

**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:**

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

мовно-жанрові особливості наукового стилю та етичні норми наукового спілкування, з якими треба ознайомити студентів-магістрів.

Результати вказаних досліджень у першу чергу надають змогу поглибити знання про науковий стиль у цілому і кожної, насамперед української, мови зокрема. У процесі навчання ширшими стають уявлення про мовні засоби наукового тексту, основи майстерності наукового виступу, що дуже важливо для студентів, які тільки розпочинають власні наукові розвідки.

Практичні заняття з українського наукового мовлення покликані опанувати технологію роботи з науковим текстом, навчитися його редагувати з огляду на вірогідність ряду лексико-граматичних помилок. Вельми важливим є й формування стилістичної компетенції, мовного смаку і мовного чуття, що, у свою чергу, визначає рівень власної культури мовлення. Метою курсу є навчити аргументовано, спираючись на довідкову літературу, оцінювати наукове мовлення в різних комунікативних ситуаціях щодо дотримання норм літературної мови. Крім того, для підвищення ефективності власних наукових розвідок студенти-магістри повинні вміти використовувати основні засоби кодифікації (словники, довідники), створювати нормативні наукові тексти зі спеціальності (реферати, статті, повідомлення), писати відгуки, рецензії, анотації на наукові роботи, правильно вживати та оформляти цитати, вказувати список наукових джерел тощо. Окрему увагу в аудиторії слід приділити редагуванню наукового тексту з точки зору відповідності мовним нормам української літературної мови. Методичні матеріали, створені кафедрою українознавства та лінгводидактики, знайомлять студентів зі складними випадками вживання різних частин мови залежно від змісту речень, граматичними парадигмами написання службових слів, лексичними та стилістичними нормами створення фахових текстів. Крім того, майбутні фахівці повинні набувати навичок керування аудиторією із застосуванням вербальних та невербальних прийомів презентації наукової спрямованості, вміння провести ділову бесіду, нараду тощо.

Отже, наукове мовлення, мова науки виконує когнітивну, комунікативну функції, задовольняє соціальні, гносеологічні, комунікативно-прагматичні потреби окремої людини і соціуму в цілому.

## **ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА: НОВІ ОРІЄНТИРИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

**І.О. Седікова, І.І. Савенко**

У сучасних умовах ведення бізнесу підприємства намагаються бути гнучкими та еластичними у постійно змінному середовищі, на яке вони не впливають. Епоха ділового прогнозування закінчилася. Бізнес-структури функціонують у середовищі масового та неперервного обміну великого об'єму

даних через мережу Інтернет, глобальні інформаційні та телекомунікаційні системи. Більшість сучасних підприємств побудовані на класичних організаційних структурах управління які є жорсткими та не можуть швидко пристосовуватись до змінних умов середовища. Слабким місцем є сфера прийняття превентивних управлінських рішень, яка фактично здійснюється декількома ТОП-менеджерами, які фізично не в змозі прийняти рішення у мінімальний час, а також жорстка структура бізнес-процесів, яка не враховує нові можливості та шанси, технології втрачають першочерговість та є необхідною, але недостатньою умовою задля збереження конкуренції. Зростаючий вплив глобалізаційних та інтеграційних процесів висуває на перше місце можливість поєднання конкуренції та кооперації, що підвищує гнучкість, адаптивність бізнес-структур до умов невизначеності, що дасть змогу стати їм більш гнучкими.

Інноваційною формою організації сучасних бізнес-структур, різних розмірів та форм власності є мережеві структури (англ. *network structure*), і як наслідок є базисом створення цифрової/мережевої економіки. На початку XXI ст. в світі сформувалась економіка нової формації, яку М. Кастельс, назвав «... інформаційною та глобальною, що дозволяє визначити її відмінні риси та взаємозв'язок між ними» [1]. Інформаційна, тому що продуктивність та конкурентоспроможність чинників чи суб'єктів господарювання залежать від здібностей продукувати, обробляти, зберігати, захищати та ефективно використовувати інформацію. Глобальна - всі види економічної діяльності згуртовуються у всесвітньому вимірі, безпосередньо чи/або із застосуванням розгалуженої мережі, яка об'єднує всі суб'єкти господарювання. Інформаційна та глобальна - у новітніх умовах отримання високого економічного ефекту бізнес-структурами в умовах жорсткої конкурентної боротьби представляється можливим лише в середині глобальної взаємопов'язаної мережі.

