

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



**МАТЕРІАЛИ**  
*Всеукраїнської*  
*науково-практичної конференції студентів*  
*та молодих науковців*

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

16 травня 2017 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 Всеукраїнської науково-  
практичної конференції студентів та  
молодих науковців. - Рівне: РВВ РДГУ.-  
2017.- 163 с.**

***Програмний комітет:***

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

**Дейнега Олександр Вікторович** – кандидат 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;

**Камінська Ольга Володимирівна** – доктор психологічних наук, професор;

**Корсак Віктор Іванович** – доктор економічних наук;

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

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

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

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

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

**Заглинська Любов Василівна** – кандидат економічних 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;

**Петренко Сергій Вікторович** – кандидат педагогічних наук, старший викладач;

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

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

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

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

**Юхименко-Назарук Ірина Анатоліївна** – кандидат економічних наук, доцент.

Рекомендовано до друку Вченою радою Рівненського державного  
гуманітарного університету (протокол №5 від 27.04.2017р.)

## ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ ДИЗАЙНУ УПАКУВАННЯ ТОВАРУ

*Кузьмич Л. М., студент*

**Дейнега І. О., кандидат економічних наук, доцент**  
**Рівненський державний гуманітарний університет**

Упаковка - це частина маркетингу, яка часто працює як пряма реклама, привертаючи увагу споживача [1, с.257]. Вона повинна бути нескладною при виробництві, економічною, тобто порівняно недорогою по відношенню до продукту, що в ній міститься, міцною, захищати товар та відповідати екологічним стандартам. Оскільки споживачі стали більш вимогливим і почали більше розбиратися у брендах, графічний дизайн упаковки в свою чергу став ще більш систематизованим, причому для просування ідеї товарної лінійки використовуються спеціальні графічні прийоми. Важливим критерієм упаковки став так званий «імпульс прилавка» [2, с.202].

Дуже важливого значення набуває у сучасному дизайні упакування таке поняття як семіотика, оскільки дизайн заснований і працює на знаковій системі, вся його структура – це система знаків, образів та їх значень. Дослідники виділяють таке поняття, як ступінь запам'ятовування (показує, наскільки споживачі запам'ятали інформацію про продукт, подивившись на його упаковку). При цьому вивчають ступінь значимості, важливості (ментальне трактування), що виражає зразкове міркування покупця про те, що йому не стільки важливо запам'ятати продукт, скільки побачити його упаковку. Окрім цього, дуже поширеним серед зразків сучасного дизайну упаковки є такий тренд, де упаковка містить ідентифікатори колірною смаку або ілюстрації смаку. Формальні ознаки дизайну упаковки емоційно-психологічно впливають на людину. У наочній формі упаковка може бути зримим виразом тієї або іншої соціальної спільності людей. Через естетично значущу, виразну форму речі дизайнер дістає можливість «закодувати» у певному дизайн-продукті деяку істотну інформацію.

Сучасні дизайнери у галузі упаковки все частіше використовують у своїх роботах прийоми типографіки. Типографіка – це творче перетворення друкарського тексту в елемент графічного оформлення, створюючи художні образи за допомогою моделювання і монтажу тексту. Найбільш поширеними прийомами типографіки на сьогодні є: використання авторської рисованої графіки та фактурних матеріалів, своєрідне поєднання кольорів, всебічне застосування ефектних фотозображень, що сприяє виразності та запам'ятовуванню. Набагато цікавішими є бренди «з ідеєю», що володіють яскравою індивідуальністю. Підтверджено, що трохи гумору і легковажності у дизайні розташовують споживача до подальшого знайомства з продуктом [3].

