

УДК 378.018.43:004.9

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДИСТАНЦІЙНИХ МЕТОДІВ ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОЇ РОБОТИ

©ЯщунТ.В., ГромовЄ.В., Фоміна Н.Р.

Українська інженерно-педагогічна академія

Інформація про авторів:

Ящун Тетяна Вікторівна: ORCID: 0000-0003-0497-9124; yaschun@i.ua; кандидат педагогічних наук; доцент кафедри інформаційних, комп'ютерних та поліграфічних технологій; Українська інженерно-педагогічна академія; вул. Університетська 16, м. Харків, 61003, Україна.

Громов Євген Володимирович: ORCID: 0000-0003-1443-2165; G_E_V@i.ua; кандидат педагогічних наук; доцент кафедри інформаційних, комп'ютерних та поліграфічних технологій; Українська інженерно-педагогічна академія; вул. Університетська 16, м. Харків, 61003, Україна.

Фоміна Надія Романівна: ORCID: 0000-0001-7647-258X; lionkaluch26@gmail.com; студентка група ДКІ-ПОК17мг кафедри інформаційних, комп'ютерних та поліграфічних технологій; Українська інженерно-педагогічна академія; вул. Університетська 16, м. Харків, 61003, Україна.

Одним з обов'язкових видів діяльності будь-якої випускаючої кафедри є розроблення й вдосконалення рекламних профорієнтаційних матеріалів. Підготовка рекламних матеріалів на кафедрі ІКПТУПА була розпочата паралельно з відкриттям комп'ютерної спеціальності у 2001 р. З того часу рекламні матеріали пройшли значний шлях від наукомістких проспектів, що містили лише концептуальні положення процесу підготовки спеціалістів до яскравих ілюстрованих листівок, буклетів, плакатів й рекламних презентацій. Проте, наявні презентації мають стандартну структуру й звичне текстове супроводження, яке, на жаль, не дуже зацікавляє майбутніх абітурієнтів. З метою вдосконалення процесу профорієнтації авторами було розроблено оригінальну мультимедійну презентацію з авторським віршованим супроводженням. В проведеному дослідженні проаналізовано наявні засоби подання рекламної профорієнтаційної інформації наявний рекламний матеріал, розроблено й систематизовано графічний матеріал, який було закладено в електронну презентацію, складено оригінальне текстове віршоване супроводження до наявного графічного матеріалу й додано його до презентації, впроваджено розроблену презентацію в процес профорієнтаційної роботи під час Днів відкритих дверей та виїзних профорієнтаційних заходів, розповсюджено презентацію за допомогою відеохостингу YouTube. Завдяки розробленій рекламній презентації всі бажаючі абітурієнти можуть самостійно ознайомитися з умовами навчання на спеціальності «Професійна освіта. Комп'ютерні технології» УПА та здійснити свій професійний вибір, при цьому профорієнтаційний процес проходить без зайвих часових витрат викладачів, але з фіксацією кількості переглядів зацікавлених осіб. Автори вважають, що дана розробка є актуальною, перспективною й сприяє підвищенню рівня профорієнтаційної роботи.

Ключові слова: профорієнтаційна робота, мультимедійна рекламна презентація, методи профорієнтації, організатор презентацій MS PowerPoint, відеохостинг YouTube, мережа Internet, рекламний буклет, плакат, листівка.

Ящун Т.В., Громов Е.В., Фомина Н.Р. «Пути усовершенствования дистанционных методов профориентационной работы»

Одним из обязательных видов деятельности любой выпускающей кафедры является разработка и усовершенствование рекламных профориентационных материалов. Подготовка рекламных материалов на кафедре ИКПТУПА была начата параллельно с открытием компьютерной специальности в 2001 г. С тех пор рекламные материалы прошли значительный путь от наукоемких проспектов, содержащих только концептуальные положения процесса подготовки специалистов до ярких иллюстрированных листовок,

буклетов, плакатов и рекламных презентаций. Однако существующие презентации имеют стандартную структуру и привычное текстовое сопровождение, которое, к сожалению, не очень привлекает будущих абитуриентов. С целью усовершенствования процесса профориентации авторами была разработана оригинальная мультимедийная презентация с авторским стихотворным сопровождением. В проведенном исследовании проанализированы существующие средства представления рекламной профориентационной информации и рекламный материал. Также разработан и систематизирован графический материал, который был заложен в электронную презентацию, написано оригинальное текстовое стихотворное сопровождение к графическому материалу и включено в презентацию. Разработанная презентация внедрена в процесс профориентационной работы во время Дней открытых дверей и выездных профориентационных мероприятий, опубликована на видеохостинге YouTube. Благодаря разработанной рекламной презентации все желающие абитуриенты могут самостоятельно ознакомиться с условиями обучения на специальности «Профессиональное образование. Компьютерные технологии» в УИПА и осуществить свой профессиональный выбор. При этом профориентационный процесс проходит без лишних временных затрат преподавателей, однако с фиксацией количества просмотров заинтересованных лиц. Авторы считают, что данная разработка является актуальной, перспективной и способствует повышению уровня профориентационной работы.

