

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОСВІТІ: ДОСВІД, ІННОВАЦІЇ, ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Всеукраїнська науково-практична конференція

1-2 березня



Суми, 2012

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Інститут інноваційних технологій та змісту освіти
Інститут інформаційних технологій і засобів навчання НАПН України
Інститут педагогіки НАПН України
Інститут прикладної фізики НАН України
Науково-дослідний центр навчально-наукових приладів
Сумський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти
Кафедра інформаційно-комунікаційних технологій СОІППО
ПрАТ Інститут передових технологій
Інформаційна підтримка: журнал «Комп'ютер в школі та сім'ї»;
сайт Сумського ОІППО SOIPPO.EDU.UA, блог «ІКТ-конференція»
<http://iktsumskij.blogspot.com>

**Збірка матеріалів
Всеукраїнської науково-практичної конференції**

«ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОСВІТІ: ДОСВІД, ІННОВАЦІЇ, ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ»



1-2 березня 2012 р.

Суми

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ БАНКІВСЬКОГО РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТУ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ

Анотація

Роботу присвячено розробці індивідуальних завдань для самостійної роботи студентів з інформатики. Для підвищення професійної компетентності майбутніх економістів об'єктом розробки завдань вибрано один з видів банківської рекламної продукції – візитну картку менеджера. Представлено огляд тенденцій розвитку інформаційних технологій створення банківської реклами. Показана роль візитних карток в роботі менеджера. Розглянуто особливості технології виготовлення візитних карток і програмні засоби. Розроблено методичні матеріали для виконання завдань. Наведено приклади професійних карток.

Ключові слова: інформаційні технології, банківська реклама, професійна компетентність, візитна картка, самостійна робота, індивідуальні завдання

Аннотация

Работа посвящена разработке индивидуальных заданий для самостоятельной работы студентов по информатике. Для повышения профессиональной компетентности будущих экономистов объектом разработки заданий выбран один из видов банковской рекламной продукции – визитная карточка менеджера. Представлен обзор тенденций развития информационных технологий создания банковской рекламы. Показана роль визитных карточек в работе менеджера. Рассмотрены особенности технологии изготовления визитных карточек и программные средства. Разработаны методические материалы для выполнения заданий. Приведены примеры профессиональных карточек.

Ключевые слова: информационные технологии, банковская реклама, профессиональная компетентность, визитная карточка, самостоятельная работа, индивидуальные задания

Resume

Work is devoted to development of individual tasks for independent work of students on an informatics. For the increase of

professional competence of future economists the object of development of tasks is choose one of types of bank publicity products is a visiting-card of manager. The review of progress of information technologies of creation of the bank advertising trends is presented. The role of visiting-cards is rotined in-process manager. The features of technology of making of visiting-cards and programmatic facilities are considered. Metho dical materials are developed for implementation of tasks. The examples of professional cards are resulted.

Keywords: information technology, bank advertising, professional competence, business card, independent work of students

Дисципліна "Інформатика" займає важливе місце у підготовці студентів-економістів. На заняттях з інформатики формується інформаційна культура [1], створюються основи для вивчення статистики, економіко-математичного моделювання, інформаційних систем. Інформатика входить до складу нормативних дисциплін. Об'єм курсу складає шість кредитів.

В процесі вивчення інформатики спостерігаються наступні тенденції: необхідність постійного вдосконалення знань, професійна орієнтація дисципліни, зростання долі самостійної роботи студентів, яка сьогодні складає 40% навчального часу.

Традиційна методика навчання інформатики змінюється технологічною [2]. Як альтернатива до існуючого знанневого підходу виникає компетентностний підхід. До основних складових професійної компетентності майбутніх економістів відносяться: загальні компетенції, комунікативна компетенція, інформаційна компетенція, особистісна компетенція [3, 4]. В процесі формування професійної компетентності економіста, на наш погляд, потрібно приділяти увагу всім перерахованим компонентам [5].

Метою даної роботи є організація самостійної роботи студентів-економістів на основі творчих індивідуальних завдань з використанням інформаційних технологій створення банківського рекламного продукту. У галузі реклами існує багато різних технологій, завдяки чому існує широке поле для вибору типа завдання. У даній роботі розроблено пакет навчальних завдань створення візитної картки банківського працівника.

Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) є важливою і невід'ємною частиною комерційних банків. Рівень розвитку ІКТ є пріоритетним для банку. Крім забезпечення основних видів діяльності, інформаційно-комунікаційні технології комерційного банку застосовуються для реклами самого банку і банківських продуктів.

Банківську рекламу визначають як "форму неособистого представлення певних ідей, послуг банку, через посередництво засобів

комунікацій з метою інформування і переконання цільових аудиторій у необхідності здійснення дій, які бажає банк-рекламодавець” [6].