На думку Патриції Вердоліно, директора з роботи з клієнтами в «Landor» в Нью-Йорку, інноваційною упаковкою можна вважати таку, яка дозволяє при максимальній економії ресурсів «доставити» продукт найбільш ефективно. Наприклад, нова молочна упаковка власної торгової марки мережі «Walmart» стала більш ефективною за витратами на логістику, тому що персонал для доставки продукту скоротили на 50 %, а водоспоживання з 70 % до 60 %. Нова форма упаковки дозволяє помістити 224

контейнери на тій же площі, де раніше містилися тільки 80 контейнерів з продукцією [4]. Споживча упаковка повинна бути зручною в застосуванні, привабливою для ока, компактною (тобто забезпечувати раціональне використання торговельних площ), мати захисні властивості (оберігати вміст від ушкоджень).

Однак виникає два суперечливих моменти. З одного боку, споживач явно буде зацікавлений у нестандартній, небуденній упаковці незвичайної форми і габаритів. З іншого - така упаковка суперечить вимогам усіх ланок логістичного ланцюга [5].

Ідеальна споживча упаковка, що подобається покупцям через свої незвичні форми і габарити, є з тих же причин найгіршою упаковкою для транспортної та складської логістики. Упаковка повинна бути зручною для навантаження і розвантаження, зберігання та розміщення на полицях. Вона не повинна займати більше місця на полицях, ніж упаковка іншого товару в даній секції. Ідеальною формою упаковки є куб, але зустрічається така упаковка надзвичайно рідко. У квадратних пляшок є певні переваги перед традиційними пивними банками і пляшками. Їх зручно упаковувати, транспортувати, виставляти на полиці в магазинах, перевозити в машині або в сумці. Такі пляшки впевнено стоять навіть на віброуючих нестійких поверхнях [6].

Отже, грамотний дизайн упаковки стимулює споживачів купувати продукт, він інформує, привертає унікальним виглядом, і дає продукту образ, що легко запам'ятовується. У дизайні упаковки можна помітити п'ять основних трендів. По-перше, більшої актуальності набуває семіотика у дизайні упаковки, але замість суворого аскетизму ми спостерігаємо розквіт ефектної виразності. По-друге, шрифт стає одним з основних елементів графічного рішення упаковки. По-третє, присутня тенденція звертання до минулого, ностальгія, яка дає відчуття впевненості. По-четверте, продовжує зростати сегмент ексклюзивної упаковки, яка ідеалізує продукт, викликає приємні асоціації. Привертають увагу ті зразки упаковки, ніби зроблені ручним методом, оскільки речі, які мають красу і естетичний вид ручної роботи, є набагато більш емоційними і досконаліми. По-п'яте, тренд вільної художньої експресії в дизайні упаковки виступає основною рушійною силою, яка відкриває свободу творчості, не порушуючи цілісності бренду.

#### Список використаних джерел

1. Лук'янець Д.Г. Маркетингова політика комунікацій / Д.Г. Лук'янець. – К.: КНЕУ. – 1998. – 257 с.
2. Фиелл Шарлотт Энциклопедия дизайнера: концепции, материалы, стили / Шарлотт Фиелл, Питер Фиелл. – Москва: АСТ Астрель. – 2008. – 202 с.
3. Меркульев А. Инновации в дизайне упаковки [Режим доступа]: <http://www.cispack.com>
4. Иванова И. Игра на понижение [Электронный ресурс]: И. Иванова. Продвижение продовольствия. — Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>.
5. Перник Д. Логистика и маркетинг: проблемы взаимодействия [Электронный ресурс]: Д. Перник. Технологии корпоративного управления. — Режим доступа: <http://www.iteam.ru>.

6. Ромайн П. [Електронний ресурс]: «Heineken» Петит Ромайн. — Режим доступу: — <http://www.upakovano.ru>.

## ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

*Куликович Т. С., студент*

**Марценюк В. В., викладач**

*Рівненський державний гуманітарний університет*

Ефективність економіки будь-якої держави в першу чергу визначається якістю наявних трудових ресурсів та способом їх включення у виробництво, адже основною продуктивною силою в економічній системі є люди з їхніми вміннями, здібностями та можливостями. Якісне відтворення людських ресурсів, формування трудового потенціалу та раціональне його використання – все це залежить від управління людськими ресурсами на всіх рівнях. Управління персоналом, складний процес який відбувається як на рівні держави, так і на рівні підприємства. Зміст управління трудовими ресурсами на рівні підприємства передбачає вирішення наступних основних завдань:

- визначення потреби підприємства у працівниках необхідних спеціальностей та необхідної кваліфікації;
- аналіз ринку праці і управління зайнятістю;
- підбір і адаптація персоналу;
- планування кар'єри співробітників підприємства, їх професійного та кар'єрного зростання;
- забезпечення належних умов праці, у тому числі сприятливої для людини соціально-психологічної атмосфери;
- організація трудових процесів, їх координація, аналіз витрат та результатів праці, встановлення оптимального співвідношення між кількістю одиниць обладнання та чисельністю персоналу різних груп;
- розробка систем мотивації для ефективної діяльності;
- обґрунтування структури доходів, ступеня їх диференціації, проектування систем оплати праці;
- організація винахідницької та раціоналізаторської діяльності;
- участь у проведенні тарифних переговорів між представниками роботодавців і працівників;
- управління конфліктами;
- профілактика девіантної поведінки [1, с.13].

На сьогоднішній день існує багато як теоретичних так і практичних методів, які допомагають правильно керувати персоналом. Проблеми в управлінні персоналом стосуються не тільки керівників компаній, але і не дозволяють розвиватися та ефективно працювати співробітникам. Іноді керівник застосовує таку систему управління працівниками при якій встановлюються як би «ідеальні» стосунки – співробітники не ухиляються від роботи, а керівник не висловлює претензії та вимоги.

## ЗМІСТ

### НАПРЯМ «ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ»

<b>Dolyns'ka O. O. SOCIO-HISTORICAL RECREATIONAL POTENTIAL OF KHMELNYTSKA REGION .....</b>	<b>3</b>
<b>Shelestyuk K. V., Stupnitska N. I. MODERN PROBLEMS OF FINANCING THE ROAD CONSTRUCTION IN UKRAINE.....</b>	<b>4</b>
<b>Баранецька О. С., Щесюк С. В. КОМУНІКАЦІЯ В ТУРИЗМІ І ЧИННИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ .....</b>	<b>9</b>
<b>Бенещук Т. В., Димченко Н. С. РОЛЬ РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УСПІШНОМУ ФУНКЦІОНУВАННІ ПІДПРИЄМСТВА .....</b>	<b>12</b>
<b>Васюк О. О., Дейнега І. О. МЕТОДИКИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРУ .....</b>	<b>14</b>
<b>Васюк О. О., Заглинська Л. В. БІДНІСТЬ В УКРАЇНІ: СУТЬ, ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ .....</b>	<b>15</b>
<b>Глушкова С. А., Берташ Б. М. УПРАВЛІННЯ УЧАСТЮ МІСЦЕВИХ ГРОМАД В ПРОГРАМАХ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА .....</b>	<b>17</b>
<b>Головій Л. П., Димченко Н. С. СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ.....</b>	<b>19</b>
<b>Гуцько О. В., Сяська О. В. ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ ДЛЯ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ УТИЛІЗАЦІЇ СМІТТЯ В УКРАЇНІ .....</b>	<b>22</b>
<b>Димченко Н. С. ОСОБЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЙ НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ, ЯК МИСТЕЦТВО УПРАВЛІННЯ .....</b>	<b>24</b>
<b>Драпата М. Б., Дейнега І. О. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ .....</b>	<b>25</b>
<b>Жайворон А. І., Щесюк С. В. ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ ВІД ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЇ .....</b>	<b>27</b>
<b>Захожа Т. О., Дейнега І. О. РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, МОЖЛИВОСТІ ТА ВИДИ .....</b>	<b>30</b>
<b>Клімович З. А., Димченко Н. С. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПРОБЛЕМ ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ.....</b>	<b>32</b>
<b>Косик А. А., Якимчук А. Ю. ВЛИЯНИЕ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ НА ПРОЦЕСС ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА.....</b>	<b>34</b>
<b>Кравчук А. О., Самборський І. О. ПРОБЛЕМИ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ТА ШЛЯХИ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ .....</b>	<b>36</b>
<b>Кравчук Я. А., Сяська О. В. ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ: ВНУТРІШНІ ФАКТОРИ ТА ЗОВНІШНІЙ ВПЛИВ НА ФІНАНСОВУ СФЕРУ .....</b>	<b>38</b>
<b>Кузьмич Л. М., Дейнега І. О. ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ ДИЗАЙНУ УПАКУВАННЯ ТОВАРУ .....</b>	<b>41</b>

