

Навчальному закладу:

- визначення стратегії розвитку закладу;
- підвищення іміджу закладу;
- підвищення попиту на запропоновані освітні послуги;
- фаховий ріст професійних кадрів;
- нові форми роботи з учнями, батьками;
- більш ефективне управління ресурсами.

Педагогам:

- бачення перспектив особистісного й професійного розвитку;
- можливості для самореалізації;
- якісне підвищення ефективності роботи.

Використана література:

1. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я. – С.-Пб. : Нова, 2003. – 224 с.
2. Пометун О., Середяк Л., Суцценко І., Янушевич О. Управління школою, що змінюється. Порадник сучасного директора. – Тернопіль : Видавництво АСТОН. – 2005. – 192 с.
3. Рябова З. Маркетингова діяльність навчального закладу // Довідник директора школи. – 2011. – жовтень. – С. 11-13.

Аннотація

В статті аналізується проблема організації маркетингової діяльності внескільного учредження; определено основні напрями діяльності внескільного учредження з позиції освітнього маркетингу.

Annotation

The issue of organization of marketing activity of out-of-school establishment is analyzed in the article; basic directions of activity of out-of-school establishment from a position of education marketing were defined.

УДК 37.018.43:[044+621.397.122]

Слабошевська Т. М., Смекалін І. М.

МЕДІАОСВІТА В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Для вдосконалення професійної освіти, забезпечення її доступності та ефективності, підготовки молоді до життя і діяльності в інформаційному суспільстві сьогодні доцільно враховувати процеси стрімкого інформаційно-технологічного розвитку різних галузей. Аби навчити студентів користуватися інноваційними технологіями, слід сформулювати у них вміння управляти потоками інформаційних ресурсів, опанувати комунікаційними технологіями і стратегіями їх використання. А відтак викладач має володіти новітніми технологіями навчання.

Медіаосвіта ставить за мету якнайповніше скористатися освітнім та технічно-комунікаційним потенціалом сучасних засобів масової комунікації і є, за визначенням ЮНЕСКО, окремим напрямом освіти, оскільки допомагає людині усвідомити способи використання масової комунікації в суспільстві; аналізувати медіатексти та критично оцінювати запропоновані в них цінності, політичні, соціальні, комерційні та культурні інтереси, а також створювати і розповсюджувати через мас-медіа власні медіатексти [1].

У визначеннях ЮНЕСКО медіаосвіту й медіакомпетентність послідовно пов'язують і з розвитком демократичного мислення, і громадської відповідальності особистості. Як засвідчують підсумкові документи багатьох міжнародних форумів, де обговорювалися проблеми медіаосвіти, медіапроцес у світі орієнтується на громадянську відповідальність, гуманізм і демократію.

Зауважимо принагідно, що деякі дослідники вважають медіаосвіту окремою інноваційною освітньою технологією, котра реалізується через використання інформаційно-комунікаційних технологій і покращує комп'ютерну підготовку завдяки регулярній роботі з персональним комп'ютером та в мережі Інтернет.

Явище, котре сьогодні означено терміном "медіаосвіта", було присутнє в радянському освітньому просторі, що, зокрема, засвідчують дослідження українських і російських науковців. Нині на теренах колишнього Радянського Союзу медіаосвіта найактивніше розвивається в Росії, де діє наукова школа медіаграмотності та медіакомпетентності під керівництвом професора О. В. Федорова, розпочато підготовку педагогів-медіадидактів у вищих навчальних закладах, видається національний журнал "Медиаобразование", існує кілька сайтів на Російському загальноосвітньому порталі, де, зокрема, представлені напрацювання українських медіадидактів мовою оригіналу.

Незалежна Україна має власні медіаосвітні осередки: у Києві (в Інституті вищої освіти та Інституті соціальної та політичної психології АПН України) та Львові. До того ж медіаосвітні курси входять у навчальні плани деяких українських вишів.

У червні 1999 р. рішенням Вченої Ради Львівського національного університету імені Івана Франка

було створено Інститут екології масової інформації. Його засновники розглядають медіаекологію як синтез філософсько-академічного і суто прикладних напрямів роботи, пов'язаних з нейтралізацією патогенних інформаційних потоків. На сайті Інституту зазначається, що на початку своєї діяльності було розгорнуто "дослідження за такими трьома основними напрямками: медіафілософському (філософське осмислення впливу масової комунікації, зокрема, медіатехнології, на нашу психіку і культуру), медіакритичному (аналіз медіадискурсу для професіоналів), медіаосвітньому (медіаосвіта відрізняється від журналістської освіти тим, що спрямована не тільки, чи не стільки, на підготовку працівників медіа бізнесу, скільки на стимулювання "психологічного імунітету" широкого загалу від тих медіазагроз, які пов'язані з пропагандою і фальсифікацією, порнографією та екранним насильством. Медіаосвіта - це своєрідна інструкція як користуватися медіа). Тематика досліджень потребувала міждисциплінарного підходу і орієнтувалася, переважно, на підготовку медіа фахівців [2]. Педагогічний досвід з підготовки майбутніх медійників переносився й на заняття в шкільну аудиторію.

