

of study, the student studies the material independently and can receive individual consultation from the teacher exactly at the moment when he needs it, and given that they are individual, this increases their value. The most used technologies that can be used in distance learning were determined. We included the following technologies: "Idea Mixer", GROW, blockchain, long distance, geocaching, educational WEB-quest, sample technologies.

It was determined which of these technologies are the most expedient to apply in the training of future officers. Among the listed technologies, the best results in the training of future officers were obtained when the Idea Mixer and sample technologies were implemented.

Idea Mixer technology. It is based on the creation of projects based on which the cadets set the conditions for the training of future officers on modern simulators, which corresponds to the training on the territory of Ukraine. This allows them to be ready to use NATO weapons.

Sample technology can be used for distance learning. The technology combines traditional and modern approaches. Studies have shown that this combination is the most appropriate at the current stage of education development. Sample technology involves a combination of professional educational programs and professional technology (the principle of connecting theory with practice works).

Key words: *future officers, distance learning, pedagogical technologies, project method, Idea Mixer and sample technologies, professional competence.*

УДК 371.2

Катерина Кришінець-Андялошій

Управління освіти, культури, молоді і спорту
Мукачівської міської ради Закарпатської області
ORCID ID 0000-0003-2610-9277
DOI 10.24139/2312-5993/2023.01/301-310

ІМІДЖ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

В статті обґрунтовано сутність поняття «імідж» та його роль у забезпеченні конкурентоспроможності сучасного закладу освіти. Визначено, що імідж закладу освіти - це сформований у масовій свідомості емоційно забарвлений образ, який визначається співвідношенням між різними сторонами його діяльності і транслюється в зовнішнє середовище. Наголошено, що визначальними компонентами позитивного іміджу є: комфортність середовища закладу освіти, якість освітніх послуг, позитивно сформований стиль закладу освіти, позитивний образ керівника та персоналу закладу освіти, яскрава зовнішня атрибутика тощо. Підкреслено, що важливим аспектом формування позитивної думки про заклад освіти є комплексний образ, який сприяє забезпеченню візуалізації та емоційному впливу і допомагає покращенню рейтингу на ринку освітніх послуг.

Ключові слова: *заклад освіти, імідж, конкурентоспроможність, професіоналізм, педагогічна професійна діяльність, організаційна культура, імідж керівника, імідж педагогічного колективу.*

Постановка проблеми. Сучасна школа – це відкрита соціально-педагогічна система, яка взаємодіє з багатьма соціальними інститутами. Конкурентоспроможний освітній заклад – це установа, яка забезпечує стійкий рівень якості освітніх послуг. В епоху соціально-економічних трансформацій важливим є створення іміджу закладу освіти, тобто індивідуального емоційно забарвленого образу, сформованого у масовій свідомості, метою якого є підвищення його конкурентоспроможності, залучення фінансових і нематеріальних інвестицій, установа та розширення партнерських зв'язків тощо.

Аналіз актуальних досліджень. Проблема іміджу освітнього закладу в українській і зарубіжній науковій літературі розглядалася з різних аспектів. Імідж як чинник конкурентоспроможності закладу освіти розглядали Т. Антоненко, Барна, М. Бублик, О. Великанова, Н. Власик, А. Головченко, І. Єрмаков, Л. Карамушка, В. Лазоренко, Т. Мотуз, О. Телетов, Н. Чернега, Н. Шолох та інші.

