

2. Regulation on the distance education // Official site of the Ukrainian Institute for Information Technologies in Education: <http://udec.ntu-kpi.kiev.ua>. 3. Switching Systems and information distribution, Part 1, Evgeniy Chernykhivskyy Andrew Ratych registration number E41-127-01 / 2011 dated 02.06.2011r., (<Http://vns.lp.edu.ua/enrol/index.php?id=9434>) 4. <http://vnstele.com/> 5. <http://vnstele.com/system-komut/lab-ok/58-lab-ok-oklab1.html>.

УДК 004.738.5+004.031.4+378.147

Анна Шелестова

Харківська державна академія культури

## ОНЛАЙН-СЕРВІСИ ЯК ЗАСОБИ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ- ДОКУМЕНТОЗНАВЦІВ (НА ПРИКЛАДІ ДИСЦИПЛІНИ “МАРКЕТИНГ І РЕКЛАМА В ІНТЕРНЕТІ”)

© Шелестова Анна, 2016

Запропоновано застосування безкоштовних онлайн-додатків як альтернативи спеціальному програмному забезпеченню, необхідному для виконання практичних завдань на заняттях з навчальної дисципліни “Маркетинг і реклама в Інтернеті”, що викладається студентам спеціальності “Документознавство та інформаційна діяльність”. Охарактеризовані онлайн-додатки, призначені для створення інтернет-реклами, інтернет-анкет, інтернет-логотипів.

**Ключові слова:** ВНЗ, навчальна дисципліна, документознавство та інформаційна діяльність, інтернет-маркетинг, інтернет-реклама, онлайн-сервіс, онлайн-генератор.

**This paper is proposed use of free online applications as an alternative to the special software required to perform practical tasks for the academic subject “Marketing and advertising in the Internet”, which is taught to students of the speciality “Documentation science and information activities”. Online-applications for creation Internet-advertising, Internet-forms, Internet-logotypies are described.**

**Key words:** university, academic subject, documentation science and information activities, Internet-marketing, Internet-advertising, online-service, online-generator.

### Вступ

“Маркетинг і реклама в Інтернеті” – навчальна дисципліна в системі фахових дисциплін спеціальності “Документознавство та інформаційна діяльність”. Навчальна дисципліна розрахована на студентів факультетів ВНЗ культури та мистецтва. Це істотна складова частина комплексу фахових дисциплін, важлива ланка професійного становлення фахівців галузі документознавства та інформаційної діяльності. Навчальна дисципліна покликана надати студентам уявлення про основи та особливості інтернет-маркетингу й інтернет-реклами, про завдання та їх вирішення в цій сфері, про особливості використання маркетингових і рекламних інструментів у інтернет-середовищі та сформуванню у студентів умінь застосовувати ці інструменти та методи у практичній діяльності.

### Постановка проблеми

Оволодіння теоретичними засадами курсу дасть змогу сформуванню у студентів базові знання інструментів, методів та принципів інтернет-маркетингу й інтернет-реклами. Важливою частиною і загальної, і фахової освіти особистості поряд із засадами економічних, соціальних, екологічних відносин стають інформаційні та маркетингові відносини, які набувають особливої актуальності в умовах формування інформаційного суспільства в Україні.

Для майбутніх фахівців із документознавства та інформаційної діяльності розуміння та застосування на практиці маркетингових і рекламних інструментів та методів у інтернет-середовищі є невід'ємною компонентою професійної компетенції [1].

Для набуття професійних практичних навичок, таких як, наприклад: проведення маркетингових досліджень; створення інтернет-реклами та інтернет-логотипів; розроблення інтернет-анкет; прийняття рішень щодо вибору засобів стимулювання збуту в інтернет-середовищі; оволодіння методами, засобами та інструментами розроблення інтернет-реклами тощо, необхідне відповідне програмне забезпечення, яке сьогодні ВНЗ не завжди може закупити.