Через 10 років, у 2009-му, у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна з відкриттям нової кафедри медіа комунікацій започатковано однойменну експериментальну магістерську програму. Медіаосвітні курси нині читаються у Таврійському гуманітарно-екологічному інституті в Сімферополі, на видавничо-поліграфічному факультеті НТУ України "КПІ" тощо.

Питання медіаосвіти перебувають у центрі уваги багатьох кафедр і факультетів, де ведеться підготовка журналістів, що засвідчують: конференції з обговорення актуальних проблем медіаосвіти, медіавиховання, медіакомпетентності, що відбулися впродовж 2009 року в Інституті журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, на факультетах філології та журналістики Полтавського державного педагогічного університету імені В. Г. Короленка та Волинського національного університету імені Лесі Українки; круглий стіл "Медіаосвітні технології у навчальному процесі" – в Інституті вищої освіти; Інтернет-конференція на базі Інституту філології Бердянського державного педагогічного університету та інші.

На жаль, в Україні в загальноосвітніх та вищих навчальних закладах зазначеним проблемам ще не приділяється достатньо уваги. Прорив у цьому контексті зробила Національна академія педагогічних наук України, яка в 2010 році постановою Президії схвалила "Концепцію впровадження медіаосвіти в Україні". Розроблений документ передбачає цілий комплекс організаційних засад щодо медіаосвіти та формування медіаграмотності на рівні загально-освітніх та вищих навчальних закладів, а також закладів післядипломної освіти.

У контексті зазначеної концепції постало нагальне завдання щодо розробки навчальної програми "Основ медіаосвіти" для вищих педагогічних навчальних закладів і зокрема для закладів післядипломної освіти. Інститут інноваційних технологій і змісту освіти Міністерства освіти і наук и, молоді та спорту України спільно з Академією Української преси організували розробку проекту такої програми, що є практичним кроком до реалізації концепції впровадження медіаосвіти в Україні.

Вивчення навчального курсу "Основи медіаосвіти" як складника педагогіки вищої школи у вищих педагогічних навчальних закладах та закладах післядипломної освіти забезпечить не лише формування знань із теорії медіаосвіти, а й, головне, формування вмінь професійно використовувати набуті знання в педагогічній практиці.

Саме тому зараз актуальне започаткування медіаосвіти, яка у майбутньому повинна стати компонентом загальної освіти, невід'ємною частиною навчальних програм усіх рівнів освітньої діяльності загальноосвітніх і вищих навчальних закладів.

Отже, у медіаосвіті передбачається реалізація таких основних напрямів:

- медіаосвіта майбутніх професіоналів-журналістів (преса, радіо, телебачення, інтернет), кінематографістів, редакторів, продюсерів тощо;
- медіаосвіта майбутніх педагогів, підвищення кваліфікації викладачів;
- медіаосвіта як частина загальної освіти школярів та студентів, яка може бути інтегрована з традиційними навчальними предметами і навчальними дисциплінами або викладатися автономно;
- медіаосвіта в закладах післядипломної освіти або в рекреаційних центрах;
- дистанційна медіаосвіта школярів, студентів та дорослих за допомогою радіо, телебачення, інтернету;
- самостійна безперервна медіаосвіта, яка здійснюється протягом усього життя людини [3].

Якими шляхами це можна здійснити?

Запровадження в закладах освіти навчальної дисципліни "Основи медіаосвіти" потребує цілого комплексу практично-організаційних заходів.

По-перше, належить забезпечити підготовку методичних матеріалів та посібників з "Основ медіаосвіти".

По-друге, в закладах післядипломної освіти треба організувати спеціалізовані курси з підготовки вчителів до проведення занять з вищезазначеного навчального предмета.

По-третє, постає актуальна проблема щодо підготовки фахівців, які були б здатні професійно репрезентувати навчальну дисципліну "Основи медіаосвіти".

Медіаосвіта, медіаграмотність, медіапедагогіка мають стати органічним складником педагогік середньої та вищої школи.

