

**Міністерство освіти і науки України  
Рівненський державний гуманітарний університет**



**МАТЕРІАЛИ**  
*III Всеукраїнської  
науково-практичної конференції здобувачів  
вищої освіти та молодих науковців*

**„ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ  
ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА  
ОБҐРУНТУВАННЯ ТЕХНІЧНИХ І  
УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ”**

У рамках Всеукраїнського фестивалю науки

16 травня 2019 року  
м. Рівне

ББК 32.973

УДК 004+37.016:004(07)+33+005

П-75

**ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ  
ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ТЕХНІЧНИХ І  
УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ :**  
матеріали III Всеукраїнської науково-  
практичної конференції здобувачів  
вищої освіти та молодих науковців.  
*Рівне: РВВ РДГУ. 2019. 161 с.*

***Програмний комітет:***

**Постоловський Руслан Михайлович** – кандидат історичних наук, професор,  
ректор РДГУ – голова оргкомітету;

**Дейнега Олександр Вікторович** – доктор економічних наук, професор,  
проректор з наукової роботи РДГУ – заступник голови оргкомітету;

**Батишкіна Юлія Валеріївна** – кандидат технічних наук, доцент – заступник  
голови оргкомітету;

**Бомба Андрій Ярославович** – доктор технічних наук, професор;

**Войтович Ігор Станіславович** – доктор педагогічних наук, професор;

**Петрівський Ярослав Борисович** – доктор технічних наук, професор;

**Сяський Андрій Олексійович** – доктор технічних наук, професор;

**Юськів Богдан Миколайович** – доктор політичних наук, професор;

**Юхименко-Назарук Ірина Анатоліївна** – доктор економічних наук, професор;

**Бабич Степанія Михайлівна** – кандидат технічних наук, доцент;

**Барановський Сергій Віталійович** – кандидат технічних наук, доцент;

**Микитин Тарас Миронович** – кандидат технічних наук, доцент;

**Мороз Ігор Петрович** – кандидат фізико-математичних наук, доцент;

**Музичук Катерина Петрівна** – кандидат технічних наук, доцент;

**Павлова Наталія Степанівна** – кандидат педагогічних наук, доцент;

**Сілкова Галина Василівна** – кандидат педагогічних наук, доцент;

**Стрільчук Руслан Миколайович** – кандидат економічних наук, доцент;

**Тимошук Олександр Станіславович** – кандидат педагогічних наук, доцент;

**Хижнякова Надія Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент;

**Шахрайчук Микола Іович** – кандидат фізико-математичних наук, доцент;

**Биков Олександр Володимирович** – здобувач вищої освіти.

Рекомендовано до друку Вченою радою Рівненського державного  
гуманітарного університету (протокол №4 від 25.04.2018р.)

вдосконалення обліку готової продукції та її реалізації вважаємо за необхідне розмежувати витрати на збут, пов'язані з доведенням наявної продукції до споживача (тара, вантажні роботи, транспортування, складування тощо) та маркетингові витрати, що виникають у зв'язку з дослідженням ринку і стимулюванням попиту;

*для дебіторської заборгованості* – удосконалення обліку та аналізу дебіторської заборгованості і забезпечення своєчасного повернення заборгованості; збільшення кількості замовників підприємства, що дасть змогу мінімізувати ризик несплати заборгованості; створення резерву сумнівних боргів та розробка порядку його визначення; своєчасне здійснення контролю співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості; систематичне здійснення інвентаризації заборгованості;

*для грошей* – удосконалення системи розрахунків з покупцями та постачальниками; підтримання належного рівня ліквідності і прогнозування руху коштів на розрахунковому рахунку та здійснення контролю за ним; впровадження системи «Клієнт – Банк»; впровадження зарплатного проекту на підприємстві.

#### Список використаних джерел

1. Присяжнюк Б. П., Хижнякова Н. О. Удосконалення управління активами лісгосподарського підприємства. *Прикладні аспекти інформаційного забезпечення та обґрунтування технічних і управлінських рішень* : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих науковців. Рівне: РВВ РДГУ, 2018. С. 49-52.
2. Янковська В. А., Семенець А. О., Кузнецова С. О. Управління активами та пасивами підприємства. *Фінанси, банки, інвестиції*. 2013. № 6. С. 111-114.
3. Ізмайлова Н. В. Управління оборотними активами підприємств: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.08. ДВНЗ „Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”. Київ, 2009. 23 с.

## КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА УСПІШНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

*Рудик К. О., здобувач вищої освіти*

**Кондратюк М. М., викладач**

***Рівненський державний гуманітарний університет***

Сучасне середовище функціонування вищих навчальних закладів характеризується конкурентною боротьбою на ринку освітніх послуг. Така ситуація зумовлюється економічною та демографічною кризами, державною політикою у сфері освіти, спрощенням доступу громадян України до отримання освіти за межами держави тощо. З огляду на це, вітчизняні заклади освіти змушені шукати ефективні методи протидії як внутрішньому так і зовнішньому конкурентному тиску, спрямовувати зусилля на посилення власних конкурентних переваг, щоб вигідно позиціонувати себе в сучасному інформаційному просторі.

У загальному розумінні позиціонування навчального закладу – це комплекс заходів, що передбачає комунікаційна стратегія, спрямованих на формування іміджу та підтримку репутації. Реалізація даних заходів дозволяє закладу освіти посісти у свідомості цільової аудиторії власне, відмінне від інших та вигідне для себе місце, донести до споживача освітніх послуг ті вигоди і переваги, які він отримає від вибору запропонованих освітніх програм, показати партнерам шляхи співпраці з навчальним закладом [1]. Умовою успішного позиціонування ЗВО на ринку освітніх послуг є комунікаційна стратегія, що включає в себе набір найбільш ефективних інструментів впливу на цільову аудиторію і містить певну програму використання цих інструментів [2]. Комунікаційна стратегія нерозривно пов'язана з корпоративною, адже завданням останньої є створення відмінного від інших конкурентів шляху вперед, що ґрунтується на всіх наявних ресурсах та людському потенціалі, забезпечуючи безупинний розвиток та збільшення конкурентних переваг.

Формування комунікаційної стратегії передбачає визначення мети, цілей, завдань, каналів комунікації. Важливим при формуванні комунікаційної стратегії є врахування цільової аудиторії, на яку вона спрямовуватиметься. Цільову аудиторію формують потенційні абітурієнти – учні 10-11-х класів та студенти ЗВО 1-2-го рівнів акредитації; батьки, родичі, друзі та знайомі потенційних абітурієнтів; уже існуючі студенти університетів різних форм навчання; особи, що не вступили до ЗВО раніше; іноземні студенти, громадяни, посольства та консульства іноземних держав; органи влади та самоврядування різного рівня, громадські організації; керівники підприємств та установ тощо [3, с. 55]. При плануванні стратегії з комунікацій важливо окреслити очікувані результати та яким чином здійснюватиметься їхнє вимірювання.

З метою виявлення особливостей комунікаційних стратегій ЗВО та їх основних аспектів, було розглянуто стратегії розвитку вищих навчальних закладів Рівненської області – Національного університету «Острозька академія» та Національного університету водного господарства та природокористування, у яких представлені основні пріоритети комунікаційної політики. З огляду на проведені дослідження, можна виокремити наступні цілі та заходи, які в подальшому можуть стати основою комунікаційної стратегії Рівненського державного гуманітарного університету та сприятимуть налагодженню комунікації з цільовими аудиторіями цього ЗВО:

- **ціль № 1** – заявити про престижність навчання в даному закладі. Досягнути цієї цілі можна зосередившись на можливості освоєння сертифікатних програм, тобто, створенні спеціальної картки випускника, яка підтверджуватиме отримані ним додаткові знання та вміння (іноземні мови, поглиблені знання інформаційних технологій, організаторські та комунікативні навички тощо) і буде своєрідним знаком якості та гарантією для роботодавця. Можливість міжнародної співпраці закладу вищої освіти з іноземними партнерами (участі студентів та викладачів у міжнародних освітніх програмах, участь в освітньому процесі викладачів з іноземних ЗВО) теж є одним із заходів, які дозволять досягнути поставленої цілі.