Моніторинг реклами комерційних банків показує, що кількість реклами банків і витрати на неї збільшуються. В умовах другої хвилі світової кризи банківські установи змінюють свої рекламні стратегії [7].

Останнім часом спостерігається зростання об'ємів банківської реклами в Інтернеті. Активно розвиваються нові інтерактивні напрями. Наприклад, SMS, MMC. У банківській рекламі збільшується доля нестандартної реклами.

Комерційні банки стали використовувати для реклами соціальні мережі. На відміну від ЗМІ соціальні мережі забезпечують двосторонню комунікацію, можливість діалогу між клієнтами і менеджерами банку. Експерти відзначають, що сучасний клієнт, використовуючи соціальні мережі, має кращу можливість вибрати банк, визнавши з форумів або блогів думку інших клієнтів.

Нові банківські продукти змінюють психологію клієнтів, викликають інколи у них інтерес більший, ніж сама реклама. Такі властивості є у технологій електронного обслуговування з віддаленим доступом: WEB-banking, мобільний banking, SMS-banking, PC-banking (клієнт-банк), Kiosk-banking.

Існують декілька десятків різновидів банківської реклами. За даними статистики, найбільш увагу клієнти приділяють телебаченню, засобам масової інформації та зовнішній рекламі [8]. Однак реклама банківських послуг докорінно змінюється і на зміну частоті і тотальності присутності банків у інформаційному просторі приходить особисто-орієнтоване звернення до клієнта.

Швидкими темпами розвиваються прямі адресні форми реклами, які будуються на персональній пропозиції банківського продукту під кожного клієнта. Ефективним рекламним засобом по залученню потенційних клієнтів є візитна картка банківського менеджера (business card).

Про роль і значення візитної картки добре сказано в книзі для бізнесменів “Закони успіху” під редакцією Крісті Лі: “Візитна картка – важлива складова бізнесу. Це ефективна і до того ж недорога форма реклами. Картка – це стратегічна зброя”.

Сучасна візитна картка – це своєрідний представник свого власника. Вона ненастирливо нагадує своїм існуванням про ділову людину, виключає необхідність постійно телефонувати своїм клієнтам і нагадувати про себе. Головна функція візитки – гідно представити свого власника. Вона сприяє створенню позитивного іміджу менеджера як особисто, так і всій банківській установи. Наочна, інформативна, барвиста візитна картка допомагає менеджерів успішно впоратися зі своїми професійними обов'язками, заощадити власний час і час клієнтів.

Процес створення візиток професійною поліграфічною компанією зазвичай містить наступні етапи [9]: розробку макету, друк, обробку після друку, обрізання, упаковку і доставку. Нами розглядається спрощена

цифрова технологія, яка містить етап створення макету карточки і етап друкування на принтері.

Макети за змістом поділяють на прості, середнього і високого ступеню складності. Нами розглядаються макети середньої складності, які містять графічні об'єкти, але позбавлені фонових малюнків, карт і схем (рис. 1, 2, 3).

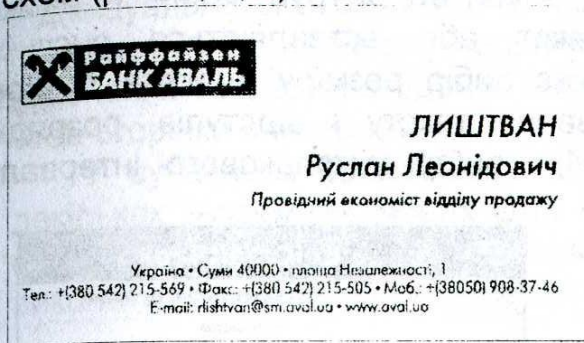


Рис. 1. Візитна картка економіста



Рис. 2. Візитна картка менеджера

Для організації самостійної роботи студентів підготовлено методичні рекомендації, які містять реквізити картки, основні вимоги щодо виконання завдання, алгоритм створення картки, технології форматування тексту, приклади карток, список літератури.

Нижче наведено реквізити картки та основні вимоги щодо виконання.

Реквізити картки:

- назва банківської установи;
- логотип банку;
- прізвище, ім'я, по батькові;
- посада;
- поштова адреса;
- Web-сторінка в Інтернеті;
- електронна адреса;
- телефон робочий;
- телефон мобільний.

Вимоги щодо виконання завдання:

- рекомендується використовувати MS Word 2007 або MS Publisher 2007;
- картка має бути однією;
- розмір картки: 5 см x 9 см;
- 10 карток у вигляді таблиці 2x5 розташувати на сторінці формату A4;
- сторінку з картками надрукувати;
- візитна картка здається в надрукованому і в електронному вигляді.

Для створення макетів візиток використовують наступні програми: MS Office Word, MS Office Publisher, CorelDraw, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop та інші.