<b>Куликович Т. С., Марценюк В. В. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА .....</b>	<b>43</b>
<b>Левчишин В. О., Марценюк В. В. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ПРАКТИКИ ДОРАДНИЦТВА В АГРОМАРКЕТИНГУ .....</b>	<b>45</b>
<b>Левчишин В. О., Орлов О. Г. ЕКОНОМІЧНІ ВІЙНИ У СВІТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ .....</b>	<b>47</b>
<b>Лисюк К. В., Дейнега І. О. МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ РЕКЛАМИ НА ПСИХОЛОГІЮ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА.....</b>	<b>49</b>
<b>Майоха А. О., Дейнега І. О. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ .....</b>	<b>51</b>
<b>Малишева Д. О., Дейнега І. О. ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЗМІСТУ ПОНЯТТЯ ІМІДЖ ОРГАНІЗАЦІЇ.....</b>	<b>53</b>
<b>Новак В. В., Гоголь Т. В. ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОЇ ВАЛЮТНОЇ СИСТЕМИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....</b>	<b>54</b>
<b>Оліферчук А. В., Орлов О. Г. ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ, ЯК НЕВІД'ЄМНА ЛАНКА УСПІШНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....</b>	<b>56</b>
<b>Полюхович А. М., Щесюк С. В. СЕГМЕНТАЦІЯ ТА ПСИХОГРАФІЧНІ ТИПИ СПОЖИВАЧІВ ЗА СТИЛЕМ ЖИТТЯ .....</b>	<b>58</b>
<b>Ромашук О. В., Хижнякова Н. О. ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ПУБЛІЧНИХ ЗАХОДІВ У МОЛОДІЖНИХ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ .....</b>	<b>61</b>
<b>Савицька І. О., Машта Н. О. ОСОБЛИВОСТІ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ХЛИБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ.....</b>	<b>63</b>
<b>Стоялівська Н. О., Дейнега І. О. ЦІНОВІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА.....</b>	<b>65</b>
<b>Тимошук А. О., Щесюк С. В. ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ІДЕЙ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ .....</b>	<b>67</b>
<b>Трибушиніна Ю. С., Дейнега О. В. СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ .....</b>	<b>70</b>
<b>Фалат І. О., Нікшич С. М. ПРОБЛЕМИ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>72</b>
<b>Шевченко К. В., Машта Н. О. ОСОБЛИВОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ФЕРМЕРСЬКИМИ ГОСПОДАРСТВАМИ .....</b>	<b>74</b>
<b>Шелестюк К. В., Заглинська Л. В. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ДОБРОБУТ НАСЕЛЕННЯ.....</b>	<b>76</b>
<b>Ярошук В. В., Якимчук А. Ю. ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ЯК УМОВА РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ.....</b>	<b>79</b>