Окрім цього, виникає необхідність подовження ліцензій стаціонарного програмного забезпечення, що також потребує певного фінансування. У випадку застосування відкритого програмного забезпечення виникає потреба у його регулярній підтримці. Якщо говорити про онлайн-сервіси, то цей інструмент є найзручнішим, оскільки не потребує фінансових витрат. ВНЗ постійно перебуває в актуальному стані й може застосовуватися у будь-який час за умови безперешкодного під'єднання до мережі Інтернет. Таких сервісів у глобальній мережі велика кількість найрізноманітніших напрямів (аналогі стаціонарних офісних програм, онлайн-конструктори, форми, калькулятори, генератори, програми-тестування, планувальники, конвертери, списки розсилання тощо) і їх можна застосовувати у початковому процесі ВНЗ.

Як альтернативу стаціонарному програмному забезпеченню можна застосовувати певні онлайн-сервіси, додатки, що, по-перше, дають змогу студентам набути професійно-практичних навичок, по-друге, не потребують додаткового програмного забезпечення для застосування і, по-третє, абсолютно безкоштовні, тобто не порушують вимог, що ставлять до ВНЗ щодо застосування ними програмного забезпечення. Звичайно, такі сервіси мають і певні недоліки, наприклад, створений банер зберігається лише протягом години, або розроблена інтернет-анкета може бути збережена лише за умови реєстрації, іноді виникають певні технічні, технологічні проблеми під'єднання до мережі. Але все це незначні недоліки порівняно із тим, що такі онлайн-сервіси можуть застосовуватися в деяких випадках як безкоштовна повноцінна альтернатива стаціонарного ліцензованого прикладного програмного забезпечення.

#### **Аналіз останніх досліджень та публікацій**

Онлайн-сервіси як інструменти, що застосовуються у навчальному процесі ВНЗ, розглянуто у значній кількості публікацій, яка останніми роками збільшується. Досліджуються і питання використання онлайн-сервісів для підготовки студентів певних спеціальностей, і загальні аспекти, переваги та недоліки застосування цих інструментів у вищій школі. Зокрема, ці питання досліджено у наукових публікаціях таких вчених: В. Ю. Биков [2], С. А. Гончарова [3], П. І. Жежнич [4; с. 35–38], Т. І. Носенко [5], В. П. Олексюк [6], О. М. Спірін [7], О. М. Юдін [8] та ін.

О. М. Спірін говорить про те, що новітні інформаційні технології застосовуються на різних рівнях організації освітнього процесу в усій системі освіти, починаючи від дошкільної і закінчуючи післядипломною освітою. Успішне розв'язання завдань, пов'язаних із організацією процесу навчання, його забезпеченням навчально-методичними матеріалами, плануванням і організацією самостійної роботи студентів, сьогодні безпосередньо залежить від ефективного застосування новітніх інформаційно-комунікаційних технологій [7].

Сьогодні багато уваги приділяють питанням технічного та технологічного забезпечення ВНЗ, що передбачає застосування новітніх інформаційних технологій в освітньому процесі. Це, своєю чергою, передбачає ліцензування й оновлення програмного забезпечення, що потребує значних фінансових витрат. На думку С. А. Гончарової, у ВНЗ є три шляхи упровадження новітніх технологій в освітній процес:

- 1) придбання ліцензованого стаціонарного програмного забезпечення;
- 2) перехід на використання вільного стаціонарного програмного забезпечення;
- 3) заміна стаціонарного програмного забезпечення веб-аналогами.

Тому сьогодні перед ВНЗ постають питання, пов'язані з вибором прикладних програм, серед яких є і безплатні, і платні продукти [3].

В. П. Олексюк зазначає, що онлайн-сервіси вільно поширюються, вони інтегровані, країномовні, є такі, що об'єднані єдиним інтерфейсом і можуть слугувати платформою для формування інформаційно-освітнього простору ВНЗ [6]. Автор наголошує, що використання таких

сервісів як, наприклад, Google Apps у інформаційно-освітньому просторі ВНЗ надає значні переваги у роботі порівняно зі стаціонарним програмним забезпеченням, а саме: надійність, високу функціональність; захист даних; індивідуальний доступ до ресурсів та сервісів; можливості формування груп та підрозділів користувачів; фільтрування небажаного контенту з боку системи, адміністратора, а також самого користувача; централізоване адміністрування завдяки розширеному набору методів та засобів; значний обсяг дискового (хмарного) простору, який надається користувачеві; україномовний інтерфейс; можливість використання з мобільних пристроїв; інтеграція з іншими програмними засобами освітнього закладу. Ще одним аспектом сервісів Google Apps є їх постійне розроблення та удосконалення, що, з одного боку, може привносити деякі незручності у роботу викладачів та студентів, а з іншого – формує у них готовність до постійного самовдосконалення [6, 9].

С. А. Гончарова серед переваг онлайн-сервісів називає такі: економічна ефективність, яка можлива за рахунок зменшення фінансових витрат на придбання та обслуговування; можливість зберігання, оперативного передавання, редагування, обробки, друку інформації будь-якого обсягу та виду; наявність централізованого сховища даних та продуманий інтерфейс; динамічність, що передбачає відсутність версій програм як таких, вони вдосконалюються постійно; у разі збою роботи одного сервісу можна оперативно перейти на аналогічний; незалежність від платформи; нескладна організація спільної роботи над документами. Також автор називає недоліки онлайн-сервісів: необхідність під'єднання до мережі Інтернет; залежність навчального процесу від якості інтернет-каналу [3].

### **Формулювання цілі статті**

Незважаючи на певні недоліки, онлайн-сервіси стають все популярнішими і все частіше застосовуються в освітньому процесі вищих навчальних закладів. Динамічність онлайн-сервісів дає змогу українським ВНЗ наблизитися до міжнародних техніко-технологічних стандартів програмного забезпечення, а також сприяє процесу постійного вдосконалення практичних навичок роботи з інформаційними технологіями.

**Мета** статті полягає у розкритті можливостей безкоштовних онлайн-додатків як інструментів, що дають змогу формувати практичні навички у студентів-менторів під час викладання однієї з фахових дисциплін – “Маркетинг і реклама в Інтернет”.

Якщо говорити про вузькоспеціалізовані онлайн-додатки, що дають змогу вирішувати певні профільні завдання, то їх сьогодні існує значна кількість, що забезпечує можливість розширювати практичні вміння та дає змогу не переривати навчальний процес у разі технічних збоїв певного онлайн-додатка. Наприклад, онлайн-сервіси, що дають змогу вирішувати маркетингово-рекламні завдання, надають і вітчизняні, і зарубіжні ІТ-компанії, їх значна кількість. Переважно вони працюють за однаковими принципами, тобто мають набір готових шаблонів, є можливість створювати власні макети, інтерфейс побудовано так, що користувач інтуїтивно розуміє як використовувати функціонал додатка. Відмінність таких сервісів один від одного полягає, переважно, у дизайні інтерфейсу, кількості наборів робочих інструментів та можливості зберігати власні розроблення.

### **Виклад основного матеріалу**

Наведемо деякі приклади застосування інструментів онлайн-сервісів для виконання студентами-менторами Харківської державної академії культури практичних завдань на заняттях з дисципліни “Маркетинг і реклама в Інтернет”. Розглянемо можливості роботи із онлайн-додатками, що пропонуються студентам для виконання практичних завдань.

Для виконання завдань з теми “Інтернет-анкета як інструмент проведення маркетингових досліджень в середовищі Інтернет” (відведено чотири години аудиторного часу) студентам пропонують за допомогою онлайн-додатка **JotForm.com** розробити інтернет-анкету для проведення маркетингового дослідження на предмет вивчення користувацьких потреб аудиторії веб-сайта інформаційної установи (інформаційного агентства, рекламного агентства, бібліотеки, архіву, центру науково-технічної інформації тощо).

Особливість цього сервісу полягає в тому, що він дає змогу конструювати форми та, за бажанням, розмішувати їх на власному веб-сайті. Цей сервіс побудований на застосуванні способу оперування елементами інтерфейсу в інтерфейсах користувача за принципом drag-n-drop, що дає змогу легко перемішувати такі об'єкти: заголовок; надпис; інструменти опитування (текстове поле,

випадне меню, радіокнопки, прапорці); інструменти оптимізації роботи додатка; інструменти платіжних систем; завантаження файла; кнопка відправлення тощо [10].

JotForm – це інструмент, що дає змогу створювати не лише інтернет-анкети, а й форми, опитування, кнопки зворотного зв'язку тощо. Відповіді, що надходять на форму або анкету, можна отримувати за допомогою електронної пошти чи експортувати їх у Excel або Calc.

Основні переваги цього додатка: швидкість та легкість застосування; зрозумілий інтерфейс, побудований за принципом drag-n-drop; необмежена кількість безкоштовних форм; можливість отримання відповідей, що надходять електронними листами; сорок різних типів форм; динамічне оновлення; сумісність з більшістю операційних систем; можливість завантажувати власні файли; відсутня обов'язкова реєстрація під час роботи (реєстрація необхідна у тому випадку, коли користувач хоче довго зберігати та згодом редагувати анкету або форму).

За допомогою JotForm можна розробляти анкети та форми різних ступенів складності та призначення, зокрема: створення базових форм (наприклад, контактна форма); розроблення передових форм (наприклад, форма для прийняття на роботу, форма бронювання).

Створення простих форм призначене для збирання базової інформації, такої як прізвище, ім'я, по батькові, адреса електронної пошти, поштова адреса, номери телефонів тощо. Створення складніших форм передбачає збирання таких даних, як відомості про оплату, дати народження, завантаження файлів тощо [10].

Подібні до JotForm.com веб-сервіси: Wufoo, phpForm, Doculicious та Webanketa тощо.

Для виконання завдань з теми “Інструменти створення інтернет-реклами” (відводиться дві години аудиторного часу) студентам пропонують вивчити інструменти роботи з банерами та розробити власний статичний та анімований банер за допомогою онлайн-генератора банерів.

### **Artbanner-студія**

Для статичного банера передбачено можливості роботи із макетом (різні варіанти розмірів та фонів банера), текстом (можна створювати три рівні текстових повідомлень), ефектами (десять варіантів), рамками (змінювати колір та розмір). Всі зміни відображаються після оновлення робочого поля, також передбачена можливість зберегти банер або згенерувати html-код. Для створення GIF-банерів передбачена робота з такими елементами: тема фону, слоган, слоган 2, колір слогану, URL сайту. Також існує можливість перед збереженням анімованого банера переглянути отриманий результат [11].

Подібні до **artbanner.com.ua** веб-додатки: [http://bannerfans.com/banner\\_maker.php](http://bannerfans.com/banner_maker.php), <http://www.animationonline.com>, [http://www.3dtextmaker.com/image\\_editor.html](http://www.3dtextmaker.com/image_editor.html) тощо.

Для виконання завдань з теми “Створення логотипа” (відведено дві години аудиторного часу) студентам пропонують розробити власні логотипи за допомогою інструментів різних онлайн-сервісів CoolText та LogoMaker та порівняти їхні можливості.

CoolText – безкоштовний графічний онлайн-генератор логотипів для веб-сайтів, веб-сторінок, блогів тощо, а також дає змогу створювати кнопки для веб-сайтів. Сервіс надає такі можливості: налаштування тексту логотипа; налаштування градієнта; застосування текстури; застосування контуру, обведення, бордюра; робота із кольором, світінням, тінню [12].

На відміну від CoolText, LogoMaker не підтримує кирилицю, текст у логотипі можна написати лише латиницею і, щоб зберегти логотип, необхідно зареєструватися на веб-сайті. Ці факти роблять цей сервіс не таким зручним, як CoolText. Однак він теж має певні переваги: мінімальний набір налаштувань, різні види логотипів, великий вибір шаблонів, стилі шрифтів, готові зображення тощо [13]. Але, як показує практика, студенти віддають перевагу онлайн-додатку CoolText.

Подібні до CoolText та LogoMaker: logaster, simwebsol, Advanced Logo Designer, flickr, flash-generator [14].

Зазначимо, що застосування онлайн-сервісів для розроблення власних рекламних продуктів, таких як інтернет-анкети, банери, логотипи тощо, викликає зацікавленість студентів, що, своєю чергою, сприяє кращому засвоєнню та запам'ятовуванню матеріалу.