Алгоритм створення візитної картки за допомогою MS Office Word [10] складається з трьох етапів: розміщення візитки на листі, введення тексту, форматування тексту. Спочатку на листі створюється таблиця, яка складається з двох стовпців і п'яти рядків. Розмір кожної клітини

складає 5 см на 9 см. Дизайн макета вибирається з колекції шаблонів MS Word, який розміщено на Web-вузлі MS Office Online.

Зовнішні межі візитної картки створюються за допомогою об'єкту Надписи. Внутрішня структура візитної картки також компонується з написів. Для закріплення структури виконується групування. В рамки, створені написами, вводиться текст або вставляються рисунки. Форматування тексту візитки включає вибір розміру шрифту та його гарнітури, використання вирівнювання тексту і відступів, розрядки шрифту, вставку символів ☎, ✉, вибір міжрядкового інтервалу, оформлення меж і заливку.

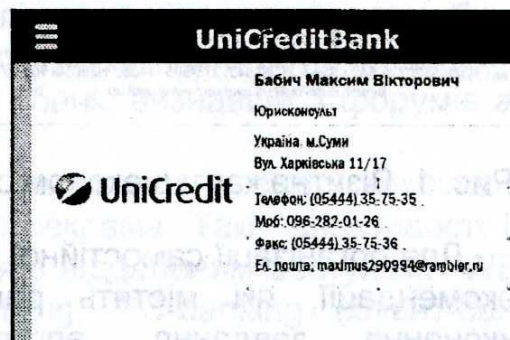
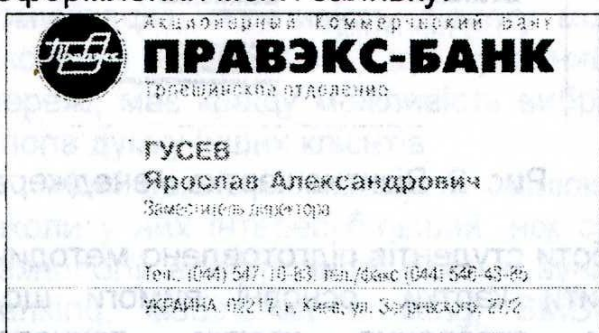


Рис. 3. Використання MS Word

Рис. 4. Використання MS Publisher

Більше можливостей по створенню візитних карток надає настільна видавнича система Microsoft Office Publisher. Ця система відрізняється від Microsoft Office Word тим, що акцент в ній робиться на проектування розмітки сторінки [11]. Програма містить багату колекцію макетів візитних карток. В процесі створення картки студенти вивчають основні завдання Publisher: пошук і додавання варіантів тексту і малюнків, зміну макету, друк (рис. 4, 5).

Серед професіоналів, які займаються виготовленням візиток, дуже поширено використання редактора векторної графіки CorelDraw. Для виконання свого завдання студенти можуть використати технологію створення візитної картки вчителя за допомогою CorelDraw, яка представлена у посібнику [12].

Багатий досвід створення візитних карток за допомогою програми CorelDraw накопичений співробітниками інформаційно-видавничого відділу Української академії банківської справи. На рис. 6 представлено типовий дизайн візитної картки викладача академії.

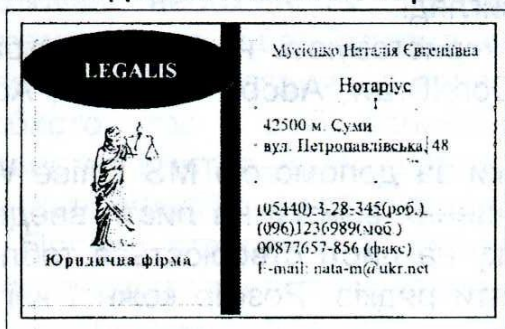


Рис. 5. Використання MS Publisher Рис. 6. Використання CorelDraw

Важливим елементом картки є логотип. Логотип – це товарний знак, унікальне, оригінальне зображення, що однозначно ідентифікує банківську установу. В деяких випадках логотип містить повну або скорочену назву банку. Логотип служить для позначення індивідуальності конкретного банку і підвищення його іміджу, в основному відображаючи напрями діяльності банківської установи. Для виконання завдання студенти копіюють логотип банку як рисунок з його Web-сторінки в Інтернеті.

У сучасного банківського менеджера має бути набір карток на декількох іноземних мовах для обслуговування більш широкого кола клієнтів. Тому можна запропонувати студентам додаткове завдання – виконати переклад тексту візитної картки (рис. 7, 8).



