

Київський національний економічний університет

Навчальні інновації

та їхній вплив на якість університетської освіти

Збірник матеріалів
науково-методичної
конференції
29 січня 2003 року

1906–2006



До 100-річчя
Київського
національного
економічного
університету

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА ЯКІСТЬ УНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ ОСВІТИ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
НАУКОВО-МЕТОДИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
29 січня 2003 р.

ББК 74.58

Н 15

Н 15

Навчальні інновації та їхній вплив на якість університетської освіти: Зб. матеріалів наук.-метод. конф. 29 січ. 2003 р. — К.: КНЕУ, 2003. — 492 с.

ISBN 966-574-485-2

У збірнику розглянуто актуальні питання педагогіки вищої освіти, висвітлено педагогічну майстерність у викладанні дисциплін економічного профілю, застосування сучасних методик навчання та контролю якості знань, роль інформаційних технологій у забезпеченні якості університетської освіти, упровадження наукових досягнень у зміст освіти. Визначено пріоритетні напрями роботи кафедр з удосконалення організації навчального процесу за допомогою застосування інноваційних технологій.

Для науковців, викладачів, студентів вищих навчальних закладів.

ББК 74.58

Редакційна колегія:

- **С. В. Степаненко**, проректор (відп. за вип.); **В. М. Колот**, професор (заст. відп. за вип.); **О. О. Субіна** (нач. наук.-метод. відділу), **Т. В. Гуть** (зав. лабораторії змісту освіти та організації навчального процесу)

<i>Головка С. Г.</i> Особливості здійснення контролю за модульною організацією вивчення історії	261
<i>Гончарова Н. В.</i> Ситуаційні завдання як елемент сучасної інноваційної технології навчання	263
<i>Городецька І. О.</i> Застосування сучасних методик навчання	265
<i>Гусак Т. М., Кобець М. П.</i> Контроль знань студентів	267
<i>Дем'янчук О. О.</i> Поточний контроль у підвищенні ефективності навчання	269
<i>Демчук Н. В.</i> Використання активних методів навчання у викладанні дисциплін економіко-математичного напрямку (на прикладі курсу «Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком»)	271
<i>Дибкова Л. М.</i> Моніторинг навчальної діяльності як складова сучасної педагогічної технології	272
<i>Довганик Н. М.</i> Вплив навчальних інновацій на активізацію самостійної роботи студентів	275
<i>Єжова Л. Ф.</i> Ділова гра: підсумковий контроль знань, умінь, навичок	277
<i>Запара В. М.</i> Використання еліптичних конструкцій на заняттях з іноземної мови	278
<i>Зюкова І. О.</i> Технологія ситуаційного аналізу в маркетингових дослідженнях	280
<i>Карпенко С. В.</i> Підготовка фахівців до майбутньої діяльності в ситуаціях, максимально наближених до реальних умов через тренінг-семінари	282
<i>Клименко О. Ф., Дербенцев В. Д.</i> Використання навчально-тренувальних програм у навчальному процесі для організації самостійної роботи студентів	284
<i>Кондиріна А. Г.</i> Необхідність упровадження імітаційних методів індивідуальної професійної діяльності в навчальний процес	288
<i>Кондратюк С. Я.</i> Навчальні новації дисципліни «Бюджетна система»	290
<i>Кривещенко В. В.</i> Сучасні методики навчання в маркетингу	292
<i>Кулага І. В.</i> Застосування сучасних методик навчання та контролю якості знань	294
<i>Куліш Г. П.</i> Інтенсифікація навчання та контроль якості підготовки спеціалістів з фінансових дисциплін	295
<i>Ляпіна І. Ю.</i> Інноваційні телекомунікаційні технології як засіб активізації навчального процесу	297

адекватна реальному перебігу подій на господарському об'єкті, що дозволяє студентам побачити виробничий процес у цілому. Якщо в майбутньому їм реально треба буде вирішувати якісь виробничі проблеми, то вони вже знатимуть, з чого починати їх розв'язання. По-четверте, для будь-якої фахової дисципліни, а особливо для тієї, що має підсумковою формою контролю залік, це є найбільш ефективним засобом перевірки вміння застосовувати отримані теоретичні знання з дисципліни на практиці.

Оскільки в усіх дисциплінах магістерської програми за вибором студентів як підсумковий контроль передбачено залік і не передбачено семінарських занять, то для засвоєння матеріалу, крім лекцій, студент отримує завдання, яке виконує на базі практики. Зокрема з дисципліни «Інформаційний маркетинг» він повинен заповнити таблицю — характеристику маркетингової діяльності фірми, що дозволяє зробити її аналіз і запропонувати напрямки її вдосконалення.

Однак аналіз чужої діяльності та пропозиції щодо її поліпшення це, так би мовити, поради стороннього, далекі від управлінських рішень, за які треба нести відповідальність. Значно ближче до цього, а отже, і до реальної практики є ділова гра, в якій треба на новоствореній інформаційній фірмі (продовження ділової гри «Розпочинаємо власну справу» з дисципліни «Економіка та організація інформаційного бізнесу») організувати маркетингову діяльність, реалізуючи всі маркетингові функції, та обґрунтувати всі управлінські маркетингові рішення.