- ціль № 2 – збільшення пізнаваності бренду університету серед громадськості. Для досягнення цього необхідно: розвивати представництво у соціальних мережах та місцевих ЗМІ; співпрацювати з громадськими організаціями, залучаючи студентів і викладачів до участі в громадських проектах та акціях; поширювати серед громадськості спеціальні рекламні продукти з символікою ЗВО: рекламні повідомлення на транспортних засобах, банерах, календарях, магнітах, одязі, браслетах, стікерах, наклейках, папках, ручках тощо;
- ціль № 3 – подолання комунікативних бар'єрів між ЗВО та цільовою аудиторією. Досягнення цієї цілі стає реальним завдяки використанню соціальних мереж, комунікаційних можливостей сайту ЗВО та розробці власних електронних платформ для взаємодії з цільовими аудиторіями, наприклад, мобільні додатки. При цьому особливу увагу приділити для налагодження двосторонньої комунікації з цільовою аудиторією.

Для кожного завдання необхідно визначити конкретний дієвий інструмент. Важливим є визначення часових рамок, по завершенню яких результативність комунікаційної стратегії потрібно оцінити і скласти план подальших дій.

Зазначимо, що умовою успішної реалізації корпоративної стратегії є зосередження на відкритості навчального закладу, рівні поінформованості оточуючого середовища щодо його діяльності, наукових та творчих досягнень його викладачів і студентів, налагодженні якісного зворотного зв'язку з усіма учасниками навчально-виховного процесу.

#### Список використаних джерел

1. Котеленець В. Інтернет як комунікаційний канал позиціонування навчального закладу на ринку освітніх послуг. URL: [http://umo.edu.ua/images/content/nashi\\_vydanya/stud\\_almanah/v\\_1/27.pdf/](http://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/stud_almanah/v_1/27.pdf/).
2. Побережна М. П. Комунікаційна стратегія: основні поняття та визначення. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/23908/1/6.pdf>.
3. Телетов О. С., Провозін М. В. Рекламна діяльність вищого навчального закладу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. №2. С. 53-65.

## СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПЕРСОНАЛОМ

*Денисюк Є. В., здобувач вищої освіти*

**Пляшко О. С., кандидат економічних наук, доцент  
Рівненський державний гуманітарний університет**

Облік розрахунків з персоналом є однією з найбільш складних, відповідальних та важливих ділянок облікового процесу для будь-якого суб'єкта господарювання. З одного боку, він регламентований нормативно на рівні держави (галузей, регіонів), що передбачає дотримання соціальних гарантій і стандартів, загальнообов'язкового оподаткування і звітності, а з іншого – внутрішніми документами на підприємстві і визначає безпосередньо особливості організації трудових відносин та розрахунків.

## ЗМІСТ

### НАПРЯМ «ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ»

<b>Антонюк Я. В., Орлов О. Г. ШКОЛИ МЕНЕДЖМЕНТУ .....</b>	<b>3</b>
<b>Бакай М. В., Хижнякова Н. О. ВИКОРИСТАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ В ЕКОНОМІЧНОМУ АНАЛІЗІ .....</b>	<b>5</b>
<b>Баранецька О. С., Берташ Б. М. ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>7</b>
<b>Березюк П., Бобровський А. Л. РОЗВИТОК АЛЬТЕРНАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ В УКРАЇНІ .....</b>	<b>9</b>
<b>Бичковський А. І., Крет Р. М. ПР-КОМУНІКАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТИВНИХ КЛУБІВ УКРАЇНИ.....</b>	<b>11</b>
<b>Вишневський М. М., Мединська Т. І. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ОПТОВОЇ ФІРМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....</b>	<b>13</b>
<b>Головій О. В., Бучковська О. Ю. СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО СТРУКТУРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО РИНКУ .....</b>	<b>15</b>
<b>Гуньо О. В., Пляшко О. С. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....</b>	<b>16</b>
<b>Зайцев Р. О., Сяська О. В. УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТНОЮ ПОЛІТИКОЮ ХЛІБОБУЛОЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>17</b>
<b>Кокора І. О., Бобровський А. Л. СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>19</b>
<b>Корсюк М. А., Матусевич К. М. РОЗКВІТ ТА ЗАНЕПАД ЗОЛОТОГО СТАНДАРТУ .....</b>	<b>22</b>
<b>Корсюк М. А., Орлов О. Г. ТРУДОВА МІГРАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ.....</b>	<b>24</b>
<b>Крохмалюк М. В., Димченко Н. С. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....</b>	<b>27</b>
<b>Куліш О. С., Крет О. В. ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ЯК СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ СПОРТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....</b>	<b>30</b>
<b>Лісова О. А., Крет О. В. ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЖІНКИ-ЛІДЕРА В СУЧАСНИХ УМОВАХ .....</b>	<b>32</b>
<b>Ляховчук М. В., Крет Р. М. ВНУТРІШНІЙ МАРКЕТИНГ ЯК РУШІЙНА СИЛА УСПІШНОЇ КОМПАНІЇ.....</b>	<b>34</b>
<b>Марченко Т. В., Сілкова Г. В. МЕТОДИКА ПІДГОТОВКИ АНАЛІТИЧНОГО ОГЛЯДУ (НА ПРИКЛАДІ ПРОБЛЕМИ «ПРЕЗИДЕНТСЬКІ ВИБОРИ В УКРАЇНІ») .....</b>	<b>36</b>
<b>Марчук А. Ю., Веремчук О. В. ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТООБІГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДКРИТОСТІ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ .....</b>	<b>38</b>