Ключевые слова: профориентационная работа, мультимедийная рекламная презентация, методы профориентации, организатор презентаций MS PowerPoint, видеохостинг YouTube, сеть Internet, рекламный буклет, плакат, листовка.

T. Yaschun , E.Gromov, N. Fomina R. "Ways to improve distant methods of work on professional agitation"

One of the important activities of any graduating department is the development and improvement of promotional career-oriented materials. The preparation of promotional materials at the Department of Information Computer and Polygraphy Technologies of Ukrainian Engineering Pedagogical Academy was started in parallel with the opening of a computer specialty in 2001. Since then, promotional materials have gone a long way from knowledge-intensive prospectuses containing only the conceptual provisions of the training of specialists to bright illustrated leaflets, booklets, posters and advertising presentations. However, existing presentations have a standard structure and familiar text support, which, unfortunately, does not attract future entrants. In order to improve the vocational guidance process, the authors have developed an original multimedia presentation with the authors' own poetical accompaniment. In the conducted research the existing means of presenting profession-oriented advertising information and advertising materials are analyzed; graphical material was developed, systematized, and embedded into an electronic presentation; original poetical texts were written to accompany the graphic material and included in the presentation. The developed presentation is implemented in the process of work on professional agitation during the Open Doors Day and other professional agitation meetings, published on the video hosting platform YouTube. Due to the easily accessible advertising presentation, all enrollees can familiarize themselves with the conditions of training for the specialty «Vocational Education. Computer Technologies» in Ukrainian Engineering Pedagogical Academy and make their career choice. At the same time, the professional agitation process takes place without the superfluous time spent by the university teachers, the number of views being automatically calculated. The authors believe that this development is topical, perspective and contributes to the increase in the quality of work on professional agitation.

Keywords: work on professional agitation, multimedia promotional presentation, methods of work on professional agitation, organizer of MS PowerPoint presentations, video hosting platform YouTube, Internet, advertising booklet, poster, leaflet.

Постановка проблеми. Одним з головних постачальників інформації для майбутніх абітурієнтів вищих навчальних закладів є глобальна мережа Internet. Завдяки величезній

мережевій павутині можна продивитися довідкову інформацію про структуру, напрями підготовки, особливості освітньої діяльності будь-якого навчального закладу. При цьому цікавою й більш захоплюючою є інформація, що надається не в стандартному, текстовому вигляді, а має мультимедійні засоби представлення, що поєднують відео та звуковий супровід. Одним із засобів надання інформації в мультимедійному вигляді є електронні презентації.

Електронні презентації дозволяють використовувати всі засоби представлення інформації одночасно: графіка, текст, анімація, звук і відео [1]. Електронні презентації часто й продуктивно застосовують в рекламних кампаніях для представлення бізнес-проектів, інформації про товари й послуги, новітні програмні продукти й технології. У них вдало поєднуються можливості довідника, буклету, каталогу і проспекту, разом узятих. За допомогою талановито створеної презентації можна залучити нових клієнтів і підвищити прибуток фірми.

Оригінальну презентацію можна також покласти в основу рекламної компанії по залученню нових абітурієнтів до того чи іншого освітнього закладу. В цьому разі, майбутній студент буде переглядати, замість докучливої довідкової інформації про напрям підготовки, що його цікавить, яскраву, ілюстровану презентацію, збагачену почуттям гумору її розробника.

Актуальність даної розробки підсилюється ще й тим, що на даному етапі розвитку освітнього процесу в Україні, коли кількість освітніх послуг зростає, багато освітніх закладів пропонують схожі умови й напрями навчання, а перед абітурієнтом постає питання вибору одного з багатьох, але найкращого для нього, місця здобуття освіти. Електронна презентація, що наочно демонструє умови й результати навчання за тим чи іншим освітнім напрямом, безсумнівно, дасть змогу абітурієнту вирішити проблему вибору. Таким чином, розроблення рекламної презентації спеціальності «Професійна освіта. Комп'ютерні технології», якому присвячене дане дослідження, є актуальним й необхідним для поповнення контингенту студентів Української інженерно-педагогічної академії (УІПА).

