

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МЕХАНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
ОДЕСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ



VIII НАУКОВО-МЕТОДИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

*«Роль коледжів та професійних училищ  
у здобутті вищої освіти»*

Збірник тез доповідей

Одеса  
2021

# СКЛАД ОРГКОМІТЕТУ КОНФЕРЕНЦІЇ

## Голова:

**Трішин Федір Анатолійович**

проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи, к.т.н., доцент

## Заступник голови:

**Лукіяник Олександр Григорович**

в.о. директора Механіко-технологічного фахового коледжу ОНАХТ

## Члени оргкомітету:

**Дец Надія Олександрівна**

директор Навчального центру організації освітнього процесу ОНАХТ, к.т.н., доцент

**Ланженко Любов Олександрівна**

начальник Навчально-методичного відділу Навчального центру організації освітнього процесу ОНАХТ, к.т.н., доцент

**Глушков Олег Анатолійович**

директор Фахового коледжу нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу ОНАХТ

**Єпур Ольга Сергіївна**

директор Фахового коледжу промислової автоматики та інформаційних технологій ОНАХТ

**Іванова Лілія Вікторівна**

директор Одеського технічного фахового коледжу ОНАХТ

## Секретар оргкомітету:

**Кириллова Тетяна Юріївна**

Заступник директора з навчально-методичної роботи Механіко-технологічного фахового коледжу ОНАХТ

## НАПРЯМИ РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ:

1. Організація освітнього процесу в умовах дистанційного та змішаного навчання
2. Сучасні вимоги до оцінювання якості освіти
3. Інноваційні методики викладання в освітньому процесі
4. Кадрова політика фахових коледжів: шляхи удосконалення якості освіти
5. Сучасна профорієнтаційна робота: реалії та шляхи покращення

Моральне здоров'я можна вважати вищою мірою людського здоров'я.

Духовне здоров'я максимально відображає рівень самореалізації особистості і характеризується такими якісними ознаками як альтруїзм, емпатія, відповідальність за долю світу. Це апогей морального здоров'я.

Соціальне здоров'я відображається через такі характеристики, як адекватне сприйняття соціальної реальності, інтерес до навколишнього світу, адаптація до фізичної та суспільної сфер, наслідування соціальних, моральних норм, наявність соціальних знань, умінь і навичок, відповідальність перед іншими, демократизм у поведінці. Ми всі - люди та характери наші різні, в кожного є свої особливості, тому і кажуть, що люди бувають різні та з усіма можна знайти спільну мову.

Педагога називають інженером людських душ, архітектором характеру, лікарем хвороб росту, тренером інтелекту і пам'яті... Цей список можна продовжити. І все це - чиста правда. Тільки, на відміну від інших професій, педагогу не дано відразу насолодитися плодами своєї праці. Педагогу потрібно працювати роками, щоб побачити предмет свого творіння, буває, минають десятиріччя і ледве – ледве починає позначатися те, що він замислив. Працівникам цієї сфери потрібно чи мало мужності та сил, щоб щоденно з посмішкою заходити у аудиторію поглядом усіх своїх неповторних вихованців і дарувати їм любов та мудрість. Нікого так часто не відвідує почуття незадоволення, як педагога, ні в якому ділі помилки і невдачі не ведуть до таких наслідків, зобов'язаний – перед суспільством, перед батьками – педагогічному правильно, тільки добре, кожна крихта людської краси – це його безсонні ночі, сивина, безповоротні хвилини його особистого щастя – так, праця педагога приносить більше користі суспільству, ніж педагогу.

## **ОСВІТНІ ПОСЛУГИ ЯК ТОВАР ЗАКЛАДУ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ**

**Г.В. Овсова, викладач вищої кваліфікаційної категорії,  
ВСП «ФКНТІС ОНАХТ»**

Надаючи освітні послуги як товар суспільного споживача в нематеріальній формі, коледж працює одночасно на двох рівнях: на ринку освіти і ринку професійних кадрів. Товаром закладу фахової передвищої освіти можна вважати освітню програму.

Освітня програма як комплекс освітніх послуг, забезпечений кадровим і матеріальними ресурсами ФПО, продається фізичним особам (студентам) та юридичним особам-роботодавцям, яким необхідні фахівці певного освітньо-кваліфікаційного рівня. Тому на ринку праці кваліфікаційні кадри - дипломовані випускники ФПО виступають як товар. Фактично ФПО пропонує обом своїм ринкам - ринку освіти і ринку праці один товар, а саме знання та вміння випускників і навички користуватись ними у повсякденній життєдіяльності. ФПО вступає зі студентами і роботодавцями в економічну угоду «гроші – товар».

