

- 10.Абрамович Д. Л. Інформаційне забезпечення муніципального управління. – Сиктивкар:КРАГСиУ, 2007. – з. 134.
- 11.Чубенко Л.М. Аналіз підходів до побудови інформаційного забезпечення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://khnu.km.ua/root/kaf/ksm/Chubenko.doc>. – Назва з екрана.
- 12.Ліпінська А. В. Інформаційні ресурси в документознавстві: навч. посіб. для дистанційного навчання / А. В. Ліпінська. – К. : Університет «Україна», 2007. – 330 с.

#### **Анотація**

У статті розглянуто сучасний стан інформаційного забезпечення діяльності органів місцевого самоврядування в Україні. Визначено причину, яка впливає на зниження розповсюдженню інформації органами місцевого самоврядування. Запропоновані шляхи вдосконалення інформаційного забезпечення діяльності рад та їх виконавчих органів.

**Ключові слова:** місцеве самоврядування, інформаційне забезпечення, інформація.

#### **Abstract**

The article is dedicated to the research of the modern state of local self-government informational support in Ukraine. Reasons, influencing on the decline of the receipt distribution of information by the local self-government organs are determined. The ways of perfection of informational support of the local self-government organs activity are offered.

**Key words:** local self-management, a supply with information, information.

**УДК 378+561**

**Т. В. Фомицька-Якубенко**  
(м. Харків)

### **ПРЕЗЕНТАЦІЯ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВНЗ ТА ВИПУСКОВОЇ КАФЕДРИ ПРИ РОБОТІ З АБІТУРІЄНТАМИ**

Підвищення ролі інформації в сучасному суспільстві, спосіб подавання інформації впливає на результати роботи, швидкість й оперативність прийняття управлінських рішень, їх реалізації, а відтак – конкурентоспроможність підприємства, установи, закладу чи продукції, що випускається.

Особливостям інформаційної діяльності організації, підприємств, установ присвячено чимало досліджень як зарубіжних науковців (Деніел О'Лірі, Мартін П. та ін.), так і вітчизняних, серед яких можна зазначити роботи Г. В. Альохіної, М. С. Гаспаріана та Г. Н. Лихачової тощо.

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується складністю й суперечливістю. З одного боку, маємо високу динаміку використання результатів інформаційно-комунікаційної революції, з іншого боку – наростання кризи в

багатьох областях людської діяльності. Не є виняткова освітня сфера, зокрема, система вищої школи України. У вищих навчальних закладах все більшого поширення набувають інформаційні технології, які застосовують не тільки в навчальному процесі, але й для інтелектуалізації інших видів діяльності освітнього закладу, у тому числі й профорієнтаційної роботи.

На етапі професійного орієнтування до роботи залучено як загальні служби вищого навчального закладу, які прямо чи опосередковано беруть участь у проведенні відповідних заходів, так і факультети та випускові кафедри. У такій ситуації особливої актуальності набуває підвищення ефективності професійно-орієнтаційної роботи.

З огляду на означену актуальність визначимо об'єкт даного дослідження – інформування й використання презентацій у професійно-орієнтаційній діяльності ВНЗ.

Предмет дослідження – інформаційне забезпечення професійно-орієнтаційної діяльності ВНЗ в цілому й випускової кафедри як структурного підрозділу ВНЗ.

Мета роботи полягає у дослідженні специфіки інформаційного забезпечення профорієнтаційної роботи ВНЗ та його структурних підрозділів на прикладі випускової кафедри.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення ряду завдань:

— з'ясувати поняття, законодавчу бази та форми інформаційного забезпечення професійної орієнтації;

— розглянути презентацію як складову інформаційно-документаційного забезпечення;

— визначити роль презентації в професійно-орієнтаційній діяльності кафедри.

Методи: дане дослідження проводилось із застосуванням методів дедукції, індукції, аналізу та синтезу.

Практичне значення: у даній роботі розглянуто інформацію та документацію, пов'язані з професійно-орієнтаційною діяльністю структурного підрозділу ВНЗ. Результати дослідження можуть бути використані під час проведення професійно-орієнтаційних заходів як окремої кафедри, так і інших підрозділів чи організацій, установ, що займаються професійною орієнтацією.

В Україні 1994 р. було прийнято Концепцію державної професійної орієнтації населення (далі – Концепція), на основі якої розроблено відповідну нормативно-правову базу. Реалізації Концепції має сприяти Положення про організацію професійної орієнтації населення, Положення про професійну орієнтацію молоді, яка навчається (дане Положення розроблено для системи Міністерства освіти).

Якщо говорити про профорієнтаційну роботу у ВНЗ, то вона триває цілий рік і включає в себе оцінку результативності профорієнтаційних заходів (за підсумками останньої вступної кампанії), моніторинг соціального середовища, ринку праці, контингенту та кількості абітурієнтів, планування профорієнтаційних заходів та прийняття управлінських рішень щодо форм, методів їх проведення тощо. Таким чином, можна стверджувати, що в рамках вищої школи цей напрям діяльності є явищем постійним, а тому потребує відповідного інформаційного забезпечення.

Під професійною орієнтацією розуміють процес систематичної професійної допомоги людині шляхом застосування психолого-педагогічних прийомів щодо формування позитивної самооцінки та позитивного сприйняття навколишнього

середовища, підвищення інтелектуальної, професійної та особистісної віддачі [8, с. 6]. Метою професійної орієнтації є допомога особі у виборі професії або виду діяльності, які особа вважає найбільш прийнятними з точки зору задоволення власних потреб і потреб суспільства.

У структурі професіональної орієнтації виділяють такі компоненти, як профінформування (професійна просвіта), профконсультація та профвідбір.

«Профорієнтаційне інформування полягає в ознайомленні людей з наявними можливостями реалізації професійної діяльності. Для одних ця інформація є основою професійного самовизначення, вибору професії, усвідомлення необхідного обсягу знань та відповідної професійної підготовки; для інших — можливістю працевлаштування на вільні робочі місця або необхідності переміни професії. Завдяки професійній інформації у людини формуються уявлення про існуючі в регіоні виробництва і наявні робочі місця, ринок професій, зміст праці по окремих професіях, вимоги до спеціальних знань, умінь, навичок, фізіологічних та психологічних характеристик працівника, можливості кваліфікаційного росту, умови і режими праці тощо» [9].

З огляду на особливість діяльності ВНЗ в рамках профорієнтаційної роботи найчастіше зосереджують увагу на профінформуванні. Такий підхід обумовлений принципом доцільності, оскільки вищий навчальний заклад не зобов'язаний проводити заходи з профдіагностування, але зацікавлений в залученні якомога більшої кількості абітурієнтів – майбутніх студентів – до своїх лав. Під час інформування про професії можна використовувати засоби роботи з групами чи цілими колективами, що дає максимальне охоплення можливих споживачів освітніх послуг, тоді як профконсультація та профвідбір передбачають більше індивідуальних форм роботи й набувають ваги вже після зацікавлення людей певною професією чи напрямом діяльності.

Важлива роль презентації як одного зі способів подавання інформації стає очевидною саме на етапі профінформування.

На особливій ролі презентації як виду комунікації наголошує Мітрощенко О. А. [14]. Наявність великої кількості матеріалу прикладного й науково-популярного характеру, присвяченого проблемам презентацій, їх підготовки й проведення також свідчить про актуальність даної теми, зокрема це роботи Ребрика С. Б. [16], Слізаветіної Т. М. [7], Карміна Галло, Малькольма Кушнера тощо.

Під презентацією можуть розуміти перше офіційне уявлення зацікавленої аудиторії про щось [3, с. 10], суспільне представлення чого-небудь нового [4, с. 15] тощо. У даній роботі ми розглядаємо презентацію як продукт інформаційної діяльності, який може бути як підготовленим виступом з метою донести до аудиторії необхідну інформацію та спрямувати слухачів до визначених дій [12, с. 7], так і рекламним чи інформаційним інструментом, що дозволяє користувачеві активно взаємодіяти з аудиторією [17, с. 8].

Сьогодні інформаційні технології дозволяють створювати презентації з використанням аудіо та відео вставок, робити презентації динамічними та інтерактивними, використовувати в них гіпертекстові посилання.

Мета презентації зумовлює її форму, зміст і стиль, а також рівень взаємодії аудиторії з презентатором. Цілі презентації можуть бути об'єднані у такі групи:

мотивування або розвага, інформування або аналіз, переконування або запрошення до співпраці [5, с. 22-23]. Відповідно до мети презентації прийнято виділяти такі види, як презентація організації (установи), презентація товарів (у т.ч. послуг), презентація проекту, презентація обсягу й змісту виконаних робіт (звіт), презентація плану майбутніх робіт [6, с. 22]. За способом подавання інформації розрізняють презентації зі сценарієм (паралельно з демонстрацією слайдів іде коментар ведучого); інтерактивні презентації, у яких відбувається діалог користувача з презентацією із можливістю гнучкого вибору сценарію (наприклад, навчальна програма, де вибір того чи іншого матеріалу визначається рівнем підготовки користувача), автоматичні презентації з чітким порядком слайдів, що змінюються через певний інтервал часу. Також виділяють друковані та електронні презентації, бізнес-презентації.

Крім підготовки тексту виступу для донесення до публіки своїх ідей, потрібен роздавальний матеріал. Роздавальний матеріал – це те, що презентатор роздає слухачам перед, під час або після закінчення виступу. У залежності від цілі виступу і направленості презентації роздавальний матеріал може бути різного типу. Це можуть бути рекламні буклети, подарунки, сувеніри. Щось, що зручно покласти в кишеню або кейс потенційному покупцеві, партнеру, щоб розглянути на дозвіллі.

Роздавальні матеріали мають бути індивідуальні, розповідати саме про дану компанію, мати індивідуальні риси цієї компанії, тільки тоді в ньому є сенс [10].

Підготувати роздаткові матеріали можна за допомогою різних програм, у тому числі на основі презентацій MS PowerPoint, графічного редактора MS Word тощо.

Також при підготовці презентації слід продумати, які наочні матеріали можна використати під час її проведення. Текстові наочні матеріали допомагають слухачеві слідкувати за ходом презентації та сприяють запам'ятовуванню. Графічні – ілюструють ключові моменти, створюють образи, які залишають у аудиторії глибоке враження від презентації та забезпечують її запам'ятовування. До графічних відносяться графіки, діаграми, схеми, малюнки.

З огляду на особливість професійно-орієнтаційної роботи, яку проводить ВНЗ та його підрозділи, можна говорити про певну специфіку в підготовці та проведенні презентацій.

Основний масив інформації на етапі професійного інформування пов'язаний із набором студентів на спеціальність. Створюються нові контракти з профільними навчальними закладами нижчого рівня акредитації на подальшу підготовку студентів, обходячи початкові курси, контракти зі школами, які курирує кафедра з набору студентів, проводяться семінари для викладачів профільних навчальних закладів. Також проводиться наукова робота: конференції, видання збірників наукових робіт.

У даному випадку презентації можна використовувати при проведенні агітаційних заходів з набору студентів. Якщо це відбувається у приміщенні, бажано використовувати комп'ютерні презентації (за наявності в приміщенні комп'ютера). Доцільно розділяти презентації для студентів та для батьків. Якщо цільова аудиторія складається зі студентів, то в цій презентації краще показати слайди або відео з кадрами виступу команди Клубу веселих і кмітливих (КВК), зі свят посвячення в студенти, видачі дипломів, розповіді про традиції з демонструванням фотографій. Для батьків більш важлива інформація про організацію виховної роботи, умов

проживання в гуртожитку, оснащеність аудиторій, оплату, можливості працевлаштування, середній рівень зарплати за спеціальністю. При змішаній аудиторії, для викладачів та керівників навчальних закладів, котрих агітують співпрацювати з університетом, доцільно показати перспективи співпраці: підвищення авторитету закладу за рахунок можливості навчання випускників в даному ВНЗ, семінари та конференції для співробітників. Якщо навчання за фахом відбувається переважно на контрактній основі, роль якісної реклами особливо підвищується.

Найбільш ефективно буде працювати та презентація, після якої:

1. Залишаються яскраві враження. Це забезпечується яскравим наочним матеріалом.

2. Залишаються роздавальні матеріали.

Отже, специфіка професійно-орієнтаційної роботи ВНЗ взагалі та окремих його підрозділів, зокрема факультетів та випускових кафедр, передбачає оброблення великого шару інформації для зовнішнього споживача. Будучи закладом, який надає послуги (в даному випадку – освітні), ВНЗ по суті має займатися постійною рекламною роботою. Крім того, особливістю функціонування ВНЗ в сфері професійно-орієнтаційної роботи є орієнтація не тільки на своїх студентів, але й на абітурієнтів та їх батьків, які є потенційними замовниками освітніх послуг. При роботі з абітурієнтами найбільш вагомим компонентом з професійної орієнтації є професійне інформування (просвіта). Саме в цій сфері найдоцільніше використовувати презентацію не тільки як засіб подавання інформації, але і як повноцінний рекламний продукт.