Авторами пропонується до розгляду оригінальна мультимедійна презентація у формі відео-ролика, яка демонструє доцільність навчання на кафедрі Інформаційних комп'ютерних і поліграфічних технологій (ІКПТ), надає інформацію про місцезнаходження УІПА та кафедри ІКПТ, дані про викладацький склад кафедри, вказує переваги навчання на кафедрі ІКПТ, знайомить зі студентським життям, привертає увагу абітурієнтів, розвиває бажання навчатись в УІПА. Презентація демонструє рекламний матеріал у ненав'язливій віршованій формі. Автори даного дослідження вважають, що наочне й оригінальне подання рекламного матеріалу сприятиме привертанню неабиякої уваги майбутніх абітурієнтів і, як наслідок, підвищенню результатів щодо залучення студентів до навчання на спеціальності «Професійна освіта. Комп'ютерні технології» УІПА.

Аналіз останніх досліджень й публікацій. Профорієнтація – це науково-практична система підготовки особистості до вільного та свідомого вибору професії [2]. Метою профорієнтаційної роботи зі школярами є допомога учневі у виборі сфери діяльності, а в ній професії, яка б відповідала його здібностям і можливостям, сприяла розвитку професійних нахилів та інтересів [3].

Методами профорієнтаційної роботи називають способи спільної діяльності педагога й учнів, які забезпечують підготовку молоді до усвідомленого професійного самовизначення. В рамках дослідження методи профорієнтаційної роботи умовно було поділено на очні, заочні та дистанційні.

Очні методи передбачають безпосередній контакт з майбутніми абітурієнтами. До очних методів профорієнтації можна віднести значну частину відомих заходів щодо допомоги учням у професійному самовизначенні [4]:

- розповідь, пояснення, бесіда, лекція, демонстрація, презентація, конкурси з окремих завдань професійної діяльності, професіографічні зустрічі зі спеціалістами, профорієнтаційні екскурсії, профорієнтаційні ігри, тренінги;

- організація й проведення презентацій, спеціалізованих лекторіїв, тренінгів, майстер-класів та інших професійно-орієнтаційних заходів;
- проведення моніторингу потенційної привабливості та конкурентоспроможності освітніх послуг, які надаються вищими навчальними закладами серед учнів старших класів;
- участь у Ярмарках професій для учнівської молоді випускних класів, що проводяться обласними та районними центрами зайнятості;
- проведення днів відкритих дверей у вищих навчальних закладах;
- виїзди з профорієнтаційною метою до регіонів України;
- проведення профорієнтаційної роботи серед учнів загальноосвітніх навчальних закладів під час проходження педагогічної практики студентами;
- проведення предметних олімпіад та творчих конкурсів для майбутніх абітурієнтів;
- організація екскурсій учнів загальноосвітніх навчальних закладів I-II рівнів акредитації до вищих навчальних закладів;
- проведення культурно-мистецьких та спортивних заходів, творчих зустрічей.

Від методів, що використовуються, значною мірою залежить ефективність професійної орієнтації [5]. Форми профорієнтаційної роботи також залежать від кількості людей, охоплених ними. Розрізняють колективні та індивідуальні форми роботи, у свою чергу колективні поділяються на групові та ланкові [5]. При цьому більшість форм і методів, що використовуються у практиці профорієнтаційної роботи з учнями загальноосвітніх шкіл, носять міждисциплінарний характер [6].

Таким чином очних методів профорієнтаційної роботи досить багато, їм приділяють значну увагу й визначаються викладачі ВНЗів, в посадові обов'язки яких покладено їхнє використання та вдосконалення.

Разом з тим, не слід недооцінювати заочні методи профорієнтації, які теж працюють на майбутнє учнів, але дозволяють їм самостійно, без зайвого тиску, оцінити ситуацію щодо навчання в тому або іншому навчальному закладі. Заочні методи профорієнтації не передбачають прямого, довготривалого контакту з учнями, а складаються з перегляду учнів, можливо, разом з родиною, різноманітних рекламних матеріалів. Слід відмітити, що при таких методах роботи мінімальне спілкування з потенційними абітурієнтами проходить на етапі передавання їм рекламних матеріалів. До таких методів можна віднести [6]:

- розповсюдження довідкових та рекламно-інформаційних матеріалів для абітурієнтів на паперових носіях;
- висвітлення інформації для абітурієнтів на сайтах вищих навчальних закладів та їхніх підрозділів;
- проведення рекламно-інформаційної профорієнтаційної діяльності у засобах масової інформації;
- розсилка листів-подяк директорам загальноосвітніх навчальних закладів, у яких навчалися кращі студенти 1 курсів.

