

посередника (сумлінність, привабливість і професіоналізм). Одержувач (адресат) у рекламній комунікації – цільова аудиторія, якій призначена реклама (ті, хто приймає рішення про купівлю, й ті, хто на це рішення впливає). Канал комунікації поєднує всіх учасників процесу комунікації та носія інформації з моменту кодування сигналу до моменту одержання його адресатом. Канал повинен максимально відповідати ідеї переданої інформації й використаним для її кодування символам; часто використовують сполучення каналів.

Рекламна піраміда (стадії готовності до купівлі) будується таким чином: незнання, поінформованість, знання, прихильність, перевага, переконаність, купівля, повторна купівля.

«Реклама має переконати людей довести до логічного кінця маркетингову стратегію, головним завданням якої є прибутковий продаж того, що, на думку відділу маркетингу, люди бажають купувати. Реклама повинна впливати на вибір споживача та його рішення щодо купівлі» [1, с. 34].

Реклама не претендує на неупередженість, звертається зі специфічними закликами в межах оплаченого місця та часу. Вона багатофункціональна, може й не перестає стимулювати витрату грошей чи їх нагромадження. Це феномен, здатний принести приголомшливий ефект в обстановці кінцевої невизначеності.

Провідними каналами рекламної комунікації сьогодні залишаються різноманітні жанрові системи подання документної інформації, що в загальнонаціональному розумінні є великою інформаційною індустрією, тобто «масовоінформаційним виробництвом», котре «залежно від конкретної класифікації може означати виробництво... реклами для ЗМІ; періодичної преси (газет, щотижневиків газетного типу, щотижневиків журнального типу, журналів, альманахів, брошур, книжок)» тощо [2, с. 25].

Отже, рекламна діяльність у цілому – це не просто вид бізнесу, це складна форма спілкування, взаємодії та взаємовпливу людей, у результаті якого вони набувають деяких інших засобів для подальшої комунікації з людьми.

Список використаних джерел:

1. Джефкінс Ф. Реклама: практ. посіб. : Пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна / Френк Джефкінс. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2001. – 456 с.
2. Мелешенко О. К. Інформація, інформаційний. Словник термінів і понять для журналістів і політологів / О. К. Мелешенко, А. А. Чічановський, В. І. Шкляр. – К. : Грамота, 2007. – 72 с.

Старосельський Ігор Валентинович

Викладач-методист

Кременчуцький льотний коледж Національного авіаційного університету

ВИКОРИСТАННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИКЛАДАННІ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИХ ДИСЦИПЛІН

Одним із основних шляхів оптимізації навчально-виховного процесу є широке застосування інформаційно-комунікаційних, в тому числі мультимедійних технологій.

Важливим завданням є створення нових моделей подання знань, в яких з'являється можливість одними і тими ж засобами демонструвати як об'єкти, характерні для логічного мислення, так і образи-картинки, якими оперує образне мислення.

Друге завдання – візуалізувати знання, до яких важко або неможливо підібрати текстові описи. І, нарешті, третє – пошук способів переходу від картинок-образів до розуміння процесів які ховаються за динамікою цих картин. Таким чином, переваги мультимедійних технологій в організації навчального процесу не викликають сумніву.

Робота курсантів на занятті при використанні мультимедійних технологій може бути організована таким чином:

- фронтально – ознайомлення з візуальною інформацією (перегляд відеороликів, фото, картографічного матеріалу, ілюстрацій, схем, діаграм, спостереження за динамікою зміни об'єктів);

- індивідуально – виконання практичних робіт;
- робота в групах.

Мультимедійні технології дають можливість реалізувати такі види роботи на заняттях: перегляд аудіовізуальної інформації, тренінг за теоретичними питаннями з використанням тестів, самоконтроль, робота з понятійним апаратом.

До найбільш ефективних форм викладу навчального матеріалу слід віднести мультимедійні презентації, створені за допомогою Microsoft Power Point силами як викладачів, так і курсантів. Використання презентацій дозволяє побудувати навчальний процес на основі психологічно коректних режимів функціонування уваги, пам'яті, розумової діяльності, гуманізації змісту навчання та педагогічних взаємодій, реконструкції процесу навчання з позиції цілісності.

Для перевірки ефективності використання мультимедійних технологій в практиці вищої школи було проведено експериментальне дослідження. Експериментальна робота проводилась серед курсантів Кременчуцького льотного коледжу під час викладання дисциплін «Історія України» та «Культурологія».

Використання мультимедійних технологій дозволило виявити ефективність впровадження мультимедійних технологій, що підтверджується зростанням середнього балу успішності курсантів та студентів на 1,7 бали, зміною ставлення до предмету на позитивне у 83% курсантів і поглибленням знань з цього предмету у 69% курсантів та студентів.

Анкетування курсантів та студентів дозволило зробити наступні висновки:

- незважаючи на загальну обізнаність курсантів та студентів експериментальної групи з комп'ютером, вони зазнають деяких труднощів під час роботи з мультмедіа технологіями, в підготовці мультимедійних презентацій та створенні власних проектів на основі інформаційно-комунікаційних технологій, 62% опитаних вказали на це;

- курсанти експериментальної групи значно поліпшили свої результати – 67,4% курсантів заявляють про поліпшення знань з історії та культурології після використання мультимедійних лекцій;

- слід відзначити явно виражену позитивну динаміку покращення рівня знань з курсів історії України та культурології серед курсантів груп, де використовувалися мультимедійні лекції. Результати експерименту показали – всі курсанти, що мають високу мотивацію до роботи на початку експерименту, значно поліпшили свої результати: 80% з них отримали більш високі оцінки в кінці експерименту, ніж перед його початком.

Використання мультимедійних технологій при викладанні історії та культурології є перспективним дидактичним засобом, який здатний значно підвищити ефективність навчального процесу.

Замфереско Олена Вікторівна

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

ВИКОРИСТАННЯ КОНТЕКСТНОГО ПІДХОДУ У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ МАЙСТРІВ РЕСТОРАННОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Традиційна професійна підготовка майбутніх фахівців ресторанної справи у вищому професійному училищі (ВПУ) на сьогодні вимагає істотних змін, які повинні враховувати новітні тенденції не лише модернізації професійно-технічної освіти, але й розвитку сучасної ресторанної індустрії нашої країни.

Особливе значення для підготовки фахівців з інтегрованої професії 5129 «Майстер ресторанного обслуговування» має контекстне навчання, яке забезпечує перетворення пізнавальної діяльності учнів ВПУ в професійну з відповідною зміною їхніх потреб, мотивів, цілей, предметів та результатів. Саме контекстне навчання дає змогу учням глибше пізнати зміст та особливості майбутньої професійної діяльності. Забезпечити таке навчання – мета