відповідальність, інновації, нарешті, лідерство в своїй галузі. Крім того, сьогодні важливою цінністю може бути технологічна перевага. Бренд ідеально зіграє свою роль, якщо ваші клієнти, партнери, співробітники будуть відгукуватися про вас так: «Маючи справу з цією компанією, ви завжди отримаєте те, що вам обіцяли».[3]

Список літератури: **1. Кевин Лейн Келлер.** Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом(Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity) — М.: «Вильямс», 2005. — С. 704. **2. Дэвид А.Аакер.** Создание сильных брендов(Building strong brands) — М.: Издательский дом «Гребенников», 2003, 2007 (переиздание). — С. 440. **3. Виктор Тамберг, Андрей Бадин.** Бренд: Боевая машина бизнеса — М.: «Олимп-бизнес», 2005. — С. 240.

Т.П. МЕДВЕДОВСЬКА, канд.пед.наук, заст. директора, доцент, Міжгалузевий інститут безперервної освіти Державного вищого навчального закладу «Національний гірничий університет»

ІННОВАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ

В сучасних умовах основним є розвиток освіти, науки і культури, розширення інтеграційних процесів у духовному житті людини і суспільства. Зараз перед системою вищої освіти України стоїть завдання формування фахівця, здатного успішно функціонувати в умовах постійних життєвих змін. Тобто, мова йде про людину з інноваційним типом мислення [1, 2].

Нові професійні стандарти і нормативи розглядають майбутнього фахівця в двох аспектах, перший з яких, характеризується професіоналізмом, реалізацією цілей, дотриманням загальноприйнятих у суспільстві норм, а другий – «готує» майбутнього студента-економіста до здійснення професійної діяльності, відповідальності за свої дії [1, 2]. Важливим аспектом у професійній підготовці студентів-економістів є формування комунікативної культури майбутнього фахівця, яка включає наступні складові: професійну підготовленість, психологічна підготовленість, організаторські здібності, педагогічні здібності. Для реалізації себе в майбутній професійній діяльності фахівець-економіст повинен володіти

знаннями як про національну, так і про корпоративну культури [4].

Сьогоденні підходи до теорії і практики економічної освіти помітно змінюються під впливом процесів глобалізації, інтеграції, комп'ютеризації, впровадження та використання мережі Інтернет, медіазасобів, дистанційного, особистісно-орієнтованого навчання та інноваційних інтерактивних та інформаційних технологій.

Під інноваціями в освіті розуміється процес удосконалення педагогічних технологій, сукупності методів, прийомів і засобів навчання. В сучасних умовах, все більше усвідомлюючи суперечності між соціальним запитом на якісну освіту і традиційними методами навчання, педагоги, вчені стали звертатися до пошуку нових освітніх технологій, побудованих на принципах особистісно оріетірованних підходів навчання.

Поширеним напрямом в області економічної освіті є застосування мультимедійних презентацій для подачі навчального матеріалу. Крім цього склалася система інтерактивних технологій, до яких відносяться: методика і технологія дистанційного навчання; кейс-метод; метод портфоліо; метод проектів; електронне тестування тощо.

Впровадження новітніх інформаційних і комунікаційних технологій вимагає поглибленого аналізу переваг та недоліків використання мультимедійних комплексів у навчальному процесі. Особливої актуальності набуває дослідження методичних можливостей, що відкриваються при використанні інформаційних технологій в економічній освіті. В даний час світова тенденція передбачає перехід процесу навчання на новий технологічний рівень з обов'язковим використанням інформаційних технологій. Необхідність їх використання, особливо у викладанні економічних дисциплін, диктується кількома обставинами: фундаментальні цивілізаційні зміни переходу до нової стратегії розвитку суспільства на основі знань і перспективних високоефективних технологій; формування вимог нової моделі вищої освіти (поєднання загальноосвітньої підготовки з можливістю вивчення дисциплін на основі інноваційних технологій навчання) [3].

Узагальнюючи досвід розробки комп'ютерних освітніх технологій, можна сказати, що досить високу педагогічну ефективність мають ті, які забезпечують: діалоговий режим в

процесі рішень різних пізнавальних завдань; моделювання даних; видачу індивідуальних завдань. Це дозволяє сформулювати приблизний перелік дидактичних вимог до сучасних технологій навчання. Вони повинні забезпечувати кожному студенту можливість навчатися за оптимальною, індивідуальною програмою, враховуючи в повній мірі його пізнавальні здібності, мотиви, схильності; оптимізувати зміст навчальної дисципліни; оптимізувати співвідношення теоретичної та практичної підготовки майбутніх фахівців. Інформаційні технології є додатковим способом освіти в галузі викладання економічних дисциплін, оскільки вони підвищують якість навчання, а також скорочує час вивчення дисципліни [3].

Економічні дисципліни, як стратегічний менеджмент, інноваційний менеджмент, управлінням витратами, бухгалтерський облік, економіка підприємства, організація і планування виробництва та інші нерозривно пов'язані з таким поняттям як освітня ефективність, для оцінки якої використовують інноваційні освітні технології, крім традиційних методів.

Таким чином, роль інноваційних інтерактивних та інформаційних технологій стрімко підвищується у всіх сферах суспільної життєдіяльності. Тому виникає потреба в збільшенні найбільш передових і ефективних програмно-технологічних освітніх рішень, особливо в економічній освіті вищих навчальних закладів.

Список літератури: **1. Кларин М.В.** Инновации в мировой педагогике: обучение на основе исследования / М.В. Кларин. – Рига: Эксперимент, 1995. – 176 с. **2. Кремень В.Г.** Образование и наука в Украине - инновационные аспекты. Стратегия. Реализация. Результаты / В.Г. Кремень – К.: Грамота, 2005. – 448 с. **3. Полат Е.С.** Новые педагогические и информационные технологии в системе образования: Учебное пособие / Е.С. Полат, М.Ю. Бухаркина [и др.] – М.: Издательский центр «Академия, 2005. – 219 с. **4. Чайка Г.Л.** Культура делового общения менеджера: Учебное пособие / Г.Л. Чайка – М.:, 2005. – 442 с.

О.М. СОЛОВЕЙ, студент, м. Луцьк, ЛНТУ

БЕНЧМАРКІНГ ЯК МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Зростання конкуренції примушує підприємства різних галузей до пошуку нових інструментів і методів підвищення