

3. ИННОВАЦИОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 339.138

И. Б. Васылык

ДГПУ им. И. Франко, Дрогобыч, Украина

ОБУЧЕНИЕ МАРКЕТИНГУ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В статье рассмотрены актуальные вопросы внедрения инновационных подходов в учебно-воспитательный процесс в высших учебных заведениях; определены факторы, необходимые для совершенствования процесса обучения и воспитания средствами информационно-коммуникационных технологий. Отмечено, что в современной маркетинговой литературе насчитывается более двух тысяч дефиниций понятия «маркетинг».

Ключевые слова: информационно-коммуникационная технология, маркетинг, педагогическая технология, инновационный подход.

Инновации с точки зрения маркетинга — это та особенность, которая отличает компанию от конкурентов, например, новые формы продажи товаров в розничной сети, яркий корпоративный герой, нетипичная рекламная концепция, создания легенды вокруг собственного бренда, связь потребления/использования товара с определенным семейным ритуалом и тому подобное. Маркетинг — это современная философия бизнеса, способная обеспечить компанию не только инновацией, но и существенными конкурентными преимуществами в борьбе за лояльного потребителя. В современных условиях работать без маркетолога — большой риск для крупного, среднего и малого бизнеса.

Несмотря на значительное количество исследований, посвященных отдельным аспектам информатизации процесса профессионального обучения, требует уточнения понятийный аппарат современных образовательных информационных технологий, теоретическое обоснование принципов формирования современной учебной среды и разработки средств обучения нового поколения на базе инновационных сетевых образовательных технологий.

Теоретической основой исследования данной проблемы в Украине являются труды: по теории компьютеризации обучения и информатизации образования (В. Беспалько, В. Быков, А. Верлань, М. Жалдак, В. Мономахов), по теории использования информационных технологий в учебном процессе (И. Булах, Л. Раманичинна).

Ускорение научно-технического прогресса требует повышения требований к качественному потенциалу работников, занимающихся генерированием, разработкой и внедрением новых технологических идей. Это, безусловно, ставит новые требования к профессиональной подготовке будущих специалистов, поскольку именно она способствует переходу к информационному обществу, а следовательно, и формированию приоритетов развития государства. Подходы и практические действия

по развитию образования в Украине базируются на концепции создания условий для удовлетворения образовательных и профессиональных потребностей личности с возможностью совершенствования полученных знаний, развитием творческого потенциала. Так, С. Николаенко, В. Кремень, М. Степко и другие исследователи отмечают, что задания учебных дисциплин должны основываться на результатах анализа целевой установки и содержать понятные для субъектов обучения условия достижения целей учебной дисциплины [3; 4]. Трансформация высшего образования требует, в первую очередь, решения таких насущных вопросов, как ориентация на личность, фундаментальные ценности, демократизация образования.

Целью статьи является исследование особенностей применения инновационных подходов в процессе профессиональной подготовки преподавателей маркетинга.

Специалистам в области образования для повышения качества образования, реализации принципов Болонского процесса необходимо знать теоретические основы, виды инновационных педагогических технологий, их качественные особенности, основные тенденции совершенствования инновационных педагогических технологий, понимать их суть, владеть механизмами их создания и использования, уметь анализировать индивидуальный стиль профессиональной деятельности и особенности применения инновационных педагогических технологий, формировать свою технологическую культуру.

Современное состояние системы образования характеризуется возрастанием роли информационных технологий обучения. Усвоение студентами знаний с помощью информационных и коммуникационных технологий происходит значительно быстрее, чем с помощью обычных. Эти технологии изменяют характер развития, приобретения и распространения знаний, позволяют углублять и расширять содержание изучаемых дисциплин, быстро обновлять его, применять более эффективные методы обучения, а также значительно расширяют доступ к образованию [8, с. 140].