Н. Власик зазначає, що сформований позитивний імідж дозволяє вирішувати такі завдання: підвищення привабливості і конкурентоспроможності закладу освіти, в першу чергу, для вихованців та їх батьків; підвищення ефективності заходів щодо надання якісних освітніх послуг; поліпшення соціально-психологічного мікроклімату в колективі; підвищення рівня організаційної культури і якості освіти. О. Телетов, В. Лазоренко стверджують, що в сучасних соціокультурних умовах проблема створення образу освітнього закладу як відкритої соціально-педагогічної системи пов'язано із процесами становлення та розвитку різних типів і видів освітніх установ, зі скороченням кількості учнів, і з відсутністю розуміння цілей, змісту, педагогічних інновацій із боку батьків здобувачів освіти тощо (Телетов, Лазоренко, 2019). Усвідомлено та цілеспрямовано формувати позитивний образ освітнього закладу дозволяє знання особливостей структурних компонентів іміджу навчального закладу (Барна, 2008; Хавкіна, 2013). О. Великанова підкреслює, що ринкові умови змушують освітні установи використовувати весь спектр маркетингових заходів, які забезпечують їх позиціонування на ринку, підвищення конкурентоспроможності, зокрема на основі нематеріальних чинників, серед яких провідну роль відіграє корпоративний імідж (Великанова, URL). Наукові дослідження (Барна, 2008; Хавкіна, 2013; Шолох, 2016; Чернега, 2015) свідчать, що головною функцією іміджу є

формування позитивного ставлення до будь-кого або чогось. Якщо позитивне ставлення сформовано, то за ним, як результат впливу соціальних зв'язків, обов'язково будуть довіра і, у свою чергу, – високі оцінки та впевнений вибір. Такий психологічний ланцюжок, що породжується позитивним ставленням, сприяє підвищенню престижу, а отже, авторитету та впливу. Позитивний імідж є також важливим чинником високого рейтингу, що є дуже важливим у насиченому різноманітному інформаційно-освітньому просторі.

Поняття «імідж» тлумачиться як цілеспрямовано формований образ, що забезпечує створення емоційно-психологічного впливу на будь-кого з метою популяризації, реклами тощо; як стереотипізований образ конкретного об'єкта, що існує у масовій свідомості (Барна, 2008, с.262); як імітація або подання зовнішньої форми будь-якого об'єкта, особливо особи, в суспільній або індивідуальній свідомості засобами масової комунікації і психологічного впливу (Словник іншомовних слів); як цілеспрямовано сформований образ якої-небудь особи, явища, предмета, метою якого є збільшення емоційно-психологічного впливу на кого-небудь з метою популяризації, реклами, пропаганди тощо (Словник іншомовних соціокультурних термінів); як емоційно забарвлений образ, сформований цілеспрямовано та усвідомлено, який має задані характеристики та забезпечує психологічний вплив певної спрямованості на конкретні соціальні групи (Термінологічний словник з основ підготовки). Згідно з Тлумачним словником Вебстера, імідж є уявленням про людину, товар чи інституцію, що цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою публіситі, реклами або пропаганди (Webster's New Twentieth Century). У «Педагогічному словнику» наголошено, що імідж «формується стихійно чи в результаті роботи спеціалістів у галузі політичної психології, психології реклами, маркетингу тощо, а найефективніший шлях створити імідж – використання засобів масової комунікації» (Педагогічний словник, с. 220). Аналіз досліджень дає підстави зробити висновок, що імідж закладу освіти – це сформований у масовій свідомості емоційно забарвлений образ, який визначається співвідношенням між різними сторонами його діяльності і транслюється в зовнішнє середовище.

Мета статті: обґрунтувати особливості іміджу як чинника конкурентоспроможності сучасного закладу освіти.

Методи дослідження. Для досягнення мети і виконання визначених завдань нами використовувався комплекс таких методів:

логіко-семантичний – для з'ясування змісту поняття «імідж»; аналіз і синтез – для виявлення особливостей впливу іміджу на конкурентоспроможність закладу освіти, систематизація і узагальнення – для визначення структурних компонентів іміджу формулювання висновків, прогностичний – для виявлення можливостей подальших досліджень даної теми.

