4. Удосконалити операційну модель на основі динамічного портфелю бізнес-моделей

5. Оновити показники: розробити параметри і правила взаємодії з клієнтами і партнерами, які відповідають цифровому простору.

Пріоритетними компетенціями на підприємствах є інноваційність, цифровий інтелект і персоналізація, які необхідно адекватно використовувати у своїй бізнес-моделі, щоб перемогти в конкурентній боротьбі.

Список використаних джерел:

1. Банке Б. Аналітичний звіт BGG. Vlast.kz. URL: https://vlast.kz/korporation/24539-cidrovizacia-biznesa.html

МЕТОДИКА НАВЧАННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ

Саранча І.Г., к.пед.н., доцент

Вінницький державний педагогічний університет ім. М. Коцюбинського,

голова правління Громадська організація

Вінницька міська організація соціального розвитку та становлення окремих малозахищених категорій молоді «Паросток», м.Вінниця

У процесі навчання та викладання кожен викладач має адаптувати інформацію до потреб аудиторії, зробити її максимально доступною та зрозумілою – це є запорукою ефективного навчання. Якщо говорити про вивчення окремих дисциплін в умовах інклюзивної освіти, слід спочатку ознайомитись із поняттям «розумного пристосування».

«Розумне пристосування» означає внесення, коли це потрібно в конкретному випадку, необхідних і схожих модифікацій і коректив, що не становлять непропорційного чи невиправданого тягаря, для цілей забезпечення реалізації або здійснення особами з інвалідністю нарівні з іншими всіх прав людини й основоположних свобод» [1].

Розумне пристосування це:

– розумне пристосування є однією з ключових запорук досягнення рівності між людьми, які через свої індивідуальні ознаки стикаються із бар'єрами;

– надання розумного пристосування – це обов'язок;

– розумне пристосування потрібне у випадку, коли організація суспільства орієнтується на усереднену людину з базовими можливостями, тож люди, які не відповідають цим вимогам, потребують додаткового пристосування;

– розумне пристосування є першою відповіддю на деякі прояви непрямої дискримінації;

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.
Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. Кафедра маркетингу ТДАТУ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

– розумне пристосування є індивідуальним рішенням у кожному конкретному випадку, але вдале розумне пристосування можна «клонувати» й використовувати в інших аналогічних випадках;

– розумне пристосування – це інструмент для забезпечення фактичної рівності [4].

Метою інклюзивного навчання є покращення навчального середовища, у якому викладач і здобувачі відкриті до різноманіття, де гарантується забезпечення потреб здобувачів і повага до їх здібностей і можливостей бути успішними.

«Інклюзивне навчання – це комплексний процес забезпечення рівного доступу до якісної освіти особам з особливими освітніми потребами шляхом організації їх навчання у навчальних закладах на основі застосування особистісно зорієнтованих методів навчання, з урахуванням індивідуальних особливостей навчально-пізнавальної діяльності таких осіб» [2].

Інклюзивне навчання ґрунтується на правах людини й принципах рівності. Воно спрямоване на всіх дітей і дорослих, особливо тих, хто є виключеним із загальної системи навчання. Це також процес усунення бар'єрів у системі освіти й системі підтримки. [4]. Говорячи про інклюзію, потрібно пам'ятати, що у її основи лежить рівність, справедливість та об'єднання, але в жодному разі не інтеграція.

Рекомендації спрямовані на розумне пристосування навчальних матеріалів під час навчання цифрової економіки в умовах інклюзивної освіти в першу чергу ґрунтуються на загальних стандартах для легкого розуміння інформації: формувати інформацію у залежності від потреб її споживачів, в залежності від цього обирати її формат (друкований, електронний, аудіо, відео тощо), чітко пояснювати зміст та давати роз'яснення усіх складних слів, а також не використовувати складних, маловідомих та слів іншомовного походження, використовувати приклади та в разі необхідності повторювати важливу інформацію [3].

Окрім загальних стандартів для легкого розуміння інформації, потрібно дотримуватись рекомендацій до кожного виду інформації в залежності від способу її сприйняття – письмова, зорова (відео), звукова (аудіо) та електронна інформація. Такі рекомендації широко висвітлені у Європейських стандартах викладу інформації, яку легко читати та розуміти [3]**.**

Починаючи з 2020 року, в умовах світової пандемії, освітній процес отримує все нові і нові виклики. На сьогодні дуже актуальними стають онлайн заходи, що стали невід'ємною частиною дистанційної освіти на всіх її рівнях. Саме тому підготовка до онлайн зустрічей набуває важливого значення. Готуючи онлайн зустрічі в умовах інклюзивної освіти, необхідно враховувати наступне:

– перед початком відео/аудіоконференції уточніть у учасників чи потрібні їм додаткові пристосування для забезпечення доступності;

– запропонуйте учасникам переклад жестовою мовою або субтитри;

– запросіть атестованих перекладачів жестової мови приєднатися через відеоконференцію;

– заздалегідь надайте матеріали, порядок денний та інші документи у

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.
Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. Кафедра маркетингу ТДАТУ

доступних для людей з порушеннями зору форматах;

– говоріть чітко та повільно;

– озвучуйте всю графічну інформацію, яку демонструєте на екрані, а також інформацію, яка зазначена в чатах;

– сплануйте додатковий час на запитання та відповіді, намагайтеся давати розгорнуті відповіді на питання;

– переконайтеся, що платформа, яка буде використовуватися під час проведення заходу, сумісна зі зчитувачами екрану та іншими допоміжними технологіями.