На сегодня разработан и утвержден ряд документов, где определены политические, социальные и педагогические основы обновления образования в стране, перспективы его развития (Национальная доктрина развития образования Украины в XXI веке, Законы Украины «Об образовании», «Об общем среднем образовании», положения о школе, «Концепция 12-летней средней общеобразовательной школы», «Концепция национального воспитания» и др.). В Законе Украины «Об образовании» определены политический курс государства в области образования, цель, принципы, содержание образования, условия создания учебных заведений и их разнообразие. На формулировку понятия «инновационная деятельность» в Законе Украины «Об инновационной деятельности» повлияли положения Закона Украины «Об инвестиционной деятельности» от 18 сентября 1991 года, где инновационная деятельность рассматривается как одна из форм инвестиционной деятельности, осуществляемой с целью внедрения достижений научно-технического прогресса в производство и социальную сферу.

В современной маркетинговой литературе насчитывается более двух тысяч определений понятия «маркетинг», поэтому и неоднозначно дается определение сущности работы специалиста, который занимается маркетингом. Рассмотрим различные подходы к определению профессии «маркетолог» (таблица 1).

Обязанности маркетолога (см. таблицу 1) охватывают ряд жизненно важных функций управления предприятием: анализ, прогноз, планирование, контроль и т. п.

Т а б л и ц а 1 — Дефиниции термина «маркетолог»

Источник информации	Определение, характеристика
<p>«Каталог профессий» (www.osvita.com.ua www.profi.ua www.jobs.ua и др.)</p>	<p>Специалист по изучению вкусов покупателей и продвижения товара. Исследует, какая продукция будет пользоваться большим спросом и почему, оценивает рынок конкретных товаров и услуг. Проводит тщательный мониторинг отрасли, организует работу интервьюеров, выясняет предпочтения покупателей. Обрабатывает информацию с помощью специальных компьютерных программ. Составляет подробный отчет с цифрами, графиками, сравнительными характеристиками. Делает прогноз и разрабатывает рекомендации</p>
<p>А. Хачатурова [3, с. 66]</p>	<p>Отдельная специальность с определенными функциональными обязанностями, основные из которых:</p> <ul style="list-style-type: none"> – тщательное изучение товара (услуги) компании и его особенностей; – изучение потребителей данного товара (услуги), их сегментация; – изучение рынков сбыта и их специфики; – мониторинг конкурентов и анализ их деятельности; – прогноз спроса и его динамики; – участие в формировании товарного ассортимента; – участие в ценообразовании; – определение стратегии позиционирования товара; – проведение маркетинговых мероприятий и анализ их эффективности
<p>«Азбука профессий» (www.robota.lviv.ua)</p>	<p>Специалист по изучению рынка, потребностей и предпочтений потребителей (товара, имиджа, деятельности компании в целом и т. д.). Он оценивает, какая продукция будет пользоваться спросом и почему, предлагает пути продвижения нового товара или возможности увеличения продаж существующего, собирает и анализирует статистическую информацию, оценивает действия конкурентов, проводит мониторинг отрасли, организует работу исследовательской команды, которая выясняет взгляды потенциальных покупателей, обрабатывает полученную информацию, делает прогноз и составляет рекомендации</p>
<p>Я. Горбушин [2, с. 20]</p>	<p>Специалист, занимающийся оптимизацией процессов внутри отделов компании и процессов, связанных с внешним взаимодействием. Маркетолог должен знать все отрасли, в которых работает фирма и с которыми она столкнется</p>

Разработка и внедрение компьютерных средств обучения определенным образом меняет структуру познавательной деятельности студентов, влияет на содержание высшего педагогического образования, определяет обновленные формы, методы и принципы обучения. Изучение всех составляющих подготовки обуславливает формирование профессиональных умений будущего учителя технологий. Однако можно выделить еще одну составляющую, в рамках которой происходит профессиональная подготовка к будущей деятельности студента, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий. Современные информационно-коммуникационные технологии обучения (педагогические программные средства, информационно-поисковые системы) позволяют студенту быть более активным в обучении, самостоятельно определять время, сроки, темп и сложность такого обучения [6, с. 105—110].

В современных педагогических изданиях [1; 2; 7; 10; 13] отмечается, что традиционная (неинформатизированная) система обучения не создает условий для эффективного развития умственных способностей студентов, нивелирует их творческие потенции. Как правило, в вузовском массовом опыте обучения большинство преподавателей стремятся дать студентам как можно больше информации по своей дисциплине. При этом репродуктивные методы ее передачи требуют минимума познавательной и творческой активности. В результате общество получает пассивного специалиста, исполнителя, не обладающего навыками принятия решений в профессиональной сфере.