Результати дослідження. Слід зазначити, що імідж будь-якої організації ми розглядаємо як багатофакторний феномен. Зокрема визначаємо його потрійну складову: *реальний* імідж (сприйняття організації споживачами, що склалося на даний момент після сукупності інших впливів); *бажаний* імідж (образ, який освітній заклад проектує для цільової аудиторії, що може підвищити ефективність досягнення ключових результатів); *необхідний* імідж (сприйняття закладу, організації споживачем, що сприяє підвищенню ефективності досягнення ключових результатів).

Імідж взагалі багато в чому залежить від того, які цінності пропагуються у суспільстві у певний період. Якщо ж говорити про заклад освіти, то в умовах суспільства, яке швидко змінюється і розвивається, для його потреб важливим показником формування сприятливого іміджу буде слугувати ступінь відповідності місії, цілей і завдань вимогам суспільства. Так, на сьогоднішній день особливу цінність становить освіта, яка декларується як частина загальнонаціональної культури, що сприяє формуванню цілісної соціальної особистості, готової жити та працювати в демократичному суспільстві (Шолох, 2016; Чернега, 2015).

Імідж завжди має дві сторони. Одну зі сторін визначає ставлення щодо нього зовнішніх аудиторій, яким власне адресований даний імідж, іншу – ставлення до іміджу самого носія, саме закладу освіти, тобто здобувачів освіти, батьків здобувачів освіти, соціальних партнерів реальних та потенційних.

Аналіз наукових досліджень засвідчує, що позитивний імідж закладу освіти має постійні та змінні компоненти. До постійних компонентів іміджу відносять (Барна, 2008; Хавкіна, 2013): чітке визначення педагогічним колективом місії та концепції закладу освіти; оптимістичний настрій та доброзичливий мікроклімат в педагогічному та учнівському колективах; педагогічна, соціальна та управлінська компетентність співробітників; сформований образ керівника-професіонала, лідера, особистості яскравої, яка володіє неформальним

авторитетом; ефективна організаційна культура закладу освіти, що включає всі норми, цінності, певну філософію управління, весь спектр поглядів, відносин, що визначають специфіку поведінки колективу загалом; якість освітніх послуг, які надає заклад освіти; наявність та функціонування дитячих громадських організацій; зв'язки закладу освіти з різними соціальними інститутами, ЗВО тощо; вклад закладу освіти у розвиток освітньої підготовки учнів, їх вихованості, психічних функцій, творчих здібностей, формування здорового способу життя; турбота адміністрації про надання своєчасної актуальної психологічної допомоги окремим учасникам освітнього процесу; наявність яскравої зовнішньої символіки тощо. Серед змінних іміджу виділяються: зміст місії та пріоритети закладу освіти; види освітніх послуг; матеріальна база закладу освіти (Хавкіна, 2013).

На наш погляд, визначальними компонентами позитивного іміджу є: комфортність середовища закладу освіти; якість освітніх послуг; позитивно сформований стиль закладу освіти; позитивний образ керівника та персоналу закладу освіти; яскрава зовнішня атрибутика тощо.

Зазначимо, що імідж закладу освіти завжди спрямований на стимулювання позитивних емоцій та їх проектування, на якість освітніх послуг. Імідж, як правило, є засобом реагування на громадську думку. Оскільки освітній результат найчастіше віддалений у часі і може не усвідомлюватися самими здобувачами освіти, необхідно враховувати такі особливості іміджу, як універсальність і унікальність. Універсальність може виражатися, перш за все, як в уніфікації наукових підходів, понять, принципів та факторів, так і у стандартизації вимог, показників якості, використанні технологій та методів навчання. Унікальність виявляється у виборі закладом освіти спеціалізацій, які затребувані на ринку праці (Веліканова). Таким чином, кінцевим результатом, метою формування іміджу, є підвищення конкурентоспроможності освітньої установи, яка досягається на основі сформованого ставлення (Барна, 2008; Вознюк, Шапран, 2021).

Визначимо етапи формування іміджу закладу освіти (рис. 1):

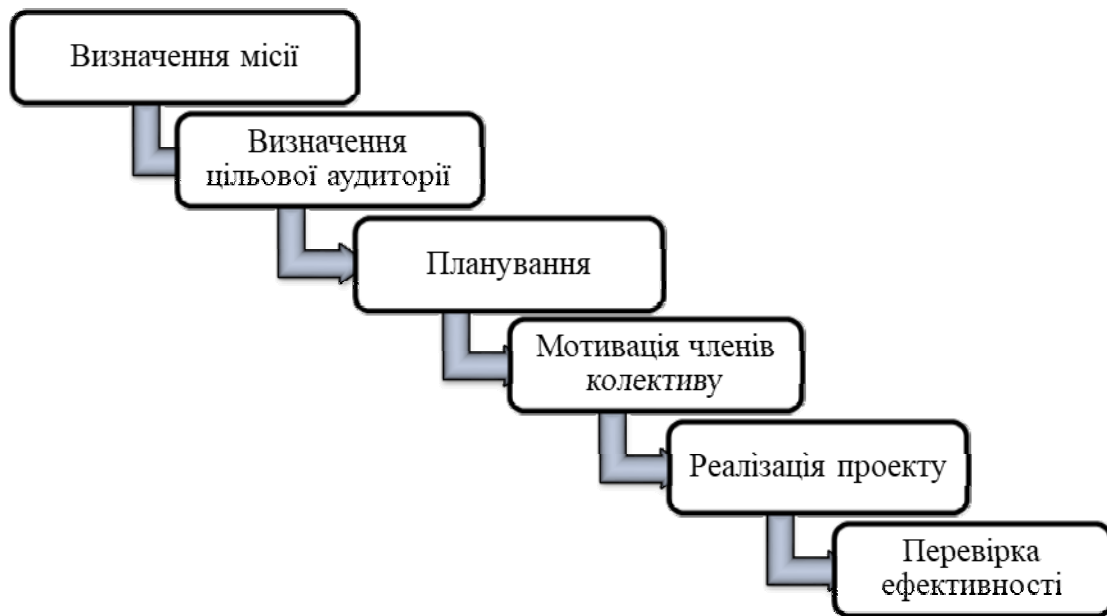


Рис.1 Етапи формування іміджу закладу освіти.

Варто відзначити, що практично всі науковці, які проводили дослідження щодо формування іміджу закладу освіти, головними структурними компонентами вважають імідж керівника та імідж педагогічного колективу. Найчастіше цей показник складається з чотирьох складових: професіоналізму та компетентності, моральної надійності, гуманітарної освіченості та здатності до застосування психотехнологій (Веліканова, Імідж школи на порозі XXI століття, 1989; Язловецька, 2014). Професіоналізм і компетентність передбачає динамізм, швидку реакцію керівника і педагогів на соціальні трансформації. Моральна надійність полягає в дотриманні моральних законів, у постійному прагненні до самовдосконалення, насамперед духовного. Гуманітарна освіченість передбачає, що ядро світоглядного кредо керівника мають становити соціальна захищеність людей, їхнє здоров'я, екологічну безпеку, духовне багатство. Застосування педагогічних і психологічних технологій здійснюється з метою підвищення продуктивності праці педагогічних працівників, реалізації їх здібностей та інтенцій в процесі постійного професійного розвитку.

Важливим аспектом формування позитивної думки про заклад освіти є створення власного візуального образу, який миттєво впізнається аудиторією, за допомогою певних атрибутів, які формують фірмовий стиль та зовнішній імідж закладу освіти, сприяють забезпеченню візуалізації та емоційному впливу, що визначає покращенню рейтингу на ринку освітніх послуг (логотип, літопис

школи, книга відгуків для батьків здобувачів освіти та гостей закладу освіти; газета, журнал чи веб-сайт школи тощо) (Барна, 2008).