На ринках праці конкурують дипломи престижних ФПО, тому головним ринковим сегментом успішного вищого навчального закладу має бути ринок праці, а товаром - дипломований спеціаліст. У такому разі випускник стає рекламою ФПО і може сприяти збільшенню набору студентів.

Комплекс маркетингу «7P» включає всі елементи комплексу маркетингу «4P» (product, price, place, promotion), а також такі елементи, як:

«People» - персонал, всі ті, хто прямо або побічно залучені в процес маркетингу.

«Process» - процедури, механізми та послідовності дій, які забезпечують маркетинг.

«Physical evidence» - обстановка, середовище, в якому надається послуга, продається товар.

Головна ідея цілком проста, об'єднавши всі ці елементи, автор довгострокової стратегії отримає виграшну комбінацію в боротьбі за лідерство. 7 P - один з найсильніших маркетингових комплексів, розрахованих на продаж першу чергу послуг.

Проведення профорієнтаційної роботи згідно комплексу маркетингу освітніх послуг:

1.Послуга (Product) визначається переліком спеціальностей.

2.Ціна (Price) характеризується рівнем цін на ринку освітніх послуг, стабільністю цін під час навчання, періодичністю оплати за навчання.

3. Місце (Place) характеризується місцем розташування ФКНТІС.

4.Просування (Promotion) це профорієнтація, періодичні заходи, де студенти представляють ФКНТІС.

5. До персоналу коледжу (People) належать: викладацький склад, адміністративно - управлінський персонал, допоміжний персонал, студенти та абітурієнти.

6. Процес або спосіб надання послуг (Process) характеризується формами навчання(денна та заочна, формами організації навчального процесу, різними видами навчальних занять, різними видами практичної підготовки.

7. Матеріальне оточення (Physical Evidence) визначається матеріально – технічною базою коледжу, інформаційним забезпеченням, можливістю застосування сучасних інформаційних та мультимедійних технологій.

Аналіз моделей маркетингових стратегій.

Маркетингова стратегія коледжу повинна бути багатоваріантною, адаптованою до змін внутрішнього та зовнішнього середовищ.

Для ефективної маркетингової стратегії необхідне поєднання інтересів, з одного боку, коледж (адміністративно-управлінського персоналу, викладацького складу), а з іншого, - студентів та роботодавців.

Ефективність стратегії маркетингу коледжу залежить від достовірності та повноти інформації про маркетинг – мікс 7P і товаром коледжу на ринку освіти та ринку праці.

#### **IV. КАДРОВА ПОЛІТИКА ФАХОВИХ КОЛЕДЖІВ: ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ**

Атестація педагогічних працівників – запорука успіху діяльності  
закладу освіти

*Ф.А. Трішин, проректор з НП та НР, к.т.н., доцент,  
Н.О. Дец, директор НЦООП, к.т.н., доцент,  
Л.О. Ланженко, начальник НМВ НЦООП, к.т.н., доцент,  
Л.Д. Риженко, методист вищої категорії НМЦЗЯВО, ОНАХТ.....* 83

Цифрові інструменти для ефективного управління навчальним  
процесом

*С.В.Волянська, викладач ВСП «ОТФК ОНАХТ».....* 85

Психічне здоров'я педагогів у сучасних умовах: від теорії до практики

*Н.О. Нічик, викладач вищої кваліфікаційної категорії,  
ВСП «ФКНТІС ОНАХТ».....* 87

Освітні послуги як товар закладу фахової передвищої освіти

*Г.В. Овсова, викладач вищої кваліфікаційної категорії,  
ВСП «ФКНТІС ОНАХТ».....* 90

Емоційний інтелект і можливості його розвитку

*В.В. Ольховська, викладач вищої категорії, ВСП «МТФК ОНАХТ».....* 92

Психічне здоров'я педагогів у сучасних умовах: від теорії до практики

*Н.І.Чорновол – викладач, ВСП «ОТФК ОНАХТ».....* 94

#### **V. СУЧАСНА ПРОФОРІЄНТАЦІЙНА РОБОТА: РЕАЛІЇ ТА ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ**

Профорієнтаційна робота: актуальність в наш час

*А.А. Трубнікова, к.т.н., викладач вищої категорії,  
О.А. Лубенець, завідувач технологічним відділенням, викладач першої  
категорії, ВСП «МТФК ОНАХТ».....* 96

Сучасна профорієнтаційна робота: реалії та шляхи покращення

*О.Я.Боцуляк, викладач вищої кваліфікаційної категорії,  
Н.Р.Бейлєкчі, викладач кваліфікаційної категорії «спеціаліст»,  
ВСП «ФКНТІС ОНАХТ».....* 97

Сучасна профорієнтаційна робота: реалії та шляхи покращення

*П.В.Кузнецова, викладач,  
В.В.Касаджик, викладач, ВСП «ОТФК ОНАХТ».....* 100