

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ



ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**Матеріали Всеукраїнської
науково-методичної конференції
(10 - 12 квітня 2019 року, м. Одеса)**



У збірнику опубліковано матеріали Всеукраїнської науково-методичної конференції «Забезпечення якості вищої освіти», яка проходила 10 - 12 квітня 2019 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 Всеукраїнської науково-методичної конференції «Забезпечення якості вищої освіти»

Редакційна колегія:

- Сгоров Б.В.** - ректор Одеської національної академії харчових технологій, д. т. н., професор (голова редакційної колегії)
- Тришин Ф.А.** - проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи, к. т. н., доцент (заступник голови редакційної колегії)
- Мардар М.Р.** - проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків, д. т. н., професор
- Кананихіна О.М.** - проректор з науково-педагогічної та виховної роботи, соціальних питань, оздоровлення і спорту, к. т. н., доцент
- Мураховський В.Г.** - директор Навчально-методичного центру забезпечення якості вищої освіти, к. ф.-м. н., доцент
- Волков В.Е.** - д. т. н., професор кафедри Вищої та прикладної математики
- Корнієнко Ю.К.** - директор центру дистанційної освіти, к. ф.-м. н., доцент
- Радіонова О.В.** - к. т. н., доцент кафедри Технології вина та енології
- Купріна Н.М.** - декан факультету економіки, бізнесу і контролю, к. е. н., доцент
- Хобін В.А.** - директор Навчально-наукового центру інформаційних технологій, д. т. н., професор
- Сярова А.С.** методист Навчально-методичного центру забезпечення якості вищої освіти

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

практикою студентів. Сьогодні, вже багато вчених наголошує, що бізнес, країна не можуть повноцінно розвиватися без науки. Саме тому, слід важливу роль приділяти реформуванню вищої освіти, її покращенню, самовдосконаленню.

Необхідно не втрачати, а відновити зв'язки з фахівцями дуже важливих робочих і інженерних спеціальностей, які залишили підприємства - для можливого повернення їх при відновленні стабільної роботи. Для закріплення молодих фахівців необхідно розробити і прийняти Державну житлову програму, а також і інші матеріальні і духовні заохочення.

На всіх рівнях виробництва мають бути досвідчені працівники, достатній резерв кадрів, успішні засоби мотивації праці. Керівництво підприємства повинно сприяти розвитку творчості, ініціативи, відповідальності за рахунок підвищення задоволеності співробітників умовами праці.

Ми віримо, що при гармонічному розвитку вищої освіти буде покращуватися рівень свідомості, фінансової обізнаності, професійної компетенції населення, що дасть потужний поштовх як для збільшення ВВП і забезпечення сталого розвитку держави, так, і відповідно, покращенню добробуту і зменшення кількості еміграції населення.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ СКЛАДОВОЇ СУЧАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ

І.І. Зінченко, М.С. Шошина

В епоху діджиталізації вищих навчальних закладів та інших наукових установ, бібліотеки набувають нового формату, що також впливає на процес управління ними [1].

Відходячи від застарілого формату управління, актуальним стає пошук прогресивних моделей, які вміщують в себе аспекти класичного менеджменту і елементи проектного управління [2]. Взявши за основу методологію менеджменту, розглянемо риси та процеси, притаманні сучасному процесу функціонування бібліотеки.

Із розвитком потреб користувачів в сучасному маркетингу трансформувалась окрема концепція, якій притаманні специфічні характеристики, цінність яких є «віртуальною», «неосяжною» - це є соціальним маркетингом, робота якого спрямована на просування бренду та соціальних цінностей.

Соціальний маркетинг напряду націлений на діалог з користувачем, включаючи в себе класичну концепцію 4-х «Р» маркетингу: **Product** - продукту; **Price** - ціни; **Place** - місця; **Promotion** - просування.

Але, наразі вступають і додаткові фактори «Р», що також мають бути враховані, як ключові, в управлінні бібліотекою та на основі яких у подальшому може створюватись маркетингова оцінка функціонування та

планування діяльності: **Process** - комплекс внутрішніх та зовнішніх процесів, що мають вплив на діяльність бібліотеки; **Publics** - коло залучених людей у внутрішньому або зовнішньому середовищі; **Policy** - підтримка або зміна політики управління; **Partnership** - партнерство всередині структурних підрозділів, або із ззовні залученими організаціями; **Productivity and quality** - продуктивність та якість комплексу надаваних послуг; **Purse Strings** - акумульовані фінансові ресурси, направлені на розвиток послуг та залучення читачів [4].

