

СЕКЦІЯ 4. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ БОЛОНСЬКОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ

Голова секції: завідувач кафедри маркетингу
д.е.н., професор Ілляшенко С.М.
Секретар: доцент кафедри маркетингу
к.е.н., доцент Божкова В.В.

к.е.н. Божкова В.В., Сагер Л.Ю. Сумський державний університет ТЕСТУВАННЯ ЯК ФОРМА КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

На сучасному етапі подальшого вдосконалення навчання в системі вищої освіти та приєднання України до Болонської декларації запроваджується модульно-рейтингова система, в основі якої лежить тестовий контроль рівня підготовки студентів з метою отримання ними глибоких знань та вміння оперувати цими знаннями.

Як правило, тест являє собою стандартизований метод визначення рівня і структури підготовленості студентів. У такому тесті усі учасники отримують однакові завдання, в однакових умовах і з однаковими правилами оцінювання відповідей. Тести можуть бути відкритими, закритими та комбінованими, мати різний рівень складності тощо. Вважається, що такий метод дозволяє встановити відношення порядку між учасниками за рівнем їх знань і на цій основі об'єктивно визначити місце в групі (або рейтинг) кожного студента.

Серед головних переваг використання тестового контролю знань студентів з можна виділити такі [1]:

- економія навчального часу при здійсненні поточного контролю знань та об'єктивність оцінювання результатів навчання;
- мінімізація емоційного впливу викладача на студента;
- можливість детальної перевірки рівня засвоєння кожного змістового модуля дисципліни;
- наявність чіткої однозначної відповіді, стандартне оцінювання на основі цінника;
- можливість застосування як засобу усіх видів контролю (базового (початкового), поточного (тематичного), рубіжного (залікового), підсумкового (екзаменаційного) та самоконтролю).

Проте, не зважаючи на ряд зазначених та інших переваг тестування, застосування такої форми контролю знань студентів має низку недоліків, які різні автори трактують по-своєму. У даному дослідженні хотілось би звернути увагу на те, що кожна окрема дисципліна має свою специфіку, і застосування єдиної форми контролю подекуди є недоцільним. Кожна спеціальність, кожна дисципліна мають свої особливості. Так, наприклад, специфіка багатьох маркетингових дисциплін полягає у необхідності розвитку креативного, абстрактного мислення, готовності експериментувати, шукати нові варіанти вирішення тої чи іншої проблеми тощо для розроблення різного роду рекламних кампаній, формування цінової, збутової, товарної політики (в т.ч. розроблення та впровадження нових товарів та послуг), що передбачає також проведення різноманітних ринкових досліджень і т.д. Відтак оцінка знань також потребує розв'язання різного роду ситуаційних завдань, розроблення та презентації маркетингових панів, програм, інноваційних проектів, їх складових частин (при поточному оцінюванні) тощо. Використання ж стандартного підходу до складання тестів обмежує розкриття творчого потенціалу при розв'язанні завдань, що не є характерним для маркетингу.

На нашу думку, у зазначеному випадку тестування має застосовуватися як допоміжний метод поточного оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу студентами.