Розглянемо варіанти реалізації деяких з наведених заочних методів профорієнтації, що використовуються з метою запрошення на навчання на спеціальність «Професійна освіта. Комп'ютерні технології»УПА.

Один з перших рекламних проспектів містив лише стислу текстову інформацію, не збагачену графічним супроводженням, що охоплювала в собі концептуальний матеріал щодо навчання на спеціальності. Даний рекламний проспект було розроблено у 2006 р. й призначено здебільше для батьків майбутніх абітурієнтів, що бажали отримати інформацію, які знання, освітній рівень й спеціальність отримає їхня дитина. Разом з таким, науковмісним рекламним проспектом, абітурієнтам пропонувалась стисла листівка з основними відомостями про спеціальність.

Під час проходження Дня відкритих дверей абітурієнтам демонструвалася презентація з фрагментами студентських робіт, виконаних під час навчання (рис. 1).

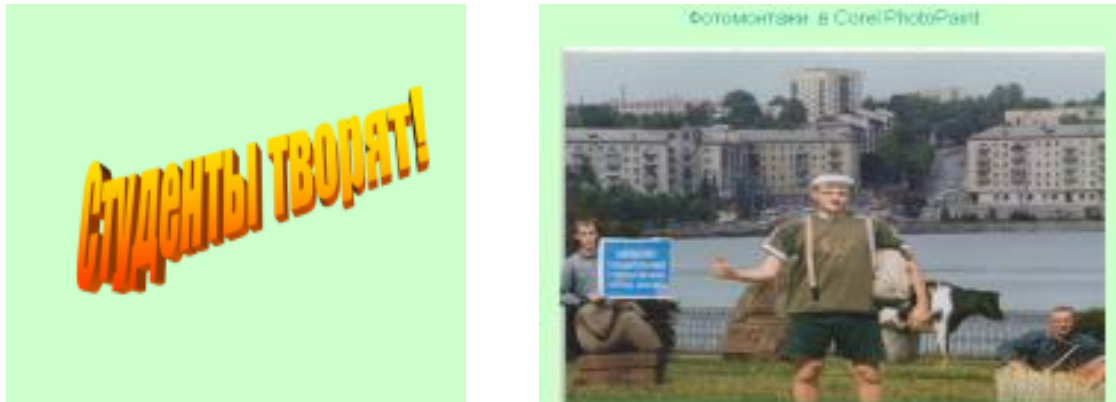


Рис. 1. Фрагменти першої профорієнтаційної презентації

Наступним етапом було створення у 2007 р. різнокольорового буклету спеціальності, що складався у 3 рази. Істотним його недоліком, було, як і раніше, відсутність графічних зображень і фотографій, що привертати би увагу абітурієнтів. Рекламний профорієнтаційний пакет спеціальності на цьому етапі супроводжувався яскравим плакатом й презентацією, що містила основні відомості про спеціальність (рис. 2). Презентація була насичена значною кількістю фотографій з різних аспектів студентського життя: навчання у спеціалізованих лабораторіях, комп'ютерних класах та лекційних аудиторіях, спортивні змагання, дозвілля.

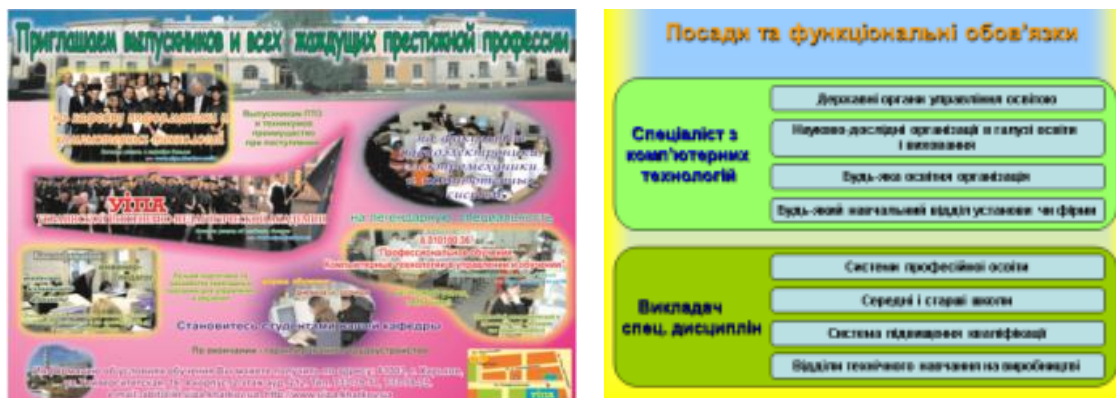


Рис. 2. Рекламний плакат й фрагменти концептуальної презентації спеціальності

Подальша модифікація рекламної профорієнтаційної інформації йшла у напрямі її збагачення засобами наочності й привертання уваги, а саме нестандартними графічними зображеннями, фотографіями тощо. В якості прикладів можна навести рекламні проспекти факультету та спеціальності, розроблені відповідно у 2011 й 2012 роках (рис. 3).