**НАПРЯМ «ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ»**

<b>Алексюк Ю. А., Вороницька В. М. РОЗРОБКА ПРОГРАМНИХ ЗАСТОСУВАНЬ В MS VISUAL STUDIO C++ 2012 ДЛЯ РОБОТИ З ГРАФІЧНИМИ ІНТЕРФЕЙСАМИ WINFORMS .....</b>	<b>82</b>
<b>Вальчевський В. М., Каштан С. С. РОЗРОБКА ІГРОВИХ-ЗАСТОСУВАНЬ ЗА ДОПОМОГОЮ МОВИ ПРОГРАМУВАННЯ JAVASCRIPT .....</b>	<b>84</b>
<b>Вох Д. С., Батишкіна Ю. В. РОЗРОБКА АДАПТИВНОГО БІЗНЕС МЕСЕНДЖЕРА .....</b>	<b>85</b>
<b>Гаврюсева Т. О., Гаврюсев С. М. ВИВЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ, ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕДАГОГІЧНИХ ПРОФЕСІЙ МАЙБУТНЬОГО .....</b>	<b>87</b>
<b>Гнедко Н. М. ХМАРНІ СЕРВІСИ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ .....</b>	<b>89</b>
<b>Долинський Є. В. ТЕСТУВАННЯ ЯК ОБ'ЄКТИВНИЙ ЗАСІБ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ СТУДЕНТІВ В ІНФОРМАЦІЙНО-ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ .....</b>	<b>91</b>
<b>Єрмейчук В. А., Батишкіна Ю. В. МУЛЬТИКОРИСТУВАЦЬКА АВТОМАТИЗОВАНА ПРОГРАМНА СИСТЕМА ПРОВЕДЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ОЛІМПІАД З ПРОГРАМУВАННЯ .....</b>	<b>93</b>
<b>Жабчик Т. П., Павлова Н. С. ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КНИГИ EASY SCHOOL BOOK .....</b>	<b>95</b>
<b>Карашук І. М., Крет О. В. СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ МІСТА .....</b>	<b>97</b>
<b>Касянчук Б. О., Музичук К. П. ОРГАНІЗАЦІЯ ЕЛЕКТРОННОГО НАВЧАННЯ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТ-СЕРВІСУ BLENDSPACE ....</b>	<b>100</b>
<b>Кирик Т. А. ВИКОРИСТАННЯ МОДУЛЬНОГО ТЕСТУВАННЯ НА ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТТЯХ З ПРОГРАМУВАННЯ .....</b>	<b>102</b>
<b>Кіт О. А., Шахрайчук М. І. ARDUINO СЕРВЕР ДЛЯ ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ .....</b>	<b>104</b>
<b>Козак О. О., Козак Т. М. НЕСАНКЦІОНОВАНЕ ПРОНИКНЕННЯ НА КОМП'ЮТЕР КОРИСТУВАЧА ЗАСОБАМИ BACKDOOR .....</b>	<b>106</b>
<b>Кокора М. М., Павлова Н. С. ВИКОРИСТАННЯ ОН-ЛАЙН СЕРЕДОВИЩА ROWTOON ДЛЯ РОЗРОБКИ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ПРЕЗЕНТАЦІЙ .....</b>	<b>108</b>
<b>Котовець В. С., Гаврюсев С. М. РОЗРОБКА КОМПОНЕНТІВ ДЛЯ CMS JOOMLA .....</b>	<b>110</b>
<b>Крук І. В., Соколовська О. П. ДЕЯКІ АСПЕКТИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ВИВЧЕННЯ ТЕОРІЇ НЕЧІТКИХ МНОЖИН ТА ЇХ ЗАСТОСУВАНЬ .....</b>	<b>111</b>
<b>Кузько М. С. СИТУАТИВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ В ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ ГЕОЛОГІВ ЯК ПРИКЛАД РАЦІОНАЛЬНОЇ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ .....</b>	<b>113</b>
<b>Медведчук Т. С., Крет Р. М. МІСЦЕ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ У СУЧАСНОМУ МЕДІА-ПРОСТОРИ УКРАЇНИ .....</b>	<b>115</b>