У класичному розумінні цифрова економіка - це економіка, що базується на цифрових технологіях, яку ще називають інтернет-економікою, новою економікою, або веб-економікою. Переважно, науковці, під цифровою економікою розуміють виробництво, продаж і постачання продуктів за допомогою інформаційно-комунікаційних мереж. Н. Негропonte особливість цифрової економіки окреслив, як «перехід від обробки атомів до обробки бітів». В. Апалькова переконує, що цифрова економіка є найважливішим двигуном інновацій, конкурентоспроможності і економічного розвитку [2]. Томас Месенбург обґрунтував основні складові цифрової економіки [3]: підтримуюча інфраструктура (апаратне забезпечення, програмне забезпечення, телекомунікації, мережі); електронний бізнес (будь-які процеси, які організація проводить через комп'ютерні мережі); електронна комерція (передача товарів он-лайн).

Інноваційна новітня технологічна парадигма підґрунтям якої є потужні, гнучкі інформаційні технології (ІТ) перетворила інформацію на продукт виробничого процесу. Слід акцентувати, що кінцевим результатом новітніх ІТ є

пристрої для обробки, аналізу, зберігання інформації. Змінюючи процес обробки інформації сучасні ІТ діють на всі сфери життєдіяльності людини, це дає можливість встановлення безліч зв'язків між різними галузями, елементами та суб'єктами цієї діяльності. Поява мережевої цифрової економіки та всебічна взаємозалежність елементів системи сприяє всеосяжному впровадженню її досягнень в технології управління та знань. Ця замкнута система дасть змогу підвищити ефективність функціонування різних елементів системи, досягти більшої продуктивності.

Головною - цінністю в цифрову економіку є клієнт - який стає головним в процесі економічної діяльності, тому що без нього немає сенсу в ній самій. Клієнт вибирає товар покладаючись на поради, особистий досвід і рекламу, продавець не має можливості особисто контактувати з покупцем. При цьому реклама все так же має свою вагу, тільки це вже інтернет-реклама, інтернет-мода, інтернет-друзі, інтернет-захоплення. [4, 5, 6]. За рекомендаціями фахівців корпорацій «Telstra» і «Deloitte» [7], необхідними умовами для підприємств, які прагнуть до успішної діяльності в умовах цифрової економіки, вважаються наступні цінності: вони інвестують в нові здібності, а не в старі ділові моделі; вони високо цінують свої взаємини з клієнтами; вони стають більш швидкими і оперативними; вони знають своїх дійсних конкурентів; вони інвестують в талант.

Цифрові технології необхідні для зростання ефективності української промисловості, а в деяких секторах вони стають основою продуктових та виробничих стратегій. Їх перетворююча сила змінює традиційні моделі бізнесу, виробничі ланцюжки та обумовлює появу нових продуктів та інновацій. Діджиталізація для України носить позитивний соціальний характер, адже зосереджена на поліпшенні якості інфраструктури соціального забезпечення, якості соціальних послуг, організації прозорості та адресності соціальної допомоги, та скорочення витрат [8].

### Література

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: монографія. [Електронний ресурс]. URL: [http://www.lavkamirov.com/cyberpunk/books/nonfiction\\_books.html](http://www.lavkamirov.com/cyberpunk/books/nonfiction_books.html), с. 81.
2. Апалькова В.В. Концепція розвитку цифрової економіки в Євросоюзі та перспективи України // Вісник Дніпропетровського університету "Менеджмент інновацій". 2015. Вип. 4. С. 9-18.
3. Mesenbourg T.L. Measuring the Digital Economy // US Bureau of the Census, Suitland, MD. 2001. URL: <https://www.census.gov/content/dam/Census/library/workingpapers/2001/econ/umdigital.pdf>.
4. Краус Н.М., Клаус К.М. Інноваційне табло України // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. Вип. 6. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.easterneuropeebm.in.ua/6-2017-ukr>.
5. Норец Н.К., Станкевич А.А. Цифровая экономика: состояние и перспективы развития. Инновационные кластеры в цифровой экономике:



теория и практика. Санкт-Петербург: Политехн. ун-та, 2017. 173-179 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://inecprom.spbstu.ru/files/inprom-2017/inprom-2017.pdf>.

6. Криворучко О.С., Краус Н.М. Імперативи формування та доміанти розвитку цифрової економіки у сучасному парадигмальному контексті. Парадигмальні зрушення в економічній теорії XIX ст. Київ: КНУ ім. Т. Шевченка, 2017. С. 681-685.