Традиционными средствами поддержки учебного процесса является доска и мел, плакаты, диапроектор, кодоскоп и др. Современный уровень развития микропроцессорной техники позволяет вывести традиционные средства на качественно новый уровень, используя компьютер, мультимедийный проектор и интерактивную доску. Эти средства могут выполнять те же функции, а также некоторые новые, т. е. во многих случаях могут полностью заменить собой традиционные средства.

Рассматривая возможности информационных и коммуникативных технологий (ИКТ) в обучении, необходимо систематизировать спектр средств ИКТ, предлагая их типизацию. Обычно используется типизация средств ИКТ для обучения по техническим признакам (программные и аппаратные), по функциональным признакам (использующиеся в обучении, инструментальные, сервисные, контролирующие и др.). Чаще всего средства ИКТ классифицируются по способу их применения [5]. Так, И. В. Роберт [11] предлагает следующую классификацию средств ИКТ по способу использования в деятельности учителя: в качестве средства обучения, совершенствующего процесс преподавания; как инструмент познания окружающей действительности и самопознания; как средство развития личности студента; как объект изучения в рамках освоения курса информатики; как средство информационно-методического обеспечения и управления учебно-воспитательным процессом; как средства коммуникаций; как средство автоматизации процессов обработки результатов эксперимента и управления; как средство автоматизации процессов контроля, коррекции, результатов учебной деятельности, тестирования и психодиагностики; как средство организации интеллектуального досуга.

В свою очередь Т. Б. Захарова выделила следующие общие виды информационной деятельности: поиск информации, представление информации, передача информации, обработка информации, преобразование, сохранение, систематизация, классификация, использование информации [9]. Автор использует предложенную типизацию как основу для профильной дифференциации содержания подготовки школьников по информатике. Предлагается формировать содержание прикладных профильных курсов на основе глубокого рассмотрения одного из видов информационной деятельности.

Опираясь на типизацию Т. Б. Захаровой, по нашему мнению, можно выделить четыре общих вида информационной деятельности учителя: сбор (получение, поиск) информации — деятельность по соединению информации из разных источников в единую систему; передача информации — деятельность по перемещению информации в пространстве между участниками педагогического процесса; обработка (преобразование) информации — деятельность, в результате которой информация преобразуется из одной формы в другую; сохранение информации — деятельность по перемещению информации во времени.

Среди причин, сдерживающих использование ИКТ в учебно-воспитательном процессе в вузах, отметим психолого-педагогические проблемы, заключающиеся в отсутствии:

- научно обоснованной методики использования ИКТ при проведении занятий в кружках и других творческих объединениях;
- системы организации психологического сопровождения и методической работы по использованию современных ИКТ;
- эффективного механизма накопления, обобщения и распространения передового опыта использования ИКТ в образовательной деятельности вуза;
- целенаправленной работы по формированию у субъектов учебно-воспитательного процесса информационной культуры.

Для решения этих проблем необходимо исследовать уровень готовности педагогов вузов к использованию ИКТ и определить пути формирования знаний и умений участников учебно-воспитательного процесса по применению современных образовательных технологий, в том числе ИКТ, как новой формы организации учебной деятельности в вузе. При таких условиях необходимо научно обосновать процесс информатизации образования; разработать критерии, которые определяют общий уровень информационной культуры участников образовательного процесса в вузе; определить содержание, формы, методы информационно-компьютерной подготовки воспитанников и педагогов [7; 12].

Как известно, изучение маркетинга — это длительный и трудоемкий процесс. Поэтому сейчас на первый план выдвигается вопрос, связанный с разработкой новых средств, методов и технологий, позволяющих качественно улучшить процесс обучения и увеличить скорость обработки больших потоков информации. Решением этой проблемы является внедрение информационных технологий в учебный процесс, а именно использование современных мультимедийных средств и Интернета в качестве вспомогательных средств обучения маркетингу. Электронные словари и энциклопедии, мультимедийные курсы, включая аудио- и видеоматериалы, электронные издания книг, газет и журналов на языке оригинала, образовательные сайты, форумы — все это дает возможность получить исчерпывающую информацию по тем или иным вопросам.