Усе викладене доводить, що у вивченні будь-якої фахової дисципліни ділова гра найбільше наближає студента до професійної діяльності. Методична й організаційна підготовка для проведення ділової гри потребують і від викладача значних зусиль і часу і тому має враховуватись у педагогічному навантаженні.

В. М. ЗАПАРА, викладач кафедри іноземних мов фінансово-економічного факультету КНЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ЕЛІПТИЧНИХ КОНСТРУКЦІЙ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Еліпсис (від грец. опущення) означає пропуск у реченні слова чи словосполучення, зрозумілого з контексту, для вираження енергійності, схвильованості, складних переживань, розгубленості, а також для уникнення повторів.

Еліптичність є характерною ознакою для всіх рівнів діалогічного мовлення: фонетичного, лексичного, граматичного.

1. Фонетичний еліпс являє собою редукацію звуків. Наприклад: do not > don't; I have > I've; shall not > shan't. Також до таких еліпсів належать мовні утворення типу: 'course (of course); 'cause (because); 'Twas (it was) та ін.

2. До лексичного еліпсу належать скорочення слів та аббревіації словосполучень. Наприклад: exam (examination); prof (professor); doc (doctor); fridge (refrigerator); phone (telephone); all right (it's all right); see you later (I'll see you later).

3. Граматичний еліпс може бути як на морфологічному, так і на синтаксичному рівні. На морфологічному рівні, наприклад: done < have done, had done, is done; going < are going (where are you going?); have a smoke? (will you have a smoke?); why didn't you come? You promised to.

Синтаксичний еліпс — явище типове для діалогічного мовлення. Наприклад: Yes; Of course; All right; Thanks по суті є готовими мовними знаками. Деякі еліптичні звороти використовуються у вигляді кліше: Thank you (< I thank you); Nice to see you (< it is nice to see you).

У цілому еліптичність потрібна як засіб підвищення динамізму реплік діалогу, їх ситуативного напрямку, економічності та ефективності усномовленнєвого висловлювання, їх розвантаження від зайвих елементів, які гальмують інтонаційний обмін. Еліпс виконує роль замітника повної конструкції репліки. Як відомо, репліки діалогічних едностей усного мовлення за своєю природою переважно еліптичні. В них пропущені члени висловлювання встановлюються за допомогою контексту або ситуації. Іноді репліки збігаються із простим, повним, поширеним, ускладненим реченням або, складаючись із кількох речень, утворюють монологи.

Ці репліки-монологи суттєво відрізняються від характерних для діалогу еліптичних реплік. Репліки-монологи не тільки не гальмують сприймання, а навпаки, прискорюють його, роблять текст більш зрозумілим і яскравим. Важливу роль у структурі діалогу також відіграють репліки-повтори. Заслугує на увагу питання про нормативність еліпса, який у невимушеному діалогічному мовленні якраз і є нормою. Основним для усного побутово-літературного мовлення є побутово-ввічливий реєстр, але часто не виходить за норми і фамільярний, особливо типовий для мовлення молоді, насичений еліптизмами і кліше.

Наприклад: — What did you think of the film?

— I liked it.

— It is a nice cinema, isn't it?

— Do you think so?

Клішованими (тобто готовими) можуть бути і повні речення. Цей діалог можна вважати повністю складеним з мовних кліше на рівні речень. Еліптичні конструкції можуть використовуватись для навчання студентів усної та письмової комунікації.

I. О. ЗЮКОВА, канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу Криворізького економічного інституту КНЕУ

ТЕХНОЛОГІЯ СИТУАЦІЙНОГО АНАЛІЗУ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

У проведенні маркетингових досліджень ситуаційний аналіз використовується досить часто.

Технологія ситуаційного аналізу передбачає послідовну реалізацію таких етапів:

Етап 1. Аналіз поточної ситуації.

Етап 2. Визначення та аналіз проблеми і її складових.

Етап 3. Розробка та оцінка альтернативних варіантів вирішення проблеми.

Етап 4. Вибір найбільш раціонального варіанта вирішення проблеми та його реалізація.

Етап 5. Складання звіту за результатами проведеного ситуаційного аналізу.

Як правило, результати ситуаційного аналізу полегшують та спрощують процеси:

— прийняття маркетингових рішень в умовах невизначеності;

— розробки та підтримки маркетингових стратегій;

— оцінки результатів, що досягнуті в процесі реалізації маркетингових стратегій;

— визначення можливих напрямків діяльності організації;

— визначення загроз та можливостей з боку зовнішнього оточення;

— визначення сильних та слабких боків організації;

— сортування та аналіз маркетингової інформації.

У використанні ситуаційного аналізу слід урахувати три його складові (аналітичну, концептуальну та презентаційну) та три рівні складності кожної складової.