<b>Маслянчук І. М., Пелех О. Б. РОЗВИТОК МЕБЛЕВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>40</b>
<b>Мединська Т. І. ПЕРЕДУМОВИ І НАСЛІДКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІЛІЙ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ США ДЛЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....</b>	<b>42</b>
<b>Мельничук С. О., Крет О. В. СПЕЦИФІКА НАЛАГОДЖЕННЯ PR-КОМУНІКАЦІЇ МІЖ ОРГАНАМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ І ГРОМАДСЬКІСТЮ.....</b>	<b>45</b>
<b>Орлов О. Г. ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ.....</b>	<b>47</b>
<b>Парчук А. В., Крет О. В. «БЮДЖЕТ УЧАСТІ» ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ДОЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ РІВНОГО ДО ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ МІСТА.....</b>	<b>48</b>
<b>Пахомова С. В. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ І РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ НАУКОВО-МЕТОДИЧНОЇ РОБОТИ ОСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ.....</b>	<b>50</b>
<b>Пінчук К. П., Заглинська Л. В. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>52</b>
<b>Примак О. І., Гоголь Т. В. УКРАЇНА У ПРОЦЕСАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ.....</b>	<b>54</b>
<b>Присяжнюк Б. П., Хижнякова Н. О. МОЖЛИВОСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ СЛ ТЗОВ «ЛОКАЧИНСЬКИЙ ЛІСГОСП».....</b>	<b>56</b>
<b>Рудик К. О., Кондратюк М. М. КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА УСПІШНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ.....</b>	<b>58</b>
<b>Денисюк Є. В., Пляшко О. С. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПЕРСОНАЛОМ.....</b>	<b>60</b>
<b>Семканич А. В., Машта Н. О. СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ.....</b>	<b>62</b>
<b>Сочинська А. І., Савченко О. Р. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ.....</b>	<b>64</b>
<b>Тимошук А. О., Дейнега О. В. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ГОЩАНСЬКІЙ МІЖЛІКАРНЯНІЙ АПТЕЦІ.....</b>	<b>66</b>
<b>Тимчук А. М., Бучковська О. Ю. МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАВА НА ДОСТУП ДО ПУБЛІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>68</b>
<b>Федас Т. В., Черніговець Т. І. ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ОПЕРАТОРІВ ЯК КОМПОНЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....</b>	<b>70</b>
<b>Харчук А. В., Дейнега О. В. УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ДП «КОСТОПІЛЬСЬКИЙ ЛГ».....</b>	<b>73</b>
<b>Черначук Ю. Р., Орлов О. Г. МЕТОДИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ.....</b>	<b>75</b>
<b>Шевчук В. І., Бобровський А. Л. РОЛЬ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....</b>	<b>77</b>

<b>Шелест О. О., Машта Н. О. УПРАВЛІННЯ АСОТИМЕНТОМ ЯК ВАГОМА СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....</b>	<b>79</b>
<b>Юрко М. С., Пашніна А. О. УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....</b>	<b>81</b>
<b>Юрковець А. В., Юхименко-Назарук І. А. МІСЦЕ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ В СИСТЕМІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....</b>	<b>83</b>
<b>Яковлева Г. О., Поляк К. Ю. ДЕЯКІ ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА .....</b>	<b>85</b>
<b>Яконюк М. В., Пашніна А. О. КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....</b>	<b>87</b>
<b>Яроша А. В., Микитин Т. М. ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ У РОБОТІ СОЦІАЛЬНИХ СЛУЖБ .....</b>	<b>89</b>

### **НАПРЯМ «МОДЕЛЮВАННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ»**

<b>Антонюк М. С., Генсіцька-Антонюк Н. О. ІНТЕРАКТИВНА ДОШКА: ІСТОРИЧНИЙ ОГЛЯД.....</b>	<b>91</b>
<b>Білець Д. О., Трохимчук М. С., Остапчук Н. О. ДОБІР КОМПОНЕНТІВ ДЛЯ СУЧАСНОГО КОМП'ЮТЕРА.....</b>	<b>93</b>
<b>Гаврюсева Т. О., Гаврюсев С. М. ВИКОРИСТАННЯ SMS ПРИ СТВОРЕННІ НАВЧАЛЬНИХ РЕСУРСІВ .....</b>	<b>94</b>
<b>Гнедко Н. М. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІЙ ІНЖЕНЕРНО-ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ.....</b>	<b>96</b>
<b>Годованюк О. С., Остапчук Н. О. МЕРЕЖА FACEBOOK У ПРОСТОРІ СУЧАСНИХ МЕДІА .....</b>	<b>98</b>
<b>Гойда В. О., Остапчук Н. О. ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ FACEBOOK ДЛЯ НАВЧАННЯ ВЕБ-ДИЗАЙНУ.....</b>	<b>100</b>
<b>Демчук В. О., Батишкіна Ю. В. РОЗРОБКА ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОГО ПОРТАЛУ ДЛЯ ШКОЛЯРІВ.....</b>	<b>101</b>
<b>Дуляк І. А., Музичук К. П. ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ЕКСКУРСІЙ .....</b>	<b>103</b>
<b>Касянчук В. О., Войтович І. С. СТВОРЕННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ВИДАНЬ НАВЧАЛЬНИХ ПОСІБНИКІВ.....</b>	<b>104</b>
<b>Козак Ю. О., Бабич С. М. СТВОРЕННЯ КОМП'ЮТЕРНОЇ ГРИ «МАТЕМАТИКС».....</b>	<b>106</b>
<b>Козак Ю. О., Шроль Т. С. ВИКОРИСТАННЯ TUTORS ПАКЕТУ MAPLE ПРИ ВИВЧЕННІ ВИЩОЇ МАТЕМАТИКИ .....</b>	<b>107</b>
<b>Кондратюк М. М. ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОГО ОСВІТЬОГО ПРОСТОРУ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ДОКУМЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ СФЕРИ .....</b>	<b>109</b>