### **Висновки**

Отже, застосування онлайн-сервісів у навчальному процесі має певні переваги: вільний доступ; безкоштовність; наявність інструментів, що дають змогу сформулювати відповідні практичні навички у студентів; сумісність із більшістю операційних систем; відсутність необхідності

встановлення додаткового спеціального програмного забезпечення для виконання практичних робіт з дисципліни; відсутність прив'язки до певного робочого місця; постійне вдосконалення розробниками сервісу тощо. Оскільки кількість безкоштовних онлайн-сервісів збільшується і розширюється їхнє спрямування, можна говорити, що намічається поступова тенденція до активнішого впровадження цих сервісів у навчальний процес для засвоєння різних дисциплін технічного, технологічного, економічного, фізико-математичного, гуманітарного спрямування тощо. Це, своєю чергою, впливає на характер навчального процесу. Формується веб-орієнтована модель вищої освіти, перевага якої полягає у: відсутності просторово-часових обмежень для студентів, викладачів; зменшенні фінансових витрат на матеріально-технічне та технологічне забезпечення; відкритості доступу до навчально-інформаційних ресурсів усім зацікавленим особам; інноваційності, наочності та комплексності процесу отримання теоретичних та практичних знань. Надалі можливе поступове витіснення стаціонарного програмного забезпечення онлайн-сервісами, зважаючи на їхні переваги. Окрім цього, активно обговорюється впровадження хмарних технологій у навчальний процес, тобто спостерігається поступова тенденція відмовлення від стаціонарного програмного забезпечення, переведення освітнього процесу у простір мережі Інтернет, де знімаються територіальні, часові, певною мірою, фінансові обмеження на отримання відповідних теоретичних та практичних знань для усіх зацікавлених осіб, а також відкриваються великі можливості для викладачів щодо вдосконалення якості надання теоретичного та практичного матеріалу студентам.

1. Програма та навчально-методичні матеріали до курсу “Маркетинг і реклама в Інтернет” для студентів V курсу за напрямом підготовки 0201 “Культура”, спеціальністю 7.02010501 “Документознавство та інформаційна діяльність” / Харк. держ. акад. культури ; розробник : А. М. Шелестова. – Х. : ХДАК, 2014. – 34 с. 2. Биков В. Ю. Відкрите навчальне середовище та сучасні мережні інструменти систем відкритої освіти / В. Ю. Биков [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://enpiir.npi.edu.ua/bitstream/123456789/703/1/2.pdf>. 3. Гончарова С. А. Использование онлайн-сервисов сети интернет в учебном процессе вуза / С. А. Гончарова // Международный конгресс по информатике: информационные системы и технологии : материалы международного научного конгресса 31 окт. – 3 нояб. 2011 г. : в 2 ч. Ч. 1. – Минск : БГУ, 2011. – С. 336–339. 4. Інноваційні комп'ютерні технології у вищій школі : матеріали 6-ї науково-практичної конференції, (Львів, 18-20 листоп. 2014 р.). – Л. : Вид-во Львівської політехніки, 2014. – 196 с. 5. Носенко Т. І. Використання служб Google для організації практики студентів / Т. І. Носенко, А. Г. Панченко // Педагогічна освіта: теорія і практика. Педагогіка. Психологія. – 2013. – № 19. – С. 67–69. 6. Олексюк В. П. Деякі аспекти застосування сервісів Google Apps у вищому навчальному закладі / В. П. Олексюк // Інформаційні технології в освіті. – 2013. – Вип. 16. – С. 116–122. 7. Спірін О. М. Інформаційно-комунікаційні технології навчання: критерії внутрішнього оцінювання якості / О. М. Спірін [Електронний ресурс] // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2010. – № 5 (19). – Режим доступу : <http://www.ime.edu-ua.net/em.html>. – Назва з екрана. 8. Юдін О. М. Підвищення ефективності моніторингу рекламних кампаній у системі Google Adwords / О. М. Юдін, П. М. Гроза, С. В. Сомов // Економіка і регіон. – 2012. – № 2. – С. 137–139. 9. Google Apps для учебных заведений [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.google.com/enterprise/apps/education/>. – Загл. с екрана. 10. JotForm.com – онлайн-приложение для создания форм [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.jotform.com/>. – Загл. с екрана. 11. Онлайн-генератор банерів Artbanner-студія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.artbanner.com.ua/>. – Назва з екрана. 12. Онлайн-генератор кнопок для сайта CoolText [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://cooltext.com/>. – Загл. с екрана. 13. Онлайн-сервис Logo Maker [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.logomaker.com/>. – Загл. с екрана. 14. Шелестова А. М. Застосування деяких безкоштовних онлайн-додатків як інструмент вироблення у студентів-документознавців професійно-практичних навичок з навчальної дисципліни “Маркетинг і реклама в Інтернет” / А. М. Шелестова // Інноваційні комп'ютерні технології у вищій школі : матер. наук.-практ. конф., (Львів, 17–19 листопада, 2015 р.) : Нац. ун-т “Львівська політехніка”, 2015. – С. 57–61.