Рис. 3. Ілюстровані рекламні проспекти

Одна з останніх версій рекламного проспекту, розроблена в 2015 році, містить стислі корисні відомості, здебільше агітаційного, ніж інформаційного вмісту. Даний рекламний продукт має оригінальне та яскраве оформлення (рис. 4). Слід відмітити тенденцію приближення до сучасності форми й вмісту останніх версій рекламних листівок спеціальності. Так листівка, перша версія якої з'явилась ще в 2012 році й яка модифікується до сього часу, має форму планшета, а її вміст поряд з корисною для ознайомлення інформацією, демонструє можливості графічного редагування фотографій та малюнків (рис. 4).



Рис. 4. Сучасна версія рекламного плакату та листівок спеціальності кафедри ІКПТ

Проведений аналіз засобів заочної профорієнтації виявив такі шляхи їхнього вдосконалення та розвитку:

- зменшення кількості нецікавої, хоча й корисної, концептуальної інформації, яка може являти інтерес лише для батьків майбутніх абітурієнтів;
- насичення профорієнтаційних матеріалів яскравою, рекламною інформацією;
- збільшення кількості графічних зображень та фотографій, що демонструють не тільки

навчальні досягнення студентів, але й різні сторінки їхнього студентського життя;

- приближення рекламної інформації до рівня сприйняття її учнями старших класів й збагачення її засобами привертання їхньої уваги.

На шляху подібних змін стоять й дистанційні засоби профорієнтаційної роботи, які, на відміну від розглянутих вище заочних засобів, не передбачають, навіть, мінімального контакту з абітурієнтами. Дистанційні, або комунікативні засоби, розвиток яких йде паралельно з впровадженням різноманітних технологій дистанційного навчання, набувають останнім часом неабиякого значення, завдяки їхнім грандіозним можливостям. Дійсно, сучасні школярі більшу частину вільного часу, на жаль, віддають спілкуванню з різноманітними електронними пристроями: мобільними телефонами, планшетами, ноутбуками, персональними комп'ютерами тощо. Електронна інформація, яку вони переглядають, має різноманітний характер. У тому числі, це й корисна довідкова інформація про особливості навчання у деякому навчальному закладі. Вона може бути яскраво представлена у текстовому або мультимедійному вигляді, у формі електронних презентацій.

Наведений вище приклад профорієнтаційної презентації (рис. 3) розроблено з метою його демонстрації учням під час спілкування (наприклад, в День відкритих дверей) й потребує додаткових роз'яснень та голосового супроводження. Разом з тим спостерігається тенденція до створення й розповсюдження самодостатніх презентацій, перегляд яких був би корисним майбутнім абітурієнтам й не вимагав би явної присутності педагога-доповідача. Такі презентації розміщуються на спеціальних серверах, відеохостингах, наприклад YouTube[7], й пропонуються всім бажаним для вільного перегляду.

Перша така презентація комп'ютерної спеціальності академії була опублікована на відеохостингу YouTube у 2015 році за посиланням https://www.youtube.com/watch?v=rDBkW_sG-EM й набрала на сьогоднішній день трохи більше 100 переглядів, що пояснюється як її вмістом, так й відсутністю рекламних заходів щодо її розповсюдження. Її основу складає концептуальний матеріал, збагачений малюнками та фотографіями.

Наступна версія рекламної презентації спеціальності вийшла у 2016 році за посиланням <https://www.youtube.com/watch?v=25K0DfFnSe4> й має вже близько 400 переглядів. Презентація була розроблена випускником спеціальності й відображує студентських погляд на навчання. Структура її спадкує попередню. Але на зміну концептуальній інформації прийшли стислі коментарі до цікавих фотографій подій студентського життя.

Постановка завдань дослідження. Результати наведеного вище аналізу методів й засобів подання рекламної профорієнтаційної інформації дозволяють дійти таких висновків:

- засоби подання рекламної інформації постійно розвиваються й вдосконалюються на шляху приближення до світогляду й рівня мислення майбутнього абітурієнта;
- стрімко зростає рівень наочності таких засобів;
- прогресують тенденції щодо дистанційних методів подання рекламної профорієнтаційної інформації засобами сучасних мережових комунікацій.

Виходячи з вищевказаного, в ході виконання даної наукової роботи було поставлено таке завдання: на основі знань про форми й методи профорієнтаційної роботи, про концепцію й умови підготовки студентів спеціальності «Професійна освіта. Комп'ютерні технології», про можливості організатора презентацій MS PowerPoint [8] й засоби дистанційного подання інформації розробити й розповсюдити оригінальну рекламну презентацію даної спеціальності, яка привернула би неабияку увагу потенційних абітурієнтів.

Для вирішення поставленого загального завдання необхідно розв'язати такі часткові завдання:

1. Проаналізувати наявні засоби подання рекламної профорієнтаційної інформації взагалі й інформації щодо навчання студентів на спеціальності, що досліджується.
2. Проаналізувати наявний рекламний матеріал.
3. Створити (зробити фотографії), відібрати й систематизувати графічний матеріал щодо навчання студентів на спеціальності «Професійна освіта. Комп'ютерні технології».

4. Закласти структурований графічний матеріал в електронну презентацію.
5. Скласти оригінальне текстове супроводження до наявного графічного матеріалу й додати його до презентації.
6. Апробувати розроблену рекламну презентацію під час Дня відкритих дверей та зробити необхідні корективи щодо її структури, наповнення й оформлення, виходячи з реакції майбутніх абітурієнтів під час її перегляду.
7. Розповсюдити розроблену рекламну презентацію за допомогою відеохостингу YouTube.

Виклад основного матеріалу дослідження. У попередніх розділах було проаналізовано наявні засоби подання рекламної профорієнтаційної інформації взагалі й інформації щодо навчання студентів на спеціальності «Професійна освіта. Комп'ютерні технології», виконано класифікацію наявних методів профорієнтаційної роботи та розподілене їх на три значні групи: очні, заочні та дистанційні, проаналізовано наявний рекламний матеріал з профорієнтаційної роботи на спеціальності «Професійна освіта. Комп'ютерні технології» й визначено хронологію його розвитку, виявлено й обґрунтовано основні напрями розвитку рекламних матеріалів, зроблено висновок, що сучасні тенденції розроблення профорієнтаційних матеріалів спрямовані на посилення їхньої наочності, насичення їх яскравою, рекламною інформацією, наближення до рівня сприйняття її учнями старших класів й збагачення засобами привертання їхньої уваги.

Наступним етапом дослідження було створення оригінальної рекламної презентації, як реалізації одного зі шляхів вдосконалення дистанційних методів профорієнтаційної роботи. Завдання розроблення авторської рекламної on-line презентації було розподілене на 3 часткових, а саме:

- розроблення (створення, відбір, структурування) необхідного для презентації графічного матеріалу;
- проектування презентації на основі розробленого графічного матеріалу;
- складання текстового супроводження й додавання його до презентації.

Першим етапом розроблення графічного матеріалу було складання плану презентації з таких тематичних розділів:

1. Місце розташування академії (як нас знайти й увійти до корпусу).
2. Інформація про кафедру, яка проводить підготовку студентів комп'ютерної спеціальності (місцезнаходження, склад викладачів, організація роботи).
3. Матеріальна база, стисла інформація про аудиторний й комп'ютерний фонди.
4. Особливості навчального процесу.
5. Організація дозвілля студентів (розважальні заходи, їдальня, робота кураторів тощо).
6. Висновки (результати навчання, побажання).

Відповідно до плану біло зроблено нові або відібрано з наявних фотографії і графічні зображення. Деякі з них наведено на рисунках 5-10.



Рис. 5. Місцезнаходження академії



Рис. 6. Інформація про кафедру



Рис. 7. Матеріальна база



Рис. 8. Навчальний процес



Рис. 9. Студентське дозвілля



Рис. 10. Результати навчання

Всі отримані фотографії було оброблено й підготовлено до включення у презентацію.

Відповідно до плану викладення інформації у рекламній презентації, наведеного, у попередньому підрозділі, було розроблено слайди з графічним матеріалом. Всього у презентацію включено 34 слайди. Розподіл слайдів за тематичними розділами такий:

- місцезнаходження академії – слайди 1-11;
- інформація про кафедру – слайди 12-16;
- матеріальний фонд – слайди 17-19;
- навчальний процес – слайди 20-22.
- студентське дозвілля – слайди 23-29.
- висновки – слайди 30-33.