7. Taking leadership in a digital economy // Telstra corporation limited, Deloitte digital. 2012. URL: [deloitte.digital.com.au / telstra.com](http://deloitte.digital.com.au/telstra.com).

8. Цифрова адженда України - 2020 (Цифровий порядок денний - 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти цифровізації України до 2020 року. NITECH office, 2016. 90 с. [Електронний ресурс]. URL: <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.

## **РОЛЬ HR-БРЕНДИНГУ В РОЗВИТКУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

**К.Б. Козак**

Відповідно до закону «Про вищу освіту» [5] - освіта є основою інтелектуального, духовного, фізичного і культурного розвитку особистості, її успішної соціалізації, економічного добробуту, запорукою розвитку суспільства, об'єднаного спільними цінностями і культурою, та держави. Метою освіти є всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, її талантів, інтелектуальних, творчих і фізичних здібностей, формування цінностей і необхідних для успішної самореалізації компетентностей, виховання відповідальних громадян, які здатні до свідомого суспільного вибору та спрямування своєї діяльності на користь іншим людям і суспільству, збагачення на цій основі інтелектуального, економічного, творчого, культурного потенціалу Українського народу, підвищення освітнього рівня громадян задля забезпечення сталого розвитку України та її європейського вибору [5].

У таких умовах з'явилась потреба проаналізувати концепцію брендингу ЗВО та зокрема HR-брендингу, оскільки HR-брендинг - це комплекс цілеспрямованих заходів щодо формування позитивного іміджу роботодавця з метою постійного залучення кращих фахівців у своїй галузі та формуванні лояльності з боку споживачів продукції чи послуг. Бренд роботодавця складається з двох складових: маркетингової (положення компанії на своєму галузевому ринку, імідж продукту, його популярність) і HR-складової (корпоративна культура, система оплати праці і компенсацій). Будь-якій компанії необхідно займатися HR-брендингом для того, щоб залучити професіоналів, зберегти власний кваліфікований персонал, підвищити

Вплив підвищення кваліфікації на професійний рівень викладачів <b>А.Д. Салавеліс, Г.В. Дідух, О.В. Землякова</b> .....	176
Проектна методика навчання іноземних мов у контексті сучасних педагогічних текстологій <b>О.С. Зінченко, С.Я. Маслова, А.В. Руда</b> .....	177
Репутаційна складова вибору закладу вищої освіти абітурієнтом <b>О.І. Дроздов</b> .....	179
Роль науково-дослідної роботи студентів у формуванні фахових компетенцій <b>О.В. Шикіна, С.Г. Ярмоменко</b> .....	180
Дуальна освіта у закладах вищої освіти: переваги та ризики <b>Л.В. Агунова</b> .....	182
Дуальна освіта: можливості майбутнього <b>Л.О. Ланженко, Н.О. Дец, Є.О. Ізбаш, Д.В. Дец</b> .....	183
Методологічний підхід до формування компетентності майбутніх фахівців у сфері акредитації випробувальних лабораторій <b>К.І. Науменко, Н.К. Черно</b> .....	184
Питання якісної підготовки фахівців-механіків технологічного обладнання <b>М.І. Субботіна</b> .....	186
Застосування проектного підходу в навчальному процесі <b>А.Ю. Букарос</b> .....	187
Питання культури мови у процесі викладання курсу «Українське наукове мовлення» <b>Я.В. Машарова, Т.Г. Казарян, О.В. Шевчук</b> .....	188
Цифрова економіка: нові орієнтири управління підприємствами <b>І.О. Седікова, І.І. Савенко</b> .....	189
Роль HR-брендингу в розвитку закладу вищої освіти <b>К.Б. Козак</b> .....	192
Напрями удосконалення підготовки фахівців управлінських спеціальностей <b>І.М. Агесва, Є.М. Коренман, Ю.В. Дьяченко</b> .....	194
Практика студентів як важлива складова якості підготовки майбутніх фахівців - менеджерів <b>В.Д. Мужайло, І.Г. Кривоногова, В.О. Чабаров</b> .....	197
Колаборація з фахівцями-практиками як шлях до інноваційного розвитку освітнього процесу <b>О.О. Голубьонкова, М.Г. Брайко</b> .....	199
Інновації у викладанні філософії <b>Г.А. Шевченко, Ю.М. Мельник</b> .....	200
Оновлення моделі здобуття вищої освіти при вивченні технічних дисциплін <b>Н.В. Жихарєва</b> .....	201
Особливості проведення лабораторних занять з фізики із студентами-заочниками <b>С.Н. Федосов</b> .....	203