<b>Кубова В. В., Ступницька Н. І. АЛГОРИТМ РОЗРАХУНКУ ПОКАЗНИКА ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ.....</b>	<b>111</b>
<b>Кузько М. С. ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ГЕОЛОГІЧНИХ СПЕЦІАЛІЗАЦІЙ .....</b>	<b>113</b>
<b>Кулакевич Л. М., Шинкарчук Н. В. ТЕХНОЛОГІЯ ДВОФАКТОРНОЇ АУТЕНТИФІКАЦІЇ В ОБЛІКОВОМУ ЗАПИСІ GOOGLE.....</b>	<b>115</b>
<b>Мішеченко В. В. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМП'ЮТЕРНОГО СУПРОВОДУ УРОКІВ МУЗИКИ В ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ .....</b>	<b>117</b>
<b>Мозуль І. В. ЗАСТОСУВАННЯ ІКТ У МОДЕЛЮВАННІ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ З ПРИРОДОЗНАВСТВА В НОВІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ШКОЛІ .....</b>	<b>120</b>
<b>Мусій Л. Е., Бабич С. М. ОФІСНИЙ ПАКЕТ АРАСНЕ OPENOFFICE ТА ЙОГО МОЖЛИВОСТІ .....</b>	<b>121</b>
<b>Остапчук В. О., Крайчук О. В. ВИКОРИСТАННЯ СЕРВІСУ YOUTUBE ДЛЯ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ .....</b>	<b>123</b>
<b>Остапчук У. В., Остапчук Н. О. ДОБІР БАЗИ ДАНИХ ДЛЯ РОЗРОБКИ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ .....</b>	<b>125</b>
<b>Парфенюк М. С., Шинкарчук Н. В. СТАНДАРТ ЗВ'ЯЗКУ 5G ЯК КАТАЛІЗАТОР РОЗВИТКУ ІОТ.....</b>	<b>127</b>
<b>Петрик Я. Ф., Музичук К. П. ВИКОРИСТАННЯ ГЕОСЕРВІСІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ НАУКОВОГО ІНТЕРЕСУ В УЧНІВ.....</b>	<b>129</b>
<b>Пилипюк Т. В., Павлова Н. С. РОБОТА У WIKI-СЕРЕДОВИЩІ НА ПРИКЛАДІ WIKIПЕДІЇ .....</b>	<b>130</b>
<b>Полюхович Н. В. ВИКОРИСТАННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ EXCEL ПРИ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН.....</b>	<b>132</b>
<b>Прокопчук Т. Г., Войтович І. С. ПРОСУВАННЯ ВИДАННЯ ДО НАУКОМЕТРИЧНИХ БАЗ ДАНИХ .....</b>	<b>133</b>
<b>Рибак Г. М., Шакура Н. В., Бабич С. М. КРИПТОГРАФІЧНІ АЛГОРИТМИ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ ДЛЯ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ .....</b>	<b>135</b>
<b>Рибак Г. М., Шроль Т. С. РОЗВ'ЯЗУВАННЯ ДИФЕРЕНЦІАЛЬНИХ РІВНЯНЬ В СИСТЕМІ MAPLE .....</b>	<b>137</b>
<b>Сардарян А. В., Батишкіна Ю. В. РОЗРОБКА ВІРТУАЛЬНОЇ КАРТИ УНІВЕРСИТЕТУ .....</b>	<b>140</b>
<b>Сіранчук В. О., Шинкарчук Н. В. ВИКОРИСТАННЯ СІМЕЙСТВА ОДНОПЛАТНИХ КОМП'ЮТЕРІВ RASPBERRY PI В ПІДГОТОВЦІ ІТ-ФАХІВЦІВ .....</b>	<b>141</b>
<b>Сойко К. М., Остапчук Н. О. ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ FACEBOOK ДЛЯ ПОТРЕБ СУЧАСНОГО ВЧИТЕЛЯ ІНФОРМАТИКИ.....</b>	<b>143</b>
<b>Ставчук Н. В., Долинський Є. В. ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ПЕРЕКЛАДАЧІВ ДО ЗДІЙСНЕННЯ ПИСЬМОВОГО ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ .....</b>	<b>144</b>
<b>Титаренко Н. А., Остапенко Л. П. ВИБІР СЕРЕДОВИЩ ДЛЯ НАВЧАННЯ УЧНІВ 9 КЛАСІВ ОСНОВАМ ТРИВИМІРНОЇ ГРАФІКИ.....</b>	<b>146</b>

<b>Шидловський А. І.</b> ВПЛИВ STEM-ГРАМОТНОСТІ ТА МЕДІА-ГРАМОТНОСТІ НА СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ТВОРЧОЇ ОСОБИСТОСТІ ВИПУСКНИКА ЗВО .....	148
<b>Шліхта В. А.</b> ОСНОВНІ МЕТОДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЙ РОЗРОБКИ ПІД IOS .....	150
<b>Ярмошук В. В., Кондратюк М. М.</b> ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ .....	152
<b>Ярошак С. В.</b> МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ БАГАТОФАЗНОЇ НЕІЗОТЕРМІЧНОЇ ФІЛЬТРАЦІЇ З УРАХУВАННЯМ КАПЛЯРНОГО ЕФЕКТУ .....	154