Текстове супроводження слайдів наявних в Internet рекламних презентацій варіюється від значної за обсягом інформації про концептуальні положення навчання на спеціальності до стислих коментарів представлених графічних зображень. Обидва види пояснень мають сенс, так як призначені різним віковим аудиторіям й виконують різні функції.

Проте такі види текстового супроводження, здебільше, однотипні й не визивають підвищеного інтересу учнів старших класів, які є їхньою цільовою аудиторією. З метою привертання уваги було прийнято рішення розробити нестандартне тестове оформлення рекламної презентації спеціальності.

В основу розробленого текстового супроводження покладено відомий вірш О.С. Пушкіна «Край лукомор'я дуб зелений», змінений, відповідно до цілей та плану презентації. Змінений вірш є оригінальною розробкою автора й має такий зміст:

*Вверх от Универмага
Или по площади и вниз
Не дуб с котом и цепью крепкой,
Там УИПА – вот так сюрприз!
Пойдешь направо – проходная,
Налево - там спортивный зал
Здесь чудеса, wi-fi здесь ловит,
(Об этом нам декан сказал)
Там во дворе 4й корпус,
Ступенек тридцать пробежав
Студенты ходят там толпою
Конспекты бережно обняв.
Вот кабинет 212
Там кафедра ИКПТ
Гордеев, Громов, Бондаренко,
Яцун, Сажко ну и т.д.
Живут на кафедре все дружно
Студентов сообщца растят
Инженеров и педагогов
Своим талантом удивят
Аудитории как в сказке –
Интерактивная доска,
Компьютеры там загляденье.
Погибла лень там и тоска.
Студенты над программой чахнут.
Тут знаний дух, учебой пахнет.
А КВН их развлечет,
Черлидинг ритмом увлечет,
По сцене тут модели ходят,
Танцоры хороводы водят.
Студенты дружною гурьбой
Идут в буфет, само собой.
А 30 витязей прекрасных
Идут с куратором в поход.
Вот так, в труде и развлечениях
Проходит весь учебный год.
И кто учится здесь собрался
На кафедре себя найдет.
И обязательно с дипломом,
а может и с двумя уйдет.
Мы кафедре родной желаем
учить, расти и процветать.
Пусть будет каждый новый выпуск
благое дело продолжать!*

Відповідно до вище наведеного плану викладу рекламного профорієнтаційного матеріалу, вірш було розподілене за слайдами презентації.

Розроблену презентацію можна переглянути за посиланнями
<https://www.youtube.com/watch?v=ngoq7BDYtvk>
<https://www.youtube.com/watch?v=h5sTe0sTID8&t=2s>.

Висновки. Профорієнтаційна робота – один з важливих видів діяльності сучасного навчального закладу. Форми й методи її різняться в залежності від поставлених цілей та можливостей виконавців. В ході проведеного аналізу методи профорієнтаційної роботи було розділено на очні, заочні та дистанційні. Кожен з позначених видів відрізняється особливостями роботи з потенційними абітурієнтами та трудомісткістю. Дане дослідження присвячено пошуку шляхів вдосконалення дистанційних методів роботи, що полягають, найчастіше, в широкому розповсюдженні засобами глобальної мережі Internet рекламних презентацій того або іншого навчального закладу. Аналіз наявних рекламних презентацій показав, що вони різняться як текстовим наповненням (від викладу концептуальних положень навчання до стислих коментарів), так й графічним супроводженням (від схематичних малюнків, тематичних зображень до фотографій реалій навчального процесу). В ході дослідження в результаті пошуку шляхів вдосконалення вмісту таких презентацій було розроблено оригінальну профорієнтаційну презентацію комп'ютерної спеціальності академії у формі відео-ролика. У ролик презентується академія та випускаюча кафедра, викладачі кафедри, обладнання, що використовується під час занять, події зі студентського життя під час навчання та відпочинку, результати навчання на спеціальності. Кожен слайд містить фонову тематичну фотографію. Головною особливістю ролика стало текстове супроводження, яке побудоване у формі авторського вірша за мотивами відомого твору О.С. Пушкіна «Край лукомор'я дуб зелений». Розроблена рекламна презентація впроваджена в процес агітаційної роботи під час Днів відкритих дверей та виїзних профагітаційних заходів. Розміщений на відеохостингу YouTube ролик за декількома посиланнями набрав загалом більше 600 переглядів.

Перспективи подальших досліджень. До перспектив даної розробки можна віднести модернізацію її лінійної структури з метою розроблення розгалуженої послідовності перегляду інформації. При цьому слід додати інформацію про інші напрями підготовки в академії. В цьому разі майбутній студент може переглянути комплексну інформацію про даний навчальний заклад й обрати ту зі спеціальностей, що більш підходить його прагненням.