Висновки. Гострота порушених питань буде ще відчутнішою, якщо врахувати те, що після інформаційного буму на суспільство насувається інформаційне цунамі у вигляді Всесвітньої інтернет-павутини. Саме тому медіаобізнаним сьогодні має бути і "старе й мале", тобто кожний свідомий громадянин нашого суспільства, а не тільки учень чи студент.

Зрозуміло, перші кроки в медіаосвіті будуть пов'язані з певними труднощами та ускладненнями, що цілком природно. Йдеться і про кадрове, навчально-методичне забезпечення навчального процесу, про матеріально-технічну базу, перегляд навчальних планів і програм, нормативно-правових матеріалів, іншої документації. Але ж уникнути цих труднощів можна, тільки долаючи їх. Іншого шляху немає.

Використана література:

1. Potter W. J. Media Literacy. Thousand Oaks. – London : Sage Publication, 2001. – 423 p.
2. Інститут екології масової інформації ЛНУ імені Івана Франка [Електронний ресурс]. – Спосіб доступу: http://www.franko.lviv.ua/mediaeco/pro_nas.htm.
3. Федоров А. В. Медиаобразование в зарубежных странах. – Таганрог : Изд-во "Кучма", 2003. – 238 с.

Аннотація

Итоговые документы многих международных форумов, где обсуждались проблемы медиаобразования, ориентируют общество на развитие гражданской ответственности, гуманизм и демократию. В последние годы медиаобразование обрело популярность и развивается во многих странах мира. Не обошел стороной этот процесс и Украину. В статье говорится о современном состоянии и перспективах развития медиаобразования в Украине.

Annotation

The resulting documents of many international forums, where the problems of media education came into a question, orient society on development of civil responsibility, humanism and democracy. Last years of media education found popularity and develops in many countries of the world. Do not go round a side this process and Ukraine. In the article talked about the modern consisting and prospects of development in media education of Ukraine.

УДК 378

Шамчук М. Ю.

СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ МАГІСТРІВ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ОСВІТИ З ОСНОВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

В умовах сучасного розвитку виробництва особливого статусу набуває проблема економічної підготовки молоді. Окремі аспекти процесу економічної освіти у контексті підготовки студентів до підприємницької діяльності окреслено у працях Р. Лучечка, В. Дрижака, Р. Пустовіта, О. Тополь та ін. [1]. Виникає необхідність в науковому обґрунтуванні змісту економічної підготовки магістрів.

Метою цієї **статті** є розкриття особливостей структури та змісту підготовки магістрів технологічної освіти з основ підприємництва.

Підготовка магістрів технологічної освіти реалізується на базі ОКР "Бакалавр". Згідно навчального плану для магістрів технологічної освіти, які навчаються за спеціалізацією "Підприємницька діяльність та електронний бізнес" передбачається вивчення ряд економічних дисциплін: основи маркетингу, менеджмент малого бізнесу (кадрова політика), управління персоналом, бухгалтерський облік та фінансова звітність, підприємницьке право, економічна безпека підприємства [2].

Обґрунтуємо доцільність та послідовність вивчення кожних з них. Така система склалася традиційно на базі досвіду викладачів, а також навчально освітньої діяльності системи підготовки магістрів цієї галузі. Тому є потреба в науковому обґрунтуванні змісту економічної підготовки магістрів.

В ринкових умовах виробництво має орієнтуватися на задоволення потреб споживачів, що в свою чергу буде визначати прибутковість підприємств. Особлива роль у реалізації даної проблеми належить маркетингу. Тому навчальна дисципліна "Основи маркетингу" дає змогу сформуванню у майбутніх менеджерів систему знань щодо базових категорій маркетингу, його принципів і методів, головних інструментів і технології вивчення ринку та організації маркетингової діяльності, набуття практичних навичок щодо просування товару на ринку з урахуванням потреб споживача та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

При цьому доцільно вивчати наступні вузлові питання, а саме: концепція маркетингу, методи, інструментарій та засоби реалізації системи маркетингу на підприємстві, методи і критерії прийняття управлінських рішень у маркетингу, маркетингові дослідження ринку. Цю дисципліну передбачено протягом 2 кредитів.

Невід'ємним складовим елементом підготовки студентів технологічної освіти до пануючої ринкової системи є вивчення навчальної дисципліни "Менеджмент малого бізнесу (кадрова політика)".

В умовах, коли успішність діяльності організації значним чином залежить від правильності прийняття та реалізації управлінських рішень, вміння застосовувати найновіші наукові методи управління,