## **ONLINE-SERVICES AS MEANS OF TRAINING FOR DOCUMENTATION SCIENCE STUDENTS (ON SAMPLE OF DISCIPLINE “MARKETING AND ADVERTISING IN THE INTERNET”)**

The academic discipline “Marketing and Advertising in the Internet” contain information about principles and particularities of Internet-marketing and Internet-advertising, about tasks and decisions of them in this area, about particularities of using marketing and advertising instruments in the Internet-environment etc. Students must get practice skills to use this instruments and techniques. Online-services are an alternative of fixed software. Advantages of online-services: free of change, self-support, dynamics etc.

The tasks of technical and technological support of university are very important today. This is using new information technologies in the education. The use of online-services allow Ukrainian universities to approach the international technical and technological software norms, and will be forwarded at a process of permanent perfecting of IT-skills of students.

The aim of this paper is uncovering the possibilities of free of change online-services as instruments that allow to forming practice skills to students of the speciality “Documentation science and information activities” from academic discipline “Marketing and Advertising in the Internet”.

Specialized online-services allow solving specific tasks. These online-services are a lot today. In addition, it allows increasing practice skills and it allow no to break educational process if some online-service failed. Ukrainian and international companies present the marketing and advertising online-services. A principles of them work is same. There are set of ready-made layouts, possibility of creating self-layouts, friendly and understandable interface etc. Distinctions are interface design, number of sets of functional tools, possibility to save own layouts.

JotForm.com is online-service for developing Internet-questionnaire. Internet-questionnaire use for research of user needs of information institution web-site (information agency, advertising agency, library, archive, centre of science-technical information etc.). For the lesson on the theme “Internet-questionnaire as tool of marketing researches in the Internet-environment” use this online-service. Similar online-services are Wufoo, phpForm, Doculicious, Webanketa etc.

Artbanner-studio is online-generator for developing of static and animated banner. This online-service is used for the lesson on the theme “Tools of create Internet-advertising”. Similar online-services are [http://bannerfans.com/banner\\_maker.php](http://bannerfans.com/banner_maker.php), <http://www.animationonline.com>, [http://www.3dtextmaker.com/image\\_editor.html](http://www.3dtextmaker.com/image_editor.html) etc.

CoolText and LogoMaker are online-services for creating of logos. For the lesson on the theme “Creating of logos” use these online-services. Similar online-services are logaster, simwebsol, Advanced Logo Designer, flickr, flash-generator etc.

The advantages of using of online-services in the education: free access, free of change, functional tools for forming of IT-skills, compatibility with operating systems, continuous improvement the developers of the service, no fixed to particular work place etc.

The web-oriented model of high education will be formed. The advantages of it: absence of spatial and chronological limitations, reduction of financial expenses for technical and technological support, free access to educational and informational sources, innovation, visibility, integration of getting theoretical and practical knowledge.