В умовах техногенного розвитку та діджиталізації суспільства, окрему роль набувають електронні застосунки та додатки, що стають ефективними електронними помічниками у навчанні осіб з особливими освітніми потребами. Таких помічників можна розділити на дві основні групи:

1. Для людей з порушенням зору. Це програми, що озвучують текст (RHVoice, UkrVox, Acapela, Govorilka, IVONA Reader), додатки, що зчитують емоції людини (Facing Emotions), додатки, що розповідають про навколишній світ, отримуючи інформацію за допомогою камери смартфона (Sullivan+ (blind, visually impaired, low vision), а також зчитувачі з екрану (NVDA)

2. Для людей з порушенням слуху. Наприклад, додаток Petralex володіє функціоналом слухового апарату або вирішує спеціалізовані завдання, пов'язані зі слухом, максимально націлені на комфорт і зручність самостійного використання. Connect by BeWarned – це додаток, який перетворює усну мову на текст і навпаки. Також існує додаток Subcatch, що допомагає нечуючим людям дивитись кіно. Не слід забувати і про вбудовані можливості You Tube, які дозволяють переглядати відео із включеними субтитрами.

3. Для людей з порушенням опорно-рухового апарату. Основним помічником тут є продукт створений проектом LINKa, це чотири програми, що використовують синтезатор мови, які допомагають людям з вадами мовлення та опорно-рухової системи спілкуватися зі світом. Проект пропонує рограми різної категорії: для тих хто може друкувати на клавіатурі, для тих хто може нажимати тільки на одну кнопку, для тих хто може попадати тільки на одну велику кнопку на планшеті та для тих хто може нажимати лише на малюнки на планшеті та/або телефоні.

Отже, ключовими складовими ефективної освіти в умовах інклюзіє є: командна робота, опора на сильні сторіни студентів з особливими освітніми потребами, постійний зворотній зв'язок, різнорівневі завдання, креативний підхід та візуалізація. Також варто пам’ятати, що адаптуючи інформацію під вищенаведені умови, ми не працюємо тільки з особами з особливими освітніми потребами, а в такий спосіб допомагаємо всім учасникам освітнього процесу швидко та якісно засвоювати знання, адже якісно і правильно оформлення та подана інформаціє – залог ефективного навчання.

Список використаних джерел

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.
Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. Кафедра маркетингу ТДАТУ

1. Конвенція ООН про права осіб з інвалідністю. Від 13.12.2006 р., редакція від 06.07.2016 р., № 995_g71. *Верховна Рада України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_g71#Text

2. Про затвердження концепції розвитку інклюзивного навчання: Наказ міністерства освіти і науки України № 912 від 01.10.2010 р. URL: https://mon.gov.ua/ua/npa/pro-zatverdzhennya-kontseptsii-rozvitku-inklyuzivnogo-navchannya

3. Інформація для всіх: Європейські стандарти викладу інформації, яку легко читати та розуміти. Методичний посібник. К.: ВГО «Коаліція», 2014. 40 с.

4. Федорович Ірина. Розумне пристосування. Від теорії до практики. 2017. 36 с.

ВПЛИВ МЕДІАКАНАЛІВ НА ПОЗИЦІОНУВАННЯ БРЕНДУ

Сокіл Я.С., к.е.н., доцент,
Сокіл О.Г., д.е.н., професор,
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Обгрунтування оптимальної стратегії цифрового маркетингу, яка відповідає викликам сьогодення, потребує розуміння та переосмислення шляху покупця (воронки продажів), який передбачає низку форм онлайн-присутності. З огляду на це необхідно виділити п’ять основних медіаканалів: власні, платні, зароблені, продані та викрадені. Розглянемо основні розбіжності між медіаканалами, та їх вплив на досягнення ключових показників ефективності маркетингової діяльності.

Платні медіаканали — це комунікація з користувачем, в яку цілеспрямовано вкладаються кошти. Канал розширює охоплення рекламної кампанії і підвищує впізнаваність бренду за допомогою медійної реклами, реклами через блогерів, партнерського маркетингу, конверсій в результаті оптимізації пошукового маркетингу або інших інструментів: відеореклама, дисплейна реклама, нативна реклама, спец. проєкти, промо. Аудиторія Paid Media – це користувачі інтернету, які раніше не чули про компанію, але потенційно зацікавлені в продукті [].

Платні медіаканали призначені для масштабних онлайн-заходів, сфокусованих на покращенні впізнаваності бренду і досягнення поставленої мети (конверсії). Істотною перевагою є визначення ключових показників ефективності та маркетингових метрик, які відображають окупність вкладених коштів. В результаті адекватної оцінки наявних ресурсів підприємства відбувається утворення нового медаканалу, а саме Earned Media.

Метою використання компанією зароблених медіаканалів (Earned Media) є формування щирого, позитивного, відкритого до комунікації образу бренду у свідомості користувачів сайту за рахунок запланованих та вже здійснених кампаній в інших медіаканалах. Цільова аудиторія залучається синергією дій клієнтів та ЗМІ

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.
Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. Кафедра маркетингу ТДАТУ