### **Список використаних джерел**

1. Бендер П. Секрет успішних презентацій / П. Бендер. – М., Попурі, 2005. – 240 с.
2. Вайсман Е. Д. Заснови презентації [Текст] : навч. посіб. / Е. Д. Вайсман, Г. В. Лазарева : ЧГТУ. – Челябинск : вид. ЧГТУ, 1997. – 23 с.
3. Данилова О. В. Успішна презентація бізнес-проекту. Просто як двічі два / О. В. Данилова. – М.: Ексмо, 2008. – 288 с.
4. Джеймс Т. Майстерність презентації: вдосконалення комунікативних навичок за допомогою НЛП / Т. Джеймс, Д. Шепард. – М.: ФАІР, 2008. – 240 с.
5. Елизаветина Т. М. Компьютерные презентации: От риторики до слайд-шоу / Т. М. Елизаветина. – М.: КУДИЦ-Образ, 2003. – 240 с.
6. Калеп Л. Профессиональная переориентация. Формирование мотивации выбора новой профессии у безработных / Л. Калеп // Персонал. — №2. — С. 66-68.
7. Крушельницька Я. В. Фізіологія і психологія праці [Електронний ресурс] / Я. В. Крушельницька // Библиотека онлайн. – 2001. – Режим доступу до ресурсу: <http://readbookz.com/book/221/8651.html>.
8. Лазарев Д. Презентація. Краще один раз побачити! / Д. Лазарев. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 126 с.
9. Лідстоун Д. Мистецтво презентації і спілкування зі ЗМІ у фармацевтичній індустрії / Д. Лідстоун. – Літтерра. – М., 2005. – 196 с.
10. Митрошенков О. А. Эффективные переговоры : практ. пособие для деловых людей / О. А. Митрошенков. – 2-е изд., испр. – М. : ИНФРА-М : Весь Мир, 2000. – 280 с.

11. Ребрик С. Б. Презентация: 10 уроков / С. Б. Ребрик. – М.: ЭКСМО, 2004. – 200 с.  
12. Хофф Р. Я бачу вас големи: як підготуватися до презентації і блискуче її провести / Р. Хофф. – М.: Клас, 2009. – 224 с.

#### **Анотація**

У статті розглянуто особливості проведення професійно-орієнтаційної роботи в вищому навчальному закладі, проаналізовано особливості використання презентацій з огляду на їх цілі та види. В результаті аналізу автор доводить, що презентації при роботі представників ВНЗ з абітурієнтами доцільно використовувати при професійному інформуванні як для подавання інформації про заклад та спеціальності, так і в якості рекламного продукту.

**Ключові слова:** ВНЗ, презентація, професійно-орієнтаційна робота.

#### **Abstract**

In the article the features of professional orientation work in higher education analyzed in terms of their objectives and types, especially the use of presentations. The analysis shows, that a presentation at work with applicants Academics should be used for professional informing how to feed information about the institution and profession and as a promotional product.

**Key words:** presentation, professional orientation work, universities.

### **РОЗДІЛ 3**

#### **ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАФТОГАЗОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНОМУ ВИМІРІ**

---

---

УДК 543.54

**В. І. Гринюк**  
(м. Івано-Франківськ)

#### **МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ ВМІСТУ НАФТОПРОДУКТІВ У ВОДІ**

Нафта та нафтопродукти є одним з найнебезпечніших джерел забруднення поверхневих вод. При потраплянні у воду утворюється тонка плівка, що перешкоджає кисневому обміну, чим завдає великої шкоди водній флорі та фауні, а також призводить до зміни якісних характеристик води. Тому досить актуальним є вибір оптимальної методики визначення вмісту нафтопродуктів у стічних водах, що відводяться у водні об'єкти.

Для визначення вмісту нафтопродуктів використовують такі методи: гравіметричний, газохроматографічний, люмінесцентно-хроматографічний, спектрометричний, екстракційно-рефрактометричний.

Гравіметричний метод полягає в екстрагуванні нафти і нафтопродуктів з води хлороформом, видаленні хлороформу, розчиненні залишку в гексані, а також хроматографічним відокремленням полярних сполук і домішок води не нафтового походження в колонці з активованим оксидом алюмінію. Недоліком методу є те, що