Науково-технічна бібліотека вищого навчального закладу є інформаційною, культурною та просвітницькою неприбутковою організацією, яка вкладає комплекс своїх наявних ресурсів у створення ціннісного продукту для свого кінцевого споживача. Серед таких продуктів можна виокремити основні: високий якісний рівень надаваної інформації, постійне підвищення зручності користування наявними ресурсами бібліотеки.

Дослідження та постійна переоцінка ролі та місця у культурному просторі є основою соціального маркетингу бібліотек в умовах постійної трансформації сучасного світу, а використання міждисциплінарної методології та системних процесів дозволяє спростити цей неспинний процес «акліматизації».

Література

1. Зінченко І.І., Ольшевська О.В., Шопина М.С. Трансформація бібліотечних установ у цифровому світі / Одеська національна академія харчових технологій. Одеса: ОНАХТ, 2018. 215 с.
2. Про схвалення Стратегії розвитку бібліотечної справи на період до 2025 року “Якісні зміни бібліотек для забезпечення сталого розвитку України”: [Веб-сайт]. 2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/219-2016-%D1%80>.
3. Шульц Д.Е., Танненбаум С.И., Лаутерборн Р.Ф. Новая парадигма маркетинга: интегрируемые маркетинговые коммуникации: монографія. М: ИНФРА-М, 2004. 231 с.
4. Куликова Л.В. Маркетинг как интеграционный инструмент в работе современной библиотеки. 2014. [Веб-сайт]. URL: <https://ru.calameo.com/read/000463903e78e670022bf>.

ДИПЛОМНЕ І КУРСОВЕ ПРОЕКТУВАННЯ У ФОРМУВАННІ ГОТОВНОСТІ ВИПУСКНИКІВ ДО ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Т.Є. Лебеденко, В.Ю. Толстих, Н.Л. Карацуба, Г.В. Коркач

Аналіз сучасної економічної політики України показує, що підґрунтям для її стабілізації та стратегічного розвитку має стати високий рівень конкурентоспроможності вітчизняних товарів і підприємств на зовнішньому та внутрішньому ринку. Для вирішення цієї задачі потрібна системна

ЗМІСТ

Всеукраїнські студентські олімпіади як відображення якісної підготовки майбутніх успішних фахівців	
С.В. Котлик	3
Міжнародний досвід інноваційних освітніх технологій (на прикладі Католицького університету м. Лілль, Франція)	
І.С. Калмикова	9
Компетентності з сенсорного аналізу у сучасних фахівців: світовий стан та перспективи в Україні	
О.Б. Ткаченко, Ф.А. Трішин, О.О. Тіглова, О.В. Радіонова, Н.В. Каменева	12
Реформування вищої освіти як основи інноваційного розвитку	
В.В. Немченко, Г.В. Немченко	14
Деякі аспекти маркетингової складової сучасної бібліотеки	
І.І. Зінченко, М.С. Шошина	15
Дипломне і курсове проектування у формуванні готовності випускників до інноваційної діяльності	
Т.Є. Лебеденко, В.Ю. Толстих, Н.Л. Карацуба, Г.В. Коркач	16
Активізація пізнавальної діяльності як спосіб забезпечення академічної доброчесності	
А.П. Левицький, А.П. Лапінська, Н.В. Хоренжий	19
Методика підготовки студентів до Всеукраїнських студентських олімпіад з дисциплін на кафедрі БЖД	
В.І. Булюк, В.М. Лисюк	20
Науково-методичне забезпечення дисциплін кафедри Безпеки життєдіяльності	
О.О. Фесенко, В.М. Лисюк, З.М. Сахарова	21
Проектна методика навчання іноземних мов: історія і сучасність	
О.С. Зінченко, С.Я. Маслоva, А.В. Руда	24
Система вищої освіти України очима сучасних випускників	
О.О. Коваленко	25
Культура вільного часу студентів як чинник успішної навчальної діяльності	
М.Л. Орлова	26
Методичне забезпечення мікробіологічного блоку дисциплін на кафедрі Біохімії, мікробіології та фізіології харчування ОНАХТ	
А.В. Єгорова, Л.В. Труфкаті, О.О. Килименчук	29
Деякі особливості складання методичних вказівок	
С.О. Воїнова	30
Вплив компенсації реактивної потужності на економію електроенергії	
П.М. Монтік, Є.П. Штепа	32
Методичні аспекти виконання випускної роботи бакалаврів спеціальності «Облік і оподаткування»	
Г.О. Ткачук, Л.В. Іванченкова, Л.Б. Скляр	34