Список використаних джерел

1. Сухинина Д. Р. Компьютерные презентации PowerPoint [Электронный ресурс] : материалы урока / Д. Р. Сухина. – Режим доступа : <http://xn--i1abbnckbmcl9fb.xn--p1ai/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8/585570/>. – Загл. с экрана.
2. Дунець Л. М. Профорієнтаційна робота – психологічна технологія підбору професійно спрямованих абітурієнтів / Л. М. Дунець // Актуальні проблеми психології : зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України : у 12-ти т. Т. І.: Організаційна психологія. *Економічна психологія. Соціальна психологія*. Ч. 6. – Київ : Ін-т психології ім. Г. С. Костюка НАПН України, 2002. – С. 264-269.
3. Федоришин Є. О. Система профінформаційної роботи із старшокласниками / Є. О. Федоришин, С. Я. Карпиловська [та ін.]. – Київ : Рад. школа, 1988. – 178 с.
4. Порядок організації профорієнтаційної роботи в НПУ імені М. П. Драгоманова у 2014-2015 н. р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.npu.edu.ua/images/file/nmc/Norm_dok_NP.PDF. – Назва з екрану.
5. Система работы общеобразовательной школы по профессиональной ориентации учащихся / М. С. Гуткин, А. В. Янковская, Л. И. Смирнова, В. П. Кувшинов ; под общ. ред. М. С. Гуткина. – Гродно : ГрГУ, 2002. – 188 с.
6. Боровский А. Б. Система методов профессиональной ориентации : учеб.-метод. пособие. Кн. 1: Основы профессиональной ориентации / А. Б. Боровский, Г. М. Потапенко, Г. В. Щекин. – Киев : МЗУУП, 1993. – 164 с.

7. Как добавить видео. Справка - YouTube [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://support.google.com/youtube/answer/57407?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=ru>. – Загл. с экрана.

8. Кокс Дж. Microsoft PowerPoint 2013. Русская версия / Джойс Кокс, Джоан Ламберт. – ЭКОМПаблшерз, 2014. – 496 с.

References

1. Suhinina, DR 2017, *Kompjuternye prezentacii PowerPoint*, [Computer presentations PowerPoint], viewed 9 December 2017, <<http://xn--i1abbnckbmcl9fb.xn--p1ai/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8/585570/>>.

2. Dunets, LM 2002, 'Proforiientatsiina robota – psykholohichna tekhnolohiia pidboru profesiino spriamovanykh abiturientiv', [Professional orientation work is the psychological technology of the selection of professionally directed entrants], *Aktualni problemy psykholohii*, vol. 1 Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia. Sotsialna psykholohiia, part 6, Instytut psykholohii imeni H. S. Kostiuka Natsionalnoi akademii pedahohichnykh nauk Ukrainy, Kyiv, pp. 264-269.

3. Fedoryshyn, YeO, Karpylovska, SIa et al. 1988, *Systema profinformatsiinoi roboty iz starshoklasnykamy*, [System of professional information work with senior pupils], Radianska shkola, Kyiv.

4. Poriadok orhanizatsii proforiientatsiinoi roboty v NPU imeni M. P. Drahomanova u 2014-2015 n. r. [Procedure for the organization of vocational guidance work in the NP DragomanovNPUin 2014-2015] 2014, Kyiv, viewed 9 December 2017, <http://www.npu.edu.ua/images/file/nmc/Norm_dok_NPU.PDF>.

5. Gutkin, MS, Jankovskaja, AV, Smirnova, LI & Kuvshinov, VP 2002, *Sistema raboty obshheobrazovatelnoj shkoly po professionalnoj orientacii uchashhihsja*, [Thesystemofworkofthegeneralschoolforthevocationalguidanceofstudents], Grodnenskiy gosudarstvennyj universitet, Grodno.

6. Borovskij, AB, Potapenko, GM & Shhekin, GV 1993, *Sistema metodov professionalnoj orientacii, Kniga 1 Osnovy professionalnoj orientacii*, [System of methods of professional orientation. Fundamentals of vocational guidance: Teaching-methodical manual], MZUUP, Kiev.

7. 'Kak dobavit video' [How to add a video. Help – YouTube] n.d., *Cpravka – YouTube*, viewed 9 December 2017, <<https://support.google.com/youtube/answer/57407?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=ru>>.

8. Koks, Dzh & Lambert, Dzh 2014, *Microsoft PowerPoint 2013. Russkaja versija*, [Microsoft PowerPoint 2013.Russian version], JeKOMPablishez.

Стаття надійшла до редакції 15.12.2017р.