Рис. 7. Текст російською мовою

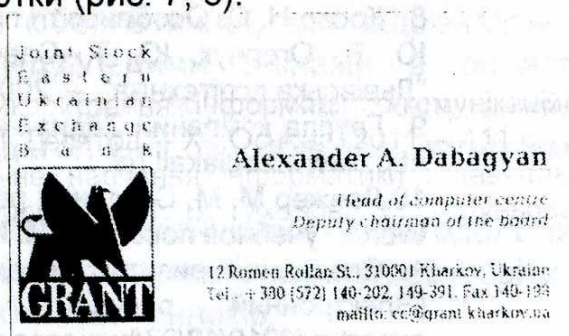


Рис. 8. Текст англійською мовою

На основі вищезазначеного можна зробити наступні висновки.

1. У дослідженні виявлено, що в умовах банківської кризи банки змушені вводити нові види банківської реклами, боротися за кожного клієнта. Для виготовлення рекламної продукції використовуються особисто-орієнтовані інформаційно-комунікаційні технології, до яких належать технології виготовлення візитних карток.
2. Для організації самостійної роботи студентів-економістів з інформатики розроблені індивідуальні завдання, метою яких полягає у вивченні інформаційно-комунікаційних технологій створення візитних карток банківського працівника.
3. Досвід викладання інформатики показує, що самостійна робота над творчими індивідуальними завданнями з професійної сфери підтверджує суттєву активізацію навчальної діяльності і сприяє формуванню професійної компетентності студентів-економістів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Десятов Д. Л. Методика використання інформаційно-комунікаційних технологій у навчанні історії / Д. Л. Десятов. – Х.: Основа, 2011. – 111 с.
2. Дорошенко Ю. О. Технологічне навчання інформатики : навчально-методичний посібник / Ю. О. Дорошенко, Т. В. Тихонова, Г. С. Луньова. – Х.: Ранок, 2011. – 304 с.

3. Дибкова Л. М. Індивідуальний підхід у формуванні професійної компетентності майбутніх економістів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.04 "Теорія та методика професійної освіти / Л. М. Дибкова. – К., 2006. – 20 с.
4. Праворська Н. І. Система задач як засіб формування професійно значущих знань з інформатики студентів економічних спеціальностей : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.02 / Н. І. Праворська. – К., 2005. – 20 с.
5. Пути повышения качества подготовки студентов : материалы международной научно-практической конференции. – Минск: БГУ, 2010. – 567 с.
6. Ткачук В. О. Маркетинг у банку: навчальний посібник / В. О. Ткачук. – Тернопіль: Синтез-Поліграф, 2006. – 225 с.
7. Банковская реклама: эффективнее и интерактивнее. – Режим доступа: <http://bankir.ru>.
8. Косар Н. С. Особливості просування банківських продуктів / Н. С. Косар, Ю. В. Огерчук, Ю. Т. Савченко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2008. – № 635 – С. 97-101.
9. Група компаний Зодиак-альт [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zodiakalt.ru/>.
10. Ланжер М. М. Создание резюме, писем, визитных карточек и флаеров в Word : учебное пособие / М. М. Ланжер. – М.: ИТ Пресс, 2005. – 136 с.
1. Создание визиток средствами Microsoft Office Publisher 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://software-expert.ru/2010/12/07/business-cards/>.
11. Бодня О. В. Компьютерная графика в работе учителя / О. В. Бодня. – Х. : Основа, 2011. – 128 с.

МАТИС М.М., МАТИС В.М.

*Дрогобицький державний педагогічний
університет імені Івана Франка*

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НА ДОПОМОГУ СТУДЕНТАМ ТА ПЕДАГОГАМ У ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

Педагогічна освіта в Україні потребує удосконалення і почасти реформування шляхом внесення інновацій задля досягнення нового рівня її якості, що відповідатиме потребам української школи ХХІ століття. Стратегія інноваційного розвитку системи педагогічної освіти має розроблятися як складова єдиної державної інноваційної освітньої політики, що визначить її пріоритетні напрями, суб'єкти та об'єкти перетворень, джерела і механізм інвестування трансформаційних процесів у педагогічній освіті.

Освіта на даний час все розвивається, прогресує, змінюється та веде до змін у житті людини. Адже ні для кого не є секретом, що інновація навчальних процесів неодмінно вплине, або впливає на зміну функцій певних структурних підрозділів, їх видозміну, укрупнення, або,

Наукове видання

МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
**ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ
В ОСВІТІ: ДОСВІД, ІННОВАЦІЇ, ТЕХНІЧНЕ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

Статті друкуються в авторській редакції. Матеріали зверстано з електронних носіїв, наданих авторами публікацій. Відповідальність за зміст статей і матеріалів, допущені помилки та неточності несуть автори публікацій.

Відповідальний за випуск Лабудько С.П.
Комп'ютерна верстка Крюк Ю.Є.

Підписано до друку 20.02.2012.
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк різнограф. Гарнітура Arial.
Умов.друк арк. 11.85. Обл.-вид.арк. 10.12

РВВ Сумський ОІППО, 40007 Суми, вул.Р.Корсакова, 5