

б) проведення вебінарів, онлайн-семінарів та веб-квестів з залученням до цього виду роботи студентів з інших навчальних закладів, зокрема, зарубіжних. Учасникам цих форм роботи дається можливість голосових повідомлень, а також задавання питань онлайн і через чат. Такі Інтернет-технології відкривають нові цікаві можливості для навчання і ділового віртуального спілкування.

Висновки. Таким чином, на основі теоретичного дослідження проблеми можна зробити наступні висновки:

1. дистанційна форма навчання сприяє розвитку професійних компетенцій, але за наявності високого рівня розвитку навчальної мотивації;
2. позитивна навчальна мотивація виникає у ході виконання студентами активної навчальної діяльності;
3. впровадження в освіту технологій дистанційного навчання розширить збільшить можливості комунікації студентів і викладачів, а отже, сприятиме зростанню мотивації здобувачів вищої освіти до навчання, оптимізує процес навчання, посилить їх творчу самореалізацію.

ЛИТЕРАТУРА

1. Наказ міністерства освіти і науки України № 466 від 25.04.2013 «Про затвердження Положення про дистанційне навчання» – [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0703-13>
2. Маркова А. К. Проблема формирования мотивации учебной деятельности / А.К. Маркова // Советская педагогика. – 1979. – № 11. – С. 63-71.
3. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2002. – 512 с.

УДК 378.147.88 : 004

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНКУРСА GOOGLE ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ

А.Г. Дубинский¹

¹кандидат технических наук, доцент кафедры медико-биологической физики и информатики, Государственное учреждение «Днепропетровская медицинская академия МОЗ Украины», г. Днепропетровск, Украина, e-mail: dubinsky@ukr.net

Аннотация. Корпорация Google с 2008 года проводит международные соревнования для студентов Google Online Marketing Challenge. Студенческие команды создают рекламные кампании в Google Adwords для привлечения посетителей на выбранный сайт. В ходе выполнения заданий конкурса студенты получают практические навыки в сфере интернет-маркетинга. Организация командной работы позволяет получить опыт проектной работы в группе. Участие в конкурсе помогает хорошо мотивированным студентам расширить свой кругозор и лучше подготовиться к реальной работе после окончания

вуза. Подобные соревнования позволяют добавить в процесс обучения реальные практические кейсы, а также помогают укреплять связи высшего образования с бизнесом. Внедрение таких конкурсов в процесс обучения полезно для модернизации системы высшего образования.

Ключевые слова: *Google Online Marketing Challenge, конкурс, Google Adwords, интернет-маркетинг, самостоятельная работа студента, информационные технологии.*

THE POSSIBILITIES OF USING THE GOOGLE ONLINE MARKETING CHALLENGE FOR HIGHER EDUCATION

Alexey Dubinsky¹

¹Ph.D., Associate Professor of Department of Medical-biological Physics and Informatics, State Establishment "Dnipropetrovsk Medical Academy", Dnepropetrovsk, Ukraine, e-mail: dubinsky@ukr.net

Abstract. The Google Inc. from 2008 provides the Google Online Marketing Challenge - worldwide student competition. Student teams create the advertising campaigns in Google Adwords for attract visitors to the selected site. In the weeks of Challenge, students acquire the practical skills in the field of internet marketing. The team work allows gaining experience of project work in the group. The contest participants can to broaden their horizons and to better prepare for the real work after graduation. Such competitions allow adding the real practical cases to the education process. And also help to connect the higher education institutions to the business companies. Implementation of such competitions in the teaching process is useful for the modernization of the higher education system.

Keywords: *Google Online Marketing Challenge, Google Adwords, internet marketing, independent work of student, information technologies.*

Введение. Восьмой год подряд корпорация Google проводит международный конкурс Google Online Marketing Challenge [1]. Более ста тысяч студентов из ста стран мира принимали в нем участие. В 2016 году студенты вузов Украины вновь получили право участвовать в этом конкурсе.

Студенческие команды могут включать от трех до шести человек. Все они должны быть студентами. В команде могут быть студенты разных вузов. Личность капитана студенческой команды подтверждает преподаватель. Преподаватель должен заранее пройти регистрацию на сайте конкурса и предоставить доказательства, что он работает в этом вузе. Количество команд-участников у преподавателя ограничено.

Цель работы – проинформировать студентов и преподавателей о конкурсе компании Google; разъяснить какую пользу от участия в конкурсе получает каждая из вовлеченных сторон; показать, как участие в конкурсе может быть включено в учебный процесс.

Основная часть. Главная часть конкурса состоит в создании маркетинговых кампаний в интернет с помощью Google AdWords и Google+. Основными стейкхолдерами (заинтересованными сторонами) являются: студенты – члены команд, представители бизнеса – сотрудники продвигаемых сайтов, преподаватели, курирующие работу команд и сама корпорация Google (точнее подразделение Google AdWords).

Со стороны бизнеса в проекте принимают участия лица, ответственные за онлайн-маркетинг и привлечение посетителей на сайт. Это может быть сотрудник отдела маркетинга или специалист по интернет-продажам. В малом бизнесе часто нужно общаться непосредственно с предпринимателем-собственником. Бизнес получает возможность проверить действенность инструментов Google AdWords и оценить эффективность их использования для привлечения новых клиентов. Разрешено участие и для некоммерческих организаций.

При этом не нужно вкладывать средства в настройку рекламной кампании и оплачивать ее проведение. Расходуется только время выделенного сотрудника на общение со студентами – участниками конкурса. При хорошей работе студентов, представители бизнеса дают позитивные отзывы и пересматривают свою стратегию продвижения в сети.

Студенты получают знания основ интернет-маркетинга, в первую очередь о методах продвижения сайтов с помощью контекстной рекламы, учатся создавать и настраивать рекламные кампании Google AdWords. Полученные навыки могут стать первым шагом для приобретения квалификации интернет-маркетолога, специалиста по контекстной рекламе. Заинтересованные студенты могут сделать этой своей дополнительной профессией для работы в частном порядке (фриланс, неполная занятостью) во время продолжения обучения по своей основной специальности.

Студенты обычно удовлетворены своим участием в конкурсе. Воодушевление вызывает работа в реальном, а не в учебном проекте – с реальными деньгами для потребностей реальных бизнес-клиентов [2]. По результатам опроса, наиболее удобны команды из четырех участников.

Корпорация Google ежегодно получает множество новых клиентов – владельцев сайтов, которые убедились в эффективности использования контекстной рекламы. Несколько тысяч новых студентов осваивают технологии Google AdWords и становятся активными сторонниками, пропагандируя их использование. Также в целом в академической среде формируется доброжелательное отношение к компании, предоставляющей интересную возможность для выхода за рамки традиционного обучения.

Преподаватели получают возможность показать своим студентам реальные задачи, возникающие при использовании современных интернет-

технологий для решения задач маркетинга и рекламы. Участие в конкурсе может быть предложено как один из вариантов выполнения традиционной внеаудиторной самостоятельной работы студентов [3] в рамках курсов, которые связаны с изучением информационных технологий или экономики и маркетинга.

Поскольку компания Google не ставит ограничений на специальность студентов и курс обучения, в соревнованиях могут участвовать студенты любых специальностей, для которых предметы информатики или управления и экономики не являются профилирующими.

Для вуза в целом конкурс помогают продемонстрировать высокий уровень обучения и дают возможность упрочить связи высшего образования с бизнесом. Преподаватель также укрепляет свои контакты в бизнес-среде, поскольку обычно именно преподаватель занимается поиском заинтересованных бизнес-участников.

Процедура проведения конкурса достаточно хорошо отработана. Установлены временные рамки для регистрации преподавателей вузов и студентов – капитанов и членов команд. Определены форматы документов – отчетов о запланированной и проделанной работе.

Студенческая команда начинает с подготовки стратегии продвижения сайта-клиента. Описание стратегии сохраняет в предварительном отчете. После проведения кампании команда обрабатывает результаты и готовит второй, финальный отчет. В документации конкурса указаны формальные и содержательные требования к представленным отчетам. Дан список обязательных сведений, которые должны быть освещены в отчете и указаны баллы, присуждаемые за все компоненты отчетов. Отчет может быть представлен на любом из 16 языков, в том числе на русском.

На основе оценки успеха проведенной рекламной кампании и качества представленных отчетов выбираются региональные и глобальные победители конкурса. Отчеты победителей прошлых лет доступны участникам следующих соревнований.

Для эффективной работы необходимо правильно организовать взаимодействие студентов в команде. Это особенно важно, когда студенты обучаются в разных группах на разных факультетах. В этом случае необходимо наладить интернет-общение с помощью общего чата.

В 2016 году от Днепропетровской медицинской академии в конкурсе участвуют три команды. Одна из них включает студентов старших курсов, которые уже принимали участие в конкурсе несколько лет назад. Результаты соревнования будут известны летом.

Выводы. Участие во всемирном конкурсе Google Online Marketing Challenge – это хороший способ привнести в программу обучения реальные

кейсы в области применения современных интернет-технологий для решения практических бизнес-задач. Все заинтересованные вовлеченные стороны (студенты, преподаватель и вуз, владельцы продвигаемых сайтов) получают свою пользу от этого конкурса. Принимать участие в конкурсе будет полезно всем вузам, студенты которых изучают информационные технологии и/или экономику и маркетинг. Рекомендую преподавателям и студентам в следующем учебном году присоединиться к соревнованию.

Примеру корпорации Google стоит следовать всем глобальным компаниям, ориентированным на массовый рынок. Будет крайне полезно найти/организовать другие подобные конкурсы, в которых не требуются глубокие знания от участников, где обладающие только базовым уровнем компетенции студенты смогут принимать участие и овладевать новыми умениями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Miko J. The Google Online Marketing Challenge: Real Clients, Real Money, Real Ads and Authentic Learning //Information Systems Education Journal.–2014.–Vol.12.–№.6.–p.45.
2. Дубинский А. Г. Способы организации самостоятельной работы студентов при изучении информационных технологий / А. Г. Дубинский, С. Н. Стадниченко // Вісн. Луган. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Пед. науки. - 2012. - № 15, ч. 3. - С. 5-11.
3. Lang G., Ceccucci W. Working with Real Companies, Making a Real Impact: Student Perspectives on the Google Online Marketing Challenge //Information Systems Education Journal. – 2014. – Vol. 12. – №. 3. – p. 18.

УДК 004.92:372.862

ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТУ HTML5 CANVAS ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ЛАБОРАТОРНИХ РОБІТ З КОМП'ЮТЕРНОЇ ГРАФІКИ

Г.М. Кодола¹, Н.С. Волинець²

¹викладач кафедри інформаційних систем, Державний вищий навчальний заклад «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпропетровськ, e-mail: gkodola@gmail.com

²викладач кафедри інформаційних систем, Державний вищий навчальний заклад «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпропетровськ, e-mail: nm80@mail.ru

Анотація. В роботі викладений досвід проведення лабораторних робіт з курсу «Комп'ютерна графіка» з використанням елементу HTML5 Canvas. Обґрунтовано доцільність використання саме цієї технології. Були показані основні переваги для використання в учбових цілях.

Ключові слова: комп'ютерна графіка, лабораторні роботи, HTML5, CANVAS.