Для эффективного решения проблем разработки и внедрения информационно-коммуникационных технологий и инноваций в образовательный процесс учебных заведений главными направлениями деятельности являются:

- проведение научно-педагогических исследований и создание научно-методической базы по данной проблеме;
- внедрение психологического сопровождения учебного процесса с использованием ИКТ;
- формирование современной учебной среды путем модернизации материально-технической базы учебных заведений.

Для эффективного совершенствования системы непрерывного образования необходимо оптимизировать реализацию государственных программ, направленных на информатизацию, компьютеризацию и обновление материально-технической базы высших учебных заведений. Решение указанных задач окажет положительное влияние на все составляющие системы обучения и воспитания: цель, содержание, методы, средства и организационные формы. Это позволит находить пути решения актуальных психолого-педагогических и организационно-методических проблем

для содействия развитию творческого и интеллектуального потенциала всех субъектов учебно-воспитательного процесса в креативном образовательном социуме.

Список использованных источников

1. *Антонюк, Г.* Педагогічні засади впровадження інформаційних технологій у навчальний процес / Г. Антонюк // Наук. зап. — Вип. 89 (2). — Сер. Філологічні науки (мовознавство) : у 5 ч. — Кіровоград : КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. — С. 178 — 180.
2. *Основи методики створення і застосування комп'ютерних програм у навчанні іноземних мов : навч. посіб. / П. Асоянц [та ін.].* — Київ : КДПП, 1993. — 108 с.
3. *Вища освіта в Україні і Болонський процес : навч. посіб. / М. Ф. Степко [та ін.] ; за ред. В. Т. Кременя.* — Київ : Освіта, 2004. — 384 с.
4. *Вища освіта в Україні : навч. посіб. / В. Г. Кремень [та ін.] ; за ред. В. Г. Кременя, С. М. Ніколаєнка.* — Київ : Знання, 2005. — 327 с.
5. *Гончарова, О. М.* Типізація засобів сучасних інформаційно-комунікативних технологій за видами інформаційної діяльності [Електронний ресурс] // О. М. Гончарова // Вісн. Житомир. держ. ун-ту імені Івана Франка. — Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/1120/2/05gomvid.pdf>. — Дата доступу: 07.01.2017.
6. *Дзюбан, Т. П.* Застосування інформаційно-комунікаційних технологій у процесі професійної підготовки майбутніх учителів технологій / Т. П. Дзюбан // Зб. наук. праць Бердян. держ. пед. ун-ту (Педагогічні науки). — 2011. — № 1. — 356 с.
7. *Засоби і технології єдиного інформаційно-освітнього простору / за ред. В. Ю. Бикова, Ю. О. Жука.* — Київ, 2004. — 240 с.
8. *Захарова, И. Г.* Информационные технологии в образовании : учеб. пособие для студентов высш. пед. учеб. заведений / И. Г. Захарова. — М. : Академия, 2003. — 192 с.
9. *Захарова, Т. Б.* Профильная дифференциация обучения информатике на старшей ступени школы / Т. Б. Захарова. — М., 1997. — 212 с.
10. *Інноваційні технології в сучасній освіті / за ред. Л. І. Даниленко.* — Київ : Лотос, 2004. — 220 с.
11. *Информационные технологии в науке и образовании // И. В. Роберт, П. И. Самойленко.* — М., 1998. — 178 с.
12. *Тихенко, Л. В.* Сучасні підходи до використання інформаційно-комунікаційних технологій у позашкільній освіті / Л. В. Тихенко // Вимірювальна та обчислювальна техніка в технологічних процесах. — 2011. — № 1 (37). — С. 286 — 289.
13. *Шуневич, Б.* Теоретичні основи дистанційного навчання / Б. Шуневич. — Львів, 2006. — 243 с.

Матеріал поступил в редакцію 07.02.2017