<b>Місюк О. В., Батишкіна Ю. В. РОЗРОБКА ДОМАШНЬОЇ ONLINE БУХГАЛТЕРІЇ З ШИФРОВАНИМ КАНАЛОМ ЗВ'ЯЗКУ .....</b>	<b>117</b>
<b>Мельник А. В., Кирик Т. А. МОДИФІКАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПОШУКОВОЇ СИСТЕМИ “СТУДЕНТИ ФМІ” .....</b>	<b>119</b>
<b>Момотюк Т. В., Крет Р. М. ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ СУЧАСНИХ PR-КАМПАНІЙ .....</b>	<b>120</b>
<b>Павлова Н. С. КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПЕДАГОГІЧНОМУ ТЕСТУВАННІ .....</b>	<b>122</b>
<b>Полюхович Н. В. ВИКОРИСТАННЯ СЕРВІСІВ GOOGLE ПРИ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ .....</b>	<b>124</b>
<b>Райчук І. В., Батишкіна Ю. В. РОЗРОБКА МОДУЛЬНОГО ГЕНЕРАТОРА ВЕБ-САЙТІВ .....</b>	<b>125</b>
<b>Рибачок І. В., Крет О. В. ІМІДЖ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ КОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ .....</b>	<b>126</b>
<b>Романюк А. А. ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ .....</b>	<b>128</b>
<b>Саковець П. О., Кот В. В. РОЗРОБКА ТЕЛЕМЕДИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ .....</b>	<b>130</b>
<b>Сидорчук Д. А., Каштан С. С. РОЗРОБКА ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ АВТОМОБІЛІВ НІМЕЦЬКОГО ВИРОБНИЦТВА .....</b>	<b>132</b>
<b>Сорокова С. О. ЗАГАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ОХОРОНИ ПРАЦІ КОРИСТУВАЧІВ КОМП'ЮТЕРІВ .....</b>	<b>133</b>
<b>Терешко В. Ю., Бомба А. Я. ДО ПРОБЛЕМИ МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ В ОНКОЛОГІЇ .....</b>	<b>135</b>
<b>Федонюк І. М., Кондратюк М. М. ПРОБЛЕМА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВЕБ-САЙТУ ЯК ЗАСОБУ КОМУНІКАЦІЇ ВНЗ (НА ПРИКЛАДІ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ) .....</b>	<b>137</b>
<b>Федоров І. Б. МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ САЙТІВ В ІНТЕРНЕТ .....</b>	<b>140</b>
<b>Фурсович Ю. Ю., Шліхта Г. О. СУЧАСНІ ПРОФЕСІЙНО-ОРІЄНТОВАНІ СЕРЕДОВИЩА У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ (НА БАЗІ КАФЕДРИ ІКТ ТА МВІ) .....</b>	<b>142</b>
<b>Цецик Д. Я., Шахрайчук М. І. ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ ASP MVC 5 .....</b>	<b>145</b>
<b>Шинкарчук Н. В. ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ ХМАРНИХ СЕРВІСІВ В ІТ-ІНФРАСТРУКТУРУ .....</b>	<b>148</b>
<b>Шліхта В. А. ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ МОВИ ПРОГРАМУВАННЯ SWIFT НАД ОБ'ЄКТИВНО-С .....</b>	<b>149</b>
<b>Шліхта Г. О., Шліхта В. М. МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВНЗ .....</b>	<b>151</b>
<b>Щроль Т. С. РЕАЛІЗАЦІЯ СИНХРОННОЇ ВЗАЄМОДІЇ УЧАСНИКІВ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ В СИСТЕМІ MOODLE .....</b>	<b>153</b>

**Шут А. А., Остапчук Н. О. АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ СУЧАСНИХ ПЛАТФОРМ  
ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ ГУМАНІТАРНОГО ВИЩОГО  
НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ..... 155**