

**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.)

кілька проектів, головне, щоб його функціонал представляв одне логічне ціле.

**Переваги:**

**Зручність підтримки.** Рівні не залежать один від одного, що дозволяє виконувати оновлення або зміни, не впливаючи на додаток в цілому.

**Масштабованість.** Рівні організуються на підставі розгортання шарів, тому масштабувати додаток досить просто.

**Гнучкість.** Управління та масштабування кожного рівня може виконуватися незалежно, що забезпечує підвищення гнучкості.

**Доступність.** Додатки можуть використовувати модульну архітектуру, яка дозволяє використовувати в системі легко масштабовані компоненти, що підвищує доступність.

**Недоліки:**

Основним недоліком є складне проектування та розробка додатку.

В результаті проведеної роботи був спроектований та побудований діючий програмний продукт автоматизованої інформаційно-пошукової системи “Студенти ФМІ”. Проведено модифікацію під основні принципи ООП та шаблон проектування Layered Architecture. Така модифікація робить програму більш захищеною та стабільною. Дозволяє легко вносити зміни в окремі частини не міняючи основну логіку програми. Кожен рівень абсолютно незалежний від усіх інших, крім тих, з якими він безпосередньо працює. N-ному рівню потрібно лише знати, як обробляти запит від n + 1 рівня, як передавати цей запит на n-уровень (якщо такий є), і як обробляти результати запиту.

Список використаних джерел

1. Гайдамакін Н. А. Автоматизовані інформаційні системи, бази і банки даних / Н. А. Гайдамакін. – М.: В «ГеліосВ», 2002. – 280 с.
2. Эндрю Троелсен. Язык программирования C# 5.0 и платформа .NET 4.5 / Эндрю Троелсен. – М.: Вильямс, 2013. –1311 с.

**ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ СУЧАСНИХ PR-КАМПАНІЙ**

*Момотюк Т. В., студент*

**Крет Р. М., кандидат політичних наук, доцент**

***Рівненський державний гуманітарний університет***

У сучасних умовах рекламодавