації.

З точки зору здійснюваної навчальної діяльності та його різне розуміння студентами, мотиви можна розділити на три групи:

1) перший тип навчальної мотивації - «ділова мотивація», вона не впливає безпосередньо з навчання, немає зацікавленості в отриманні знань, орієнтування в якихось проблемах, придбанні професіоналізму. Привертає щось таке, чим студент хотів би займатися, а поки не займається, але сподівається отримати таку можливість або право після навчання. «Ділова мотивація» може бути дуже різною. Наприклад, «отримаю диплом влаштуюся на престижну роботу» або «мені як підприємцю потрібні знання з психології, але не «всі знання».

2) другий тип - змагальна мотивація. Суть її бути першим у своїй справі або принаймні не гірше за інших. Така мотивація спостерігається там, де велике значення надають оцінкам (балам). У студентів формується бажання мати залікову книжку без «задовільних оцінок». Цей тип внутрішньо не пов'язаний з утриманням пізнавальної діяльності, тому що не так важлива глибина знань, скільки вдало витягнуте квиток на іспиті або хороша шпаргалка.

3) третій тип мотивації - справді пізнавальний, внутрішньо пов'язаний з процесом навчання. Цікавий сам процес навчання, студент вчиться не лише заради оцінки або одержання диплома. Основа такого типу мотивації - зацікавленість, яка є практично невичерпною, тому що сама себе підживлює.

Структура курсу «Сталий менеджмент і ресурсоефективність» містить теоретичний та практичний матеріали, а також контрольні запитання. Перший розділ присвячено вмінню виробляти стратегію керування. Для того необхідно розвивати у студентів мотивацію к дії. Без мотивації неможливо керувати. Вивчення даного курсу дозволить студенту знати принципи ефективного керування. В другому розділі розглянути методи моделювання. Конкурентну боротьбу виграють ті менеджери, які володіють методологією. Ми знову стикаємося з мотивацією.

**УДК 378.1:339.138**

## **СТУДЕНТСЬКІ НАУКОВО-ПРИКЛАДНІ СПІЛЬНОТИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

**О.О. Голубьонкова, М.Г. Брайко**

Одна з основних проблем маркетингу послуг вищої освіти - визначення їх якості. Опитування абітурієнтів та їх батьків показують, що якість освітніх послуг є одним з важливих чинників при виборі закладу вищої освіти. Проте кожен вкладає в це поняття щось своє: рівень кваліфікації викладачів (оцінюється за науковими ступенями тощо), місце закладу вищої освіти у рейтингах, відгуки студентів та випускників.

Особливість навчального процесу полягає в тому, що результат залежить як від викладача, так і від учня: наскільки він зацікавлений у навчанні, яка ступінь його включення у процес.

Метою дослідження є аналіз одного з засобів активного включення - студентський гурток у формі клубу.

На кафедрі Маркетингу, підприємництва і торгівлі протягом тривалого періоду часу діє декілька студентських гуртків. Цього року було вирішено один з них перевести у формат клубу, а саме - маркетингового студентського клубу.

Робота Маркетингового студентського клубу (МСК) запланована у відповідності до плану, затвердженому на зборах клубу 24.08.2019, та присвячена допомозі починаючим маркетологам в їх становленні конкурентоспроможними фахівцями відповідно до рівня розвитку сучасної науки і практики в області маркетингу, реклами та PR, digital.

Основні завдання студентського маркетингового клубу:

- набуття практичних навичок шляхом участі в реальних маркетингових заходах з метою позапрограмного навчання;
- організація та проведення майстер-класів, семінарів та Круглих столів для забезпечення спілкування студентів-маркетологів ОНАХТ з представниками інших вищих навчальних закладів, органами державного та недержавного управління у сфері освіти і бізнесу.

Структура студентського маркетингового клубу:

- Рада директорів (наукові керівники - випускники ОНАХТ фахівці з маркетингу, викладачі кафедри МПіТ) - має право вносити пропозиції на розгляд Зборів клубу. Має право вето на окремі рішення зборів.
- Президент клубу - студент спеціальності маркетинг (обирається таємним голосуванням членами клубу);
- Відділ маркетингових досліджень - проводить маркетингові дослідження за різноманітними тематиками;
- Креативний відділ - бере активну участь у різних фестивалях та конкурсах з маркетингу, PR-комунікацій та реклами. Кожна команда, що бере участь у конкурсах - це проект, капітан команди - менеджер проекту;
- PR (Інформаційний) відділ - займається донесенням до широкої громадськості (соціальні мережі, сайт кафедри МПіТ, статті в «Технолог» та ін.) планової та звітної інформації про заходи, які здійснює маркетинговий студентський клуб;
- HR-відділ - проводить набір бажаних у члени клубу, займається донесенням поточної інформації, рішень зборів до всіх членів клубу.

В рамках роботи МСК заплановано:

- участь команд у креатив-батлі «Рекламний полігон», у міжнародному студентському конкурсі маркетингових та PR-проектів, стартапів «Золотий компас» (Харків, ХНЕУ), у студентських фестивалях реклами (Київ, Одеса) та інших;
- виконання маркетингових досліджень на ринку кави, молочних продуктів, ресторанних послуг та ін.;
- підготовка круглих столів та майстер-класів з провідними маркетингологами м. Одеса;
- виступи членів клубу на наукових студентських конференціях ОНАХТ та інших закладів вищої освіти.

Сьогодні до складу Ради директорів входять: Жихарева Н.О. - Middle PPC Specialist в Агенції Інтернет-маркетингу Inweb, Сербін В.В. - директор Міжнародного інституту маркетингу, Брайко М.Г. - старший викладач кафедри МПіТ, Голубьонкова О.О. - доцент кафедри МПіТ.

Протягом вересня відбувалися передвиборчі перегони - чотири кандидати склали свої програми бачення розвитку МСК та ознайомили з ними членів клубу. В результаті таємного голосування президентом було обрано студентку другого курсу - Синицю Ганну. Членами МСК є 21 студент.

За шість місяців діяльності МСК було проведено вісім засідань, взято участь у Міжнародному фестивалі соціальної реклами (м. Київ), у розв'язанні кейсів від провідних компаній на платформі Casers, створено та ведеться канал у соціальній мережі Телеграм.

Сьогодні члени МСК працюють над проблемою маркетингового дослідження ринку ресторанних послуг (розроблено план дослідження, визначено мету, завдання, гіпотези, методи, проведено оф-лайн опитування потенційних споживачів, проаналізовано стан комунікаційної політики закладу, досліджено діяльність конкурентів, розроблено план партнерських програм з потенційними партнерами). Крім того, за домовленістю з власниками закладу студенти будуть проходити практику у них.

Таким чином, студенти мають можливість опанувати практичні навички зі своєї спеціальності та бути активним учасником навчального процесу, набувати так званих soft skills, на які звертають увагу роботодавці - робота в команді, спілкування з замовником маркетингових послуг, з власниками бізнесу, використання сучасних комп'ютерних технологій для виконання командних завдань тощо.

Звісно, що така форма не може охопити всіх студентів - але найкращі отримують чудову можливість відчувати який захопливий та цікавий світ маркетингової діяльності.

**ПЕРЕЛІК ЗВО УКРАЇНИ, ЩО ВЗЯЛИ УЧАСТЬ  
У II-ВСЕУКРАЇНСЬКІЙ НАУКОВО-МЕТОДИЧНІЙ КОНФЕРЕНЦІЇ**

1. Академія рекреаційних технологій і права, м. Луцьк
2. Бахмутський коледж мистецтв ім. І. Карабиця, м. Бахмут
3. Вищий навчальний комунальний заклад Львівської обласної ради «Львівська медична академія ім. А. Крупинського», м. Львів
4. Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, м. Вінниця
5. Горлівський інститут іноземних мов Державного вищого навчального закладу «Донбаський державний педагогічний університет, м. Бахмут
6. Державний заклад «Запорізька медична академія післядипломної освіти Міністерства охорони здоров'я України», м. Запоріжжя
7. ДЗ «Луганський національний університет ім. Т. Шевченка», м. Старобільськ
8. Донецький національний медичний університет, м. Краматорськ
9. Донецький національний медичний університет, м. Кропивницький
10. Донецький національний медичний університет, м. Лиман
11. Донецький національний медичний університет, м. Маріуполь
12. Житомирський торговельно-економічний коледж Київського національного торговельно-економічного університету, м. Житомир
13. Запорізький державний медичний університет, м. Запоріжжя
14. Івано-Франківський національний медичний університет, м. Івано-Франківськ
15. Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ
16. Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ
17. Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ
18. Кременчуцький льотний коледж Харківського національного університету внутрішніх справ, м. Кременчук
19. Луцький національний технічний університет, м. Луцьк
20. Маріупольський державний університет, м. Маріуполь
21. Миколаївський коледж Вищого навчального закладу «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», м. Миколаїв
22. Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ
23. Національний університет оборони України ім. І. Черняховського, м. Київ
24. Національний університет харчових технологій, м. Київ
25. Національний фармацевтичний університет, м. Харків
26. Одеська державна академія технічного регулювання та якості, м. Одеса
27. Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса
28. Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова (ОНУ), м. Одеса

- 29.Полтавський національний педагогічний університет ім. В.Г. Короленка, м. Полтава
- 30.Східноукраїнський Національний університет ім. В. Даля, м. Сєверодонецьк
- 31.Тернопільський національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка, м. Тернопіль
- 32.Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків
- 33.Українська медична стоматологічна академія, м. Полтава
- 34.Уманський державний педагогічний університет ім. П. Тичини, м. Умань
- 35.Харківська медична академія післядипломної освіти, м. Харків
- 36.Харківський національний медичний університет, м. Харків
- 37.Центральноукраїнський державний педагогічний університет ім. В. Винниченка, м. Кропивницький

To the convergence of education and business	
<b>O. Cherednichenko</b> .....	<b>219</b>
Іморталізм як категорія соціогуманітарного педагогічного дискурсу	
<b>Є.І. Распопов</b> .....	<b>220</b>
Практична підготовка студентів-стоматологів: реалії та проблеми	
<b>О.А. Удод, С.І. Драмарецька, Г.С. Вороніна</b> .....	<b>225</b>
Можливості інтерактивного навчання у вищій стоматологічній освіті	
<b>О.А. Удод, В.Г. Центіло</b> .....	<b>227</b>
Особливості підготовки здобувачів вищої освіти ступеня «Доктор філософії» в аспірантурі Одеської Національної Академії Харчових Технологій	
<b>О.О. Лівенцова, І.О. Павлова</b> .....	<b>229</b>
Практичні навички у сфері бухгалтерського обліку - базове підтвердження теоретичного курсу вивчення дисципліни: «Бухгалтерський облік»	
<b>Л.В. Іванченкова, Л.Б. Скляр, Г.О. Ткачук</b> .....	<b>231</b>
Наукова робота як інструмент забезпечення та підвищення якості підготовки здобувачів вищої освіти	
<b>Н.М. Купріна, Т.М. Ступницька, Т.Д. Маркова</b> .....	<b>232</b>
Методика оцінки економічної безпеки підприємства: проблеми викладання	
<b>Г.О. Ткачук</b> .....	<b>233</b>
Розвиток професійних компетенцій при проходженні практики за кордоном	
<b>Л.В. Агунова, М.Р. Мардар</b> .....	<b>234</b>
Особливості підготовки економістів у світлі цифровізації економіки	
<b>Л.Л. Лобоцька, О.Л. Фрум, С.М. Дідух</b> .....	<b>237</b>
Організація освітнього процесу, реформування вищої освіти	
<b>Л.Д. Риженко</b> .....	<b>238</b>
Засоби мотивації студентів спеціальності 181 «Харчові технології» до вивчення дисципліни «Електротехніка»	
<b>П.М. Монтік, А.А. Галіулін, О.Ю. Розіна</b> .....	<b>241</b>
Важливість вивчення дисципліни «Водопідготовка в тепленергетиці» майбутніми фахівцями зі спеціальності «Теплоенергетика»	
<b>О.О. Коваленко, О.Б. Василів</b> .....	<b>243</b>
Роль мотивації для викладання дисциплін у технічному ЗВО	
<b>І.О. Кузнецова, Г.В. Крусір, І.В. Коваленко, О.Л. Гаркович</b> .....	<b>244</b>
Студентські науково-прикладні спільноти як ефективний засіб підвищення якості вищої освіти	
<b>О.О. Голубьонкова, М.Г. Брайко</b> .....	<b>245</b>
Юридичні та моральні аспекти DATA у вищій школі	
<b>І.С. Дружкова, А.Ф. Коваленко</b> .....	<b>248</b>
Викладання методики визначення цільового сегменту, як запорука успішного розвитку підприємницької діяльності	
<b>О.М. Голодонуєк, Л.Є. Леонова, В.В. Мільчева</b> .....	<b>252</b>
Застосування SMART-технологій у навчальному процесі	
<b>І.О. Климентьєва, Н.А. Ткаченко, Д.М. Скрипніченко</b> .....	<b>255</b>
Про організаційно-методичні заходи щодо покрокового впровадження Англійської мови в освітній процес	
<b>О.І. Павлов</b> .....	<b>257</b>