

**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.)

8. Григорова З. В., Мудрієвська Ю. О. Конкурентне середовище: складові та вплив на діяльність підприємства. *Менеджмент виробництва*. 2010. Т. 2. Вип. 28. С. 126–130.
9. Колесніков Г. О. Менеджерський словник. Київ: Волинський інститут економіки і менеджменту, 2007. 412 с.

## **ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ У РОБОТІ СОЦІАЛЬНИХ СЛУЖБ**

*Яроша А. В., здобувач вищої освіти*

**Микитин Т. М., кандидат технічних наук, доцент**  
**Рівненський державний гуманітарний університет**

Соціальний маркетинг на сьогоднішній день проникає в різні сфери, де соціальна гармонія та соціальних рух являється першочерговим пріоритетом. Він розглядається як узгодження інтересів соціальних організацій, споживачів та всього суспільства. З іншої сторони використання концепції соціально-етичного маркетингу, запропонованого Ф. Котлером надає комерційним підприємствам ряд переваг у комунікації із своїми клієнтами [2, с. 29]. Тому важливо розділити соціальну спрямованість маркетингової діяльності, яку використовують комерційні організації від використання елементів маркетингу організаціями, які надають соціальні послуги.

Дослідженню проблем соціального маркетингу висвітлено в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як М. Бейкера, А. Романова, Р. Багоцці, Х. Хаканссона, Г. Тульчинського, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, В. А. Полторака та інших [4, с. 68].

Маркетинг як комерційна діяльність сформувався на початку XIX ст. У 80-роках минулого століття маркетингова діяльність стала більше орієнтуватись на потреби споживачів та задоволення їх більш ефективними методами із поліпшенням добробуту споживачів та суспільства в цілому, що відповідає концепції соціально-етичного маркетингу. В цей час активного розповсюдження отримує маркетинг послуг та маркетинг ідей.

Виникнення некомерційного маркетингу можна пов'язувати з розвитком його соціальних складових, що впливають на спосіб життя як окремої людини, так і суспільства в цілому: маркетингу послуг, соціально-етичного маркетингу, маркетингу організацій і суспільного маркетингу [1, с. 196].

Саме соціальний маркетинг – це розробка, запровадження в життя і контроль за виконанням програм, що мають на меті добитися сприйняття цільовою групою суспільної ідеї. Для досягнення результату вдаються до сегментації ринку, вивчення споживачів, розробки задуму, розробки комунікацій тощо. При поділі суспільства на сегменти (соціальні групи і прошарки) необхідно уточнити, які групи є найбільш вразливими і менш соціально захищеними для того, щоб почати забезпечувати соціальні заходи, і в першу чергу для цих груп населення.

Оскільки соціальні проблеми є дуже складними і взаємозалежними, їх вирішення має здійснюватися в комплексі зі специфікою соціально – економічних,

історичних, релігійних, культурних особливостей регіону. Соціальний маркетинг як вид управлінської діяльності широко застосовується для проведення заходів, пов'язаних із здоровим способом життя, профілактики соціального сирітства та будь – якого з видів насильства тощо. Це своєрідний синтез і специфічна функція соціального управління, і особливий вид планової діяльності різних суб'єктів управління, а також один із інструментів соціальної політики [3, с. 25]. В даному випадку мета соціального маркетингу – це вирішення існуючої соціальної проблеми, сприяння поліпшення життя окремої людини і суспільства загалом.

На сьогодні соціальний маркетинг вимагає виконання ряду кроків для донесення товарів і послуг, програм або інформації до громадськості чи певної групи людей. Це розробка програм на користь всього суспільства.

Соціальний маркетинг в першу чергу взяли на озброєння некомерційні, громадські організації, які надають послуги своїм членам. Успішна діяльність таких організації – це пошук коштів на реалізацію своїх проектів, які продиктовані статутними положеннями організації. Чим більші кошти має некомерційна організація, тим ефективніша, масштабніша й більш професійна її діяльність, тобто створюються повноцінні умови для використання принципів некомерційного маркетингу як системи управління даною організацією.

Перспективою розширення граней соціального маркетингу в сфері соціальної роботи є удосконалення системи державного регулювання та матеріальної підтримки проектів та програм, які безперечно дають вагомий вплив на суспільну думку та погляди у вирішення суспільних питань.

На сьогодні активно використовують елементи соціального маркетингу органи державної влади, які надають соціальні послуги. Нова особлива роль соціальної сфери у суспільстві потребує адекватних зрушень у державній політиці, глибокого – а подекуди і докорінного – реформування чинних систем управління, зокрема фінансування. Використання соціального маркетингу у даному випадку допоможе соціальній сфері більш ефективно виконувати свою функцію, привертати увагу до важливості виконання соціальних послуг у державі.

Комплексна реформа соціальної сфери не гарантує швидкого і кардинального вирішення соціальних проблем, але запобігатиме їх поглибленню та, за умови послідовних і системних дій всіх владних структур, дадуть змогу побудувати в Україні ефективну соціальну систему.

#### Список використаних джерел

1. Акімов Д. Соціальний маркетинг: предмет і основні типи. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2009. № 1. С. 186-203.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Москва: Прогресс, 1991. № 1. С.21-27.
3. Полторак В. А. Маркетинговий підхід до аналізу соціальних змін в українському суспільстві. *Вісник ХДАУ*. №1, 2008. С. 23-28.
4. Хамідова А. Соціально відповідальний маркетинг підприємств: огляд нормативної бази. *Маркетинг в Україні*. 2008. № 2. С. 68-69.

## 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