### **References**

1. *Program and training materials from discipline “Marketing and advertising on the Internet” for students of V course in the direction of training 0201 “Culture”, speciality 7.02010501 “Documentation science and information activity” / KhSAC ; developer : A. M. Shelestova. – Kh. : KhSAC, 2014. – 34 p.*
2. *Bykov V. U. An open learning environment and tools of modern network systems of open education / V. U. Bykov [Electronic resource]. – Mode of access : <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/703/1/2.pdf>. – Title from screen.*
3. *Goncharova S. A. The use of online services on the Internet in the educational process of the University / S. A. Goncharova // International Congress on Informatics: information systems and technologies : materials of the international scientific Congress 31 oct. – 3 nov. 2011 ye. : in 2 parts. Part 1. – Minsk : BSU, 2011. – P. 336–339.*
4. *Innovative computer technologies in higher school : materials of the 6th scientific and practical conference (Lviv, 18–20 Nov. 2014). – L. :*

*Publishing house of Lviv Polytechnic, 2014. – 196 p. 5. Nosenko T. I. The use Google apps to organize students' practice / T. I. Nosenko, A. G. Panchenko // Pedagogical education: theory and practice. Pedagogy. Psychology. – 2013. – № 19. – P. 67–69. 6. Oleksyuk V. P. Some aspects of using Google Apps in higher education / V. P. Oleksyuk // Information technology in education. – 2013. – Issue 16. – P. 116–122. 7. Spirin O. M. Information and communication technology learning: criteria internal quality assessment / O. M. Spirin [Electronic resource] // Information technologies and learning tools. – 2010. – № 5 (19). – Mode of access : <http://www.ime.edu-ua.net/em.html>. – Title from screen. 8. Yudin O. M. Improving the effectiveness of the monitoring of advertising campaigns in the Google Adwords / O. M. Yudin, P. M. Groza, S. V. Somov // The economy and the region. – 2012. – № 2. – P. 137–139. 9. Google Apps for educational establishments [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.google.com/enterprise/apps/education/>. – Title from screen. 10. JotForm.com – online-application for creating forms [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.jotform.com/>. – Title from screen. 11. Online banner generator Artbanner Studio [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.artbanner.com.ua/>. 12. Online buttons generator for website CoolText [Electronic resource]. – Mode of access : <http://cooltext.com/>. – Title from screen. 13. Online service Logo Maker [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.logomaker.com/>. – Title from screen. 14. Shelestova A. M. Some free online applications as a tool for developing students of speciality “Documentation science and information activity” professional and practical skills on discipline “Marketing and advertising on the Internet” / A. M. Shelestova // Innovative computer technologies in higher school : materials of the 6th scientific and practical conference (Lviv, 17–19 Nov. 2015). – L. : Publishing house of Lviv Polytechnic, 2015. – P. 57–61.*

УДК 378.046

Ілона Ревенчук, Тетяна Шатовська, Анастасія Чуприна  
Харківський національний університет радіоелектроніки

## МОДЕЛЬ ДЛЯ МОНІТОРИНГУ ЯКОСТІ ПРОГРАМ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ

© Ревенчук Ілона, Шатовська Тетяна, Чуприна Анастасія, 2016

Подано практики для моніторингу, планування і здійснення програм курсів післядипломної освіти. Мета моделі моніторингу цих програм – допомогти організаціям, що надають освітні послуги в галузі післядипломної освіти, відстежувати прогрес і ефективність процесу навчання шляхом регулярного збирання, аналізу і використання інформації для своєчасного прийняття рішень, забезпечення підзвітності, а також є основою для оцінювання і вдосконалення цих програм.

**Ключові слова:** модель моніторингу, безперервне навчання, післядипломна освіта, планування, проведення оцінювання й удосконалення програм.

The article presents the practice model for monitoring of LLL programme planning and implementation. The objectives of LLL monitoring model is to help organizations track the progress and achievements of the programmes by regularly collecting, analyzing and using information to assist timely decision making, ensure accountability, and provide the basis for evaluation and improvement.

**Key words:** monitoring model, lifelong learning, postgraduate education, program planning, implementation, appraisal and improvement.

### Вступ та постановка проблеми

У зв'язку зі змінами в статті щодо післядипломної освіти Закону України “Про вищу освіту” виникла потреба у створенні навчальних програм післядипломної освіти для спеціалізованого вдосконалення освіти та професійної підготовки осіб через поглиблення, розширення та оновлення знань, умінь і навичок на основі здобутої раніше вищої освіти (спеціальності) або професійно-