

These business activities are continued to the end of the simulation with the competition among companies becoming much more intense as the game progresses. This is due mainly to the fact that players acquire more experience in the way the simulated market operates and with time are more experienced and so able to plan and execute decisions at a higher skill level.

There are alternative scenarios for the completion of the game depending on the aptitude of the instructor. This may include the use of built-in test banks which try to ascertain the individual competences of players as well as exercises - including instructors' own consultations during the run of the game as well as summary presentations that teams are expected to make as work towards their final grade.

Worthy of note is the fact that the simulation in question here is delivered over the Internet directly for the owners' computing centre and as such would require a vibrant internet connection to ensure smooth execution. There have been in the past occasions of the game being conducted in a local area network from a local server or even on stand-alone computers but these methods of execution are not the ideal solutions. The Marketplace Live version offers interesting and valuable interactive experiences which further enhance the experience for both students and instructors.¹⁴

ПРИНЦИПИ ПРИЗНАЧЕННЯ ЗНАНЬ В ІНТЕГРАЦІЇ ЗМІСТУ ДИСЦИПЛІНИ НАВЧАЛЬНОГО ПЛАНУ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ НАПРЯМУ «МАРКЕТИНГ»

Дольнікова Л.В., Лисяк Н.М.

Національний університет "Львівська політехніка"

Підготовка фахівців у сучасних ВНЗ ґрунтується на традиційній багатопредметній системі, яка в більшості випадків за змістом та методологією є неузгодженою. Основний принцип цієї системи – предметоцентризм, в якому навчальні дисципліни функціонують як автономні освітні системи, що сприяє ізольованому вивченню дисциплін навчального плану, а їх недостатній зв'язок один з одним породжують серйозні труднощі у формуванні цілісної системи фахових знань, заважають якісному формуванню компетентісної основи фахівця, яка визначається державними стандартами освіти, а в кінцевому варіанті знижує мотивацію навчання. Предмета роз'єднаність стає

¹⁴ Prepared on the basis of and use of the MarketPlace (Web/Live) simulations offered by Innovative Learning Solutions, INC, Knoxville, USA

однією з причин фрагментарності випускника у той час, коли у світовій системі навчання переважають тенденції до економічної, політичної, культурної, інформаційної інтеграції [2, с.11].

У пропонованій доповіді обґрунтовується доцільність врахування дидактичного принципу призначення знань, який має бінарний характер і ґрунтується на двох етапах:

- відбору змісту навчального матеріалу;
- структурування відібраних знань на основі інтегративно-диференційованого підходу [4, с.74].

Під час формування змісту навчальної дисципліни на нашу думку, доцільно враховувати, що кожне знання навчальної дисципліни повинно мати цільове призначення і формувати мотивацію його вивчення і розуміння, а не лише бути «знанням про...». Особливо актуальним є такий підхід під час вивчення малокредитних дисциплін, коли необхідно системно відібрати змістовий мінімум, сформулювати чітке визначення мети вивчення того чи іншого матеріалу. Відсутність провідної концептуальної ідеї при виборі матеріалу для вивчення не враховує інтересів і потреб студента, порушує цілісність і наступність формування фахових знань і вмінь, пояснює еkleктичність і надмірне заохплення фактологією [1, с.85].

Вирішити цю проблему дає можливість застосування принципу призначення знань, суть якого ми трактуємо як обґрунтування конкретної мети включення тієї чи іншої підсистеми знань у змісті навчання з урахування місця дисципліни у структурно-логічній підготовки фахівця.

Нами проаналізовані змістові елементи курсу «Товарознавство» для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр напряду підготовки «Маркетинг». Цей перелік понять проаналізовано на призначення, тобто визначено конкретну мету наявності кожного поняття у змісті навчання. Для вимірювання ми використали такі показники:

1. Фундаментальні знання для формування основних предметних знань і вмінь – знання хімії, фізики, які студенти напряду «маркетинг» не вивчають.

2. Загальнотехнічні знання для формування знань про сучасні методи визначення якості товарів для освоєння спеціальних знань – розуміння системи визначення якості товарів на основі знань про сертифікацію та стандартизацію товарів, їх упакування та маркування.

3. Спеціальне знання для освоєння професії:

- урахування якісних показників товарів різних асортиментних груп, як основного чинника його конкурентоспроможності;

- уміння аналізувати сучасний ринок різних груп товарів, логістику та інфраструктуру товарного ринку на основі товарознавчої характеристики цих асортиментних груп.

4. Знання без конкретного призначення, що включені до змісту підручників з дисципліни.

Приклади аналізу засвідчують, що студентів-маркетологів з урахуванням вище названих показників важко орієнтуватись в об'ємних за змістом підручниках з товарознавства, тому при відборі змісту навчального матеріалу і дидактичному забезпеченні навчального процесу, виходячи з усіх принципів дидактики та з урахуванням принципу призначення знань ми пропонуємо:

- інтегративний підхід до структурування змісту дисципліни «Товарознавство» з урахуванням місця і значення сформованих знань і вмінь для подальшого формування фахових компетенцій;
- візуалізацію змісту навчального матеріалу шляхом подачі його у схемах, таблицях, діаграмах;
- використання матеріалів телепередач «Знак якості» під час проведення практичних занять;
- диференційований підхід до відбору змісту самостійної роботи з урахуванням особистісних інтересів та здібностей студента, а також регіональних особливостей товарного ринку;
- залучення студентів до науково-дослідної роботи з дисципліни «Товарознавство».

Такий підхід, на нашу думку, є інтегруючою ланкою для відбору та структурування змісту дисципліни «Товарознавство» і дає можливість студентів зрозуміти для чого вивчається ця інформація і яка її роль у майбутній фаховій діяльності випускника, що в кінцевому варіанті підвищує якість випускника напряму «Маркетинг».

1. Гончаренко С.У. Зміст загальної освіти і її гуманітаризація // Неперевна професійна освіта: проблеми, пошуки, перспективи. - К.: Віпол, 2000. - С. 81- 98. 2. Данилюк А.Я. Метаморфози и перспективы интеграции в образовании // Педагогика. - 1998. -№2. - С.8-12. 3. Козловська І.М. Теоретико-методологічні аспекти інтеграції знань учнів професійно-технічної школи (дидактичні основи). - Львів: Світ, 1999. - 302с. 4. Козловська І.М. Дольнікова Л.В. Принцип призначення знань: можливості реалізації з використанням інформаційних технологій //сучасні інформаційні технології та інноваційні методи навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми. – Київ-Вінниця:ДОВ Вінниця,2002 – с.72-76.