

Міністерство освіти і науки України
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ



49

**НАУКОВО-
МЕТОДИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**

Матеріали конференції
Забезпечення якості вищої освіти

ОДЕСА, 2018

Матеріали друкуються відповідно до рішення 49-ї науково-методичної конференції ОНАХТ «Забезпечення якості вищої освіти», яка проходила 11–13 квітня 2018 року.

Склад редакції: Єгоров Б.В., д-р техн. наук, професор,
Трішин Ф.А., канд. техн. наук, доцент,
Мураховський В.Г., канд. фіз.-мат. наук, доцент,
Букарос А.Ю., канд. техн. наук, доцент,
Корнієнко Ю.К., канд. фіз.-мат. наук, доцент,
Кручек О.А., канд. техн. наук, доцент,
Агеєва І.М., канд. екон. наук, доцент,
Дишкантюк О.В., канд. техн. наук, доцент,
Жихарева Н.В., канд. техн. наук, доцент,
Котлик С.В., канд. техн. наук, доцент,
Купріна Н.М., канд. екон. наук, доцент,
Саркісян Г.О., канд. техн. наук, доцент,
Світий І.М., канд. техн. наук, доцент,
Соц С.М., канд. техн. наук, доцент,
Шарахматова Т.Є., канд. техн. наук, доцент,
Шпирко Т.В., канд. техн. наук, доцент,
Риженко Л.Д., методист

СТОРИТЕЛІНГ НА ЗАНЯТТЯХ З КУРСУ «ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ»	
І.С. Дружкова	87
КОМПЛЕКСНА ОРГАНІЗАЦІЯ НДРС НА ВИПУСКОВІЙ КАФЕДРІ	
О.В. Алексахин, О.І. Гапонюк	90
ПРО ОДИН ПІДХІД МЕТОДОЛОГІЧНОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ПРИ ВИВЧЕННІ ПРОФІЛЮЮЧИХ ДИСЦИПЛІН НА КАФЕДРІ «ТЕХНОЛОГІЧНЕ ОБЛАДНАННЯ ЗЕРНОВИХ ВИРОБ- НИЦТВ»	
А.П. Ліпін, І.М. Шипко	91
ВИКОРИСТАННЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПРИ ПІДГОТОВЦІ ЛАБОРАТОРНОГО ПРАКТИКУМУ ДИСЦИПЛІНИ «МЕТОДИ КО- НТРОЛЮ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ»	
О.В. Малинка, С.В. Бельтюкова	94
УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНИХ МАГІСТЕРСЬКИХ РОБІТ	
Я.Г. Верхівкер, С.А. Памбук, О.М. Мирошніченко	95
ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ДУАЛЬНОГО НАВЧАННЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ	
С.М. Дідух	96
МЕТОД ПРОЕКТІВ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ НАУКОВОЇ ТВО- РЧОСТІ СТУДЕНТІВ	
С.М. Бондар, О.Л. Гаркович, І.В. Коваленко, Є.В. Соколов	98
ПІДВИЩЕННЯ ОБ'ЄКТИВНОСТІ ЗАХИСТУ ДИПЛОМНИХ ПРОЕ- КТІВ ТА КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ МАГІСТРІВ НА КАФЕДРІ ТЗЗ	
Г.М. Станкевич	100

СЕКЦІЯ 2

Розвиток моделі здобуття вищої освіти. Методологічні основи формування кадрового потенціалу науково-педагогічних пра- цівників

СТАН МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОНАХТ ЯК ПОКАЗНИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	
Б.В. Єгоров, Н.Р. Кордзая, Д.О. Гнатовська	102
ПІДГОТОВКА ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 181	
ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗА НАПРЯМОМ ТЕХНОЛОГІЯ ЗБЕРІГАН- НЯ І ПЕРЕРОБКИ ЗЕРНА	
Б.В. Єгоров, А.В. Макаринська, В.П. Федоряка	105
СТУДЕНТОЦЕНТРОВАНИЙ ПІДХІД У СУЧАСНІЙ ОСОБИСТІС- НО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПАРАДИГМІ ВИКЛАДАННЯ	
К.Г. Іоргачова, О.В. Макарова, К.В. Хвостенко, К.В. Аветісян	106
АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДА- ЛЬНІСТЬ ПЕДАГОГІВ ВНЗ І КОЛЕДЖІВ ЗА ЯКІСТЬ НАВЧАННЯ І ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ	
Г.А. Черняк, Г.В. Ангелов, А.А. Соловей	107

СЕКЦІЯ 2
РОЗВИТОК МОДЕЛІ ЗДОБУТТЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ. МЕТОДОЛОГІЧНІ
ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАУКОВО-
ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ
СТАН МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОНАХТ, ЯК ПОКАЗНИК ІН-
НОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Б.В. Єгоров, Н.Р. Кордзая, Д.О. Гнатовська

Вища освіта є важливою частиною суспільного життя та основним інструментом для розвитку потенціалу країни, стабільної роботи соціального механізму, реалізації знань, вмінь та навичок молоді. На сьогоднішній день, в Україні діють 663 вищих навчальних закладів I-IV рівня акредитації, діяльність яких регулюється законами «Про освіту» та «Про вищу освіту». З них 533 державної та 130 приватної власності. Абітурієнти можуть обирати серед 27 галузей знань та більше ніж 160 спеціальностей, кожна з яких пропонує декілька напрямів підготовки. Проте, політика країни щодо правил вступу до ВНЗ, демографічна криза та інші фактори призвели до зменшення кількості абітурієнтів, а, отже, до росту конкуренції серед вищих навчальних закладів.

Статистичні данні щодо кількості абітурієнтів в Україні приведені на рисунку 1.

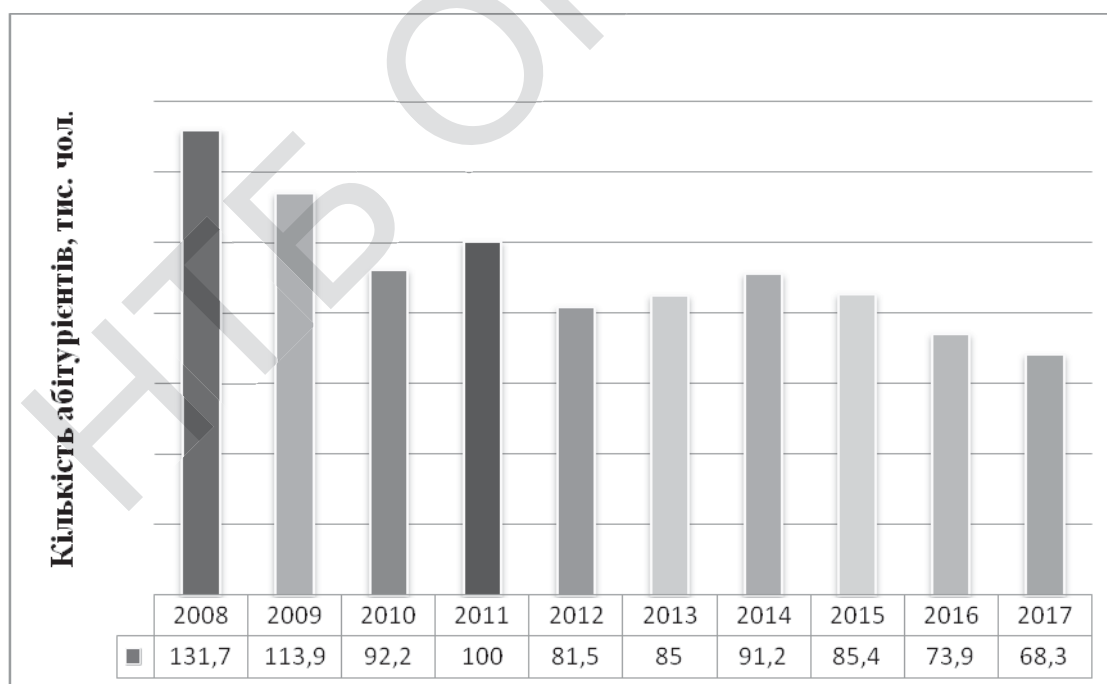


Рис. 1 – Кількість абітурієнтів у 2008-2017 роках, тис. чол.

Для підвищення конкурентоспроможності ВНЗ на сучасному освітньому ринку необхідно підвищити рівень інформативності потенціальних абітурієнтів ще на етапі вибору майбутньої професії. Рекламна діяльність ВНЗ повинна

відповідати сучасним вимогам населення. Тільки у цьому випадку вона буде максимально ефективною та масштабною. Шляхи ефективного просування освітніх послуг можна розглянути на прикладі Одеської національної академії харчових технологій (ОНАХТ), розвиток маркетингової кампанії якої почався ще в 2012 році зі створення Центру управління прийомом на навчання (нині – Центр маркетингу та реклами).

Стратегія диверсифікація рекламної діяльності ОНАХТ направлена на поєднання традиційних підходів у розрахунку на старших членів родин (реклама на радіо та телебаченні, зовнішня реклама) та інноватики (інтернет реклама, мобільні додатки тощо) для залучення молоді. Різновиди рекламних заходів для інформування абітурієнтів та їх зацікавлення освітніми напрямками академії представлені у таблиці 1.

Таблиця 1. Різновиди рекламних заходів ОНАХТ

Вид реклами	Характеристика заходів
Реклама у транспорті	Розміщення реклами у громадському транспорті Одеси, Вінниці, Миколаєві та Херсоні, такому як маршрутні таксі (бокове розміщення формату А4, розтяжки всередині салону, короткі відеоролики), трамваї
Реклама на радіо	Розміщення аудіо-ролику на міських радіостанціях, а також радіостанціях Херсонської, Миколаївської, Вінницької, Кіровоградської областей
Реклама у супермаркетах	Розміщення аудіо-роликів у мережах супермаркетів «Сільпо» у Одеській, Херсонській, Вінницькій, Миколаївській, Черкаській областях, а також у мережах супермаркетів «Таврія В» по всій Україні
Реклама на телебаченні	Співробітництво с ТК «Ріо» (м. Одеса), рекламним агентством «Аіта» (більше 10 каналів), розміщення відеороликів на ТРК «ГЛАС» (Одеська область), телеканалах Миколаєва, Херсону, Вінниці, Хмельницького, Черкас
Інші види реклами	Розміщення рекламних білбордів у Одеській області, а також містах Миколаїв, Херсон, Кропивницький, реклама на інтерактивних екранах в місті Одеса

Окрім інформаційної реклами, також важливо зацікавлювати молодь заходами, які поєднують у собі культурну, розважальну та освітню програми. Профорієнтаційна робота проводиться з метою залучення учителів та батьків майбутніх абітурієнтів, які в подальшому можуть вплинути на рішення школяра. Протягом року Одеська національна академія харчових технологій проводить різноманітні профорієнтаційні заходи, види яких представлені в таблиці 2.

Для створення ефективної рекламної бази ВНЗ необхідно проводити детальний та глибокий аналіз ринку, приймаючи до уваги усю специфіку не тільки вищого навчального закладу, а ще й поточного економічного, політичного, соціального стану країни. Тільки повний маркетинговий аналіз дозво-

лить створити рекламний продукт, який стане основним інформаційним джерелом для абітурієнтів.

Таблиця 2. Види профорієнтаційних заходів ОНАХТ

Вид профорієнтаційної роботи	Характеристика заходів
Дні відкритих дверей	Проводяться як на території академії, так і у форматі квесту в парках міста Одеси. Основна мета – надати повну інформацію про діяльність кожного з факультетів ОНАХТ шляхом проведення цікавих майстер-класів для школярів та студентів коледжів
Спортивні події	Проводяться протягом року. До них відносяться проведення спортивних змагань, велосипедних та піших марафонів, спортивних свят тощо
Проведення святкових заходів, ярмарків, фестивалів	Традиційно проводяться як на території академії, так і в інших місцях Одеси (парки, сквери, Міський сад). Кожне свято (Святий Миколай, Різдво, Масляна, сезонні фестивалі) проводяться з залученням студентів та викладачів академії, які презентують свої факультети. Професійний підхід до кожного заходу дозволяє залучити як школярів, так і їх батьків, жителів міста. Багато заходів проводиться з благодійною метою
Профорієнтаційні виїзди у школи, коледжі міста Одеси та інших міст та сіл України	Майстер-класи та лекції проводяться в школах та коледжах, літніх таборах, інших навчально-виховних комбінатах Одеси та інших міст України. Майбутнім абітурієнтам пропонуються екскурсії по академії з проведенням різноманітних заходів, в яких школярі приймають безпосередню участь з метою розвитку практичних та теоретичних навичок
Освітні заходи	Одеська національна академія харчових технологій проводить тестування абітурієнтів щодо правильного вибору спеціальності, готує школярів до ЗНО, організує всеукраїнські та обласні олімпіади різних напрямів, а також проводить науково-методичні конференції для вчителів, круглі столи, семінари

Література:

1. Вища освіта в Україні у 2017 році / під. ред. О. О. Кармазіна / Державна служба статистики України. – Офіц. вид. – К.: Держаналітінформ, 2018. – 298 с.
2. Кордзая Н.Р. Маркетинг у сучасній освіті // тези доповідей Маркетингове управління конкурентоспроможністю: матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених і студентів. – Дніпропетровськ, 2016. – С.71-72.