Зазначимо, що згідно ст. 55 Закону України «Про освіту», якою урегульовані права та обов'язки батьків здобувачів освіти, батьки здобувачів освіти мають право «завчасно отримувати інформацію про всі заплановані у закладі освіти та позапланові педагогічні, психологічні, медичні, соціологічні заходи, дослідження, обстеження, педагогічні експерименти та надавати згоду на участь у них дитини; отримувати інформацію про діяльність закладу освіти...» (Закон України «Про освіту»). І в цьому плані наголосимо на виключному значенні веб-сайту в сучасному освітньому та інформаційному середовищі. Саме медіа та інтернет-ресурси доцільно ефективно використовувати для забезпечення реалізації права батьків здобувачів освіти на інформацію (Бублик, 2007; Язловецька, 2014), що буде сприяти конкурентоспроможності закладу освіти.

Основними заходами щодо розвитку іміджу закладу освіти є: ефективні PR-заходи (дні відкритих дверей, презентації та виставки освітніх послуг, публікації у ЗМІ тощо); благоустрій приміщення та території школи; підвищення педагогічної культури колективу та всього персоналу школи. Одночасно використані ресурси допоможуть сформувати позитивний імідж.

Висновки та перспективи подальших наукових розвідок. Перед закладом освіти постає ряд завдань – висвітлення та динамічний розвиток позитивного образу, генерування ідей у наданні нових освітніх послуг, залучення додаткових коштів з метою підвищення рейтингів у конкурентному освітньому середовищі. Основою реалізації цих та інших завдань є імідж закладу освіти, тобто комплекс соціально-психологічної та організаційної взаємодії. Формування інноваційного і привабливого іміджу освітньої установи можна розглядати як важливий компонент методичного продукту школи та управлінських дій керівництва і педагогічного колективу.

Перспективами подальших досліджень можуть бути вивчення особливостей розробки дієвої управлінської моделі формування позитивного іміджу закладу освіти, що враховувала б специфіку закладу освіти.

ЛІТЕРАТУРА

Барна Н. В. (2008). Іміджелогія: навч. посіб. для дистанційного навчання / за наук. ред. В. М. Бебика. Київ: Університет «Україна». 217 с. (Barna N.V. (2008).

- Imagiology: education. manual for distance learning / for sciences. ed. V. M. Bebyka. Kyiv: «Ukraine» University. 217 p).
- Бублик М. І. Інформаційні системи в маркетингу. Конспект лекцій. Львів: В-во ЛДІНТУ, 2007. 162с. (Bublyk M. I. Information systems in marketing. Synopsis of lectures. Lviv: V-vo LDINTU, 2007. 162p)
- Веліканова О.Г. Формування іміджу навчального закладу як управлінське нововведення. URL: http://klasnaocinka.com.ua/ru/article/formu_vannya-imidzhu-navchalnogo-zakladu-yakupravlinske-novovvedennya.html94 (Velikanova O.G. Formation of the image of the educational institution as a managerial innovation. URL: http://klasnaocinka.com.ua/ru/article/formu_vannya-imidzhu-navchalnogo-zakladu-yakupravlinske-novovvedennya.html94)
- Вознюк Лідія, Шапран Людмила (2021). Формування позитивного іміджу закладу загальної середньої освіти. Нова педагогічна думка. Том 107. № 3. С. 25-31. (Lidia Vozniuk, Lyudmila Shapran (2021). Formation of a positive image of the institution of general secondary education. A new pedagogical thought. Volume 107. No. 3. P. 25-31.)
- Закон України «Про освіту». URL: zakon.rada.gov. (Law of Ukraine "On Education". URL: zakon.rada.gov.)
- Імідж школи на порозі XXI століття (1998) / [ред. колегія: Т.С. Антоненко, І.Г. Срмаков, А.Ф. Головченко, Л.М. Карамушка та ін.]-Ч. 1.-К. 380 с. (The image of the school on the threshold of the 21st century (1998) / [ed. board: T.S. Antonenko, I.H. Srmakov, A.F. Golovchenko, L.M. Karamushka and others].-Ch. 1.-K. 380 p.)
- Мотуз Тетяна. Використання потенціалу інтернет-ресурсів для створення позитивного іміджу закладу освіти. URL: <https://medialiteracy.org.ua/vykorystannya-potentsialu-internet-resursiv-dlya-stvorennya-pozytyvnogo-imidzhu-zakladu-osvity>. (Tatiana's Motuz. Using the potential of Internet resources to create a positive image of an educational institution. URL: <https://medialiteracy.org.ua/vykorystannya-potentsialu-internet-resursiv-dlya-stvorennya-pozytyvnogo-imidzhu-zakladu-osvity>.)
- Педагогічний словник (2001) / за ред. М. Д. Ярмаченка. Київ: Педагогічна думка. 516 с. (Pedagogical dictionary (2001) / edited by M. D. Yarmachenko. Kyiv: Pedagogical thought. 516 p., p. 220.
- Словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%B3%EC%B3%E4%E6> (Dictionary of foreign words. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%B3%EC%B3%E4%E6>).
- Термінологічний словник з основ підготовки наукових та науково-педагогічних кадрів післядипломної педагогічної освіти (2014). Є. Р. Чернишова, Н. В. Гузій, В. П. Ляхоцький та ін. ; за наук. ред. Є. Р. Чернишової; Держ. вищ. навч. заклад «Ун-т менеджмент. освіти». Київ: ДВНЗ «Університет менеджменту освіти». 230 с. (Terminological dictionary on the basics of training scientific and scientific-pedagogical personnel of postgraduate pedagogical education (2014). E. R. Chernyshova, N. V. Guziy, V. P. Lyakhotsky, and others. ; for sciences ed. E. R. Chernyshova; Govt. higher education institution "University of Management. education". Kyiv: University of Educational Management. 230 p.)
- Телетов О.С. Лазоренко В.Є. (2019). Забезпечення інноваційного розвитку в закладах вищої освіти. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. № 3. С. 66-73. URL: <https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/uk/3-2019-9>.

- (Teletov O.S. Lazorenko V.E. (2019). Ensuring innovative development in institutions of higher education. Bulletin of Sumy State University. Economy series. No. 3. P. 66-73. URL: <https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/uk/3-2019-9>.)
- Хавкіна Л.М. (2013). Іміджологія: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна. 64 с. (Khavkina L.M. (2013). Imageology: educational and methodological guide for students majoring in Journalism. Kharkiv: KhNU named after V.N. Karazin. 64 p.)/
- Чернега Н. С. (2015). Погляди вітчизняних та зарубіжних учених на формування позитивного іміджу вищого навчального закладу. Актуальні проблеми психології : зб. наук. пр. / НАПН України, Ін-т психології ім. Г. С. Костюка. Київ. Т. 1, вип. 43. С. 64–68. (Chernega N. S. (2015). Views of domestic and foreign scientists on the formation of a positive image of a higher educational institution. Actual problems of psychology: coll. of science pr. / National Academy of Sciences of Ukraine, Institute of Psychology named after H. S. Kostyuk. Kyiv. T. 1, issue 43. P. 64–68.)
- Шолох Н. Т. (2016) Створення позитивного іміджу навчального закладу – неодмінна умова функціонування сучасної малочисельної школи. Управління школою. № 19/21. С. 65–75. (Sholoh N. T. (2016) Creating a positive image of an educational institution is an indispensable condition for the functioning of a modern small school. School management. No. 19/21. P. 65–75.)
- Язловецька О. (2014). Зміст роботи загальноосвітнього навчального закладу щодо формування позитивного іміджу. Наук. зап. Серія: Педагогічні науки : зб. наук. пр. / Кіровоград. держ. пед. ун-ту ім. Володимира Винниченка. Кіровоград. Вип. 125. С. 234–240. (Yazlovetska O. (2014). The content of the work of the general educational institution regarding the formation of a positive image. Science zap Series: Pedagogical sciences: coll. of science Ave. / Kirovohrad. state ped. University named after Volodymyr Vinnichenko. Kirovohrad Vol. 125. P. 234–240.)
- Webster's New Twentieth Century Dictionary of the English Language (2016). Unabridged. New-York. 234 p.

SUMMARY

Kryshinets-Alyaloshi Kateryna. Image in ensuring the competitiveness of a modern educational institution.

The article substantiates the essence of the concept of «image» and its role in ensuring the competitiveness of a modern educational institution. It was determined that the image of an educational institution is an emotionally colored image formed in the mass consciousness, which is determined by the ratio between various aspects of its activity and is transmitted to the external environment. A set of methods was used: logical-semantic - to clarify the meaning of the concept of «image»; analysis and synthesis - to identify the specifics of the influence of the image on the competitiveness of the educational institution, systematization and generalization - to determine the structural components of the image and formulate conclusions, prognostic - to identify opportunities for further study of this topic. It is emphasized that the determining components of a positive image are: the comfort of the environment of the educational institution, the quality of educational services, the positively formed style of the educational institution, the positive image of the head and staff of the educational institution, bright external attributes, etc. It is proved that the image of the leader and the image of the teaching staff consist of four components: professionalism and competence, moral reliability, humanitarian education and the ability to use pedagogical

and psychological technologies. It is emphasized that an important aspect of forming a positive opinion about an educational institution is a comprehensive image (logo, school yearbook, book of reviews for parents of students and guests of the educational institution; newspaper, magazine or website, etc.), which helps to provide visualization and emotional impact and helps to improve the rating in the educational services market. It was concluded that the formation of an innovative and attractive image of an educational institution is an important component of the methodical product of the school and the management actions of the leadership and the teaching staff.

Key words: *educational institution, competitiveness, professionalism, pedagogical professional activity, organizational culture, image of the head, image of the teaching staff.*

УДК 378.37.04:51

Ірина Михайленко

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

ORCID ID 0000-0002-5961-3616

DOI 10.24139/2312-5993/2023.01/310-322

ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ВИЩОЇ МАТЕМАТИКИ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ

У статті проаналізовано значення самостійної діяльності студентів у професійній підготовці, розглядаються найбільш поширені засоби дистанційного навчання для організацій самостійної роботи. Виявлено, що використання у освітньому процесі вищої школи новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, мобільних сервісів та всесвітньої мережі Інтернет стало необхідною умовою підготовки компетентного фахівця в умовах інформатизації суспільства. Зазначається, що організація самостійної діяльності студентів з використанням засобів дистанційного навчання допомагає індивідуалізувати процес навчання, застосовуючи окрему методiku для кожного студента, що дозволяє враховувати його індивідуальні особливості, розвивати здібності, підвищувати якість засвоєння знань та необхідних умінь. Виявлені переваги впровадження в освітній процес поширених у світовій практиці середовищ дистанційного навчання, зокрема системи Moodle. Розглядаються можливості використання дистанційних курсів, створених у системі Moodle, для організації самостійної роботи студентів під час вивчення вищої математики. З'ясовано, що дистанційне навчання надає нові можливості для більш активного залучення студентів в освітній процес і має ряд переваг перед аудиторним навчанням при організації самостійної діяльності студентів. Інструментарій, який використовують при дистанційному навчанні сприяє формуванню у студентів позитивної мотивації до навчання, самореалізації, самовдосконалення і самоконтролю.

Ключові слова: *самостійна робота, самостійна діяльність, студенти, здобувачі вищої освіти, дистанційне навчання, система Moodle, інформаційно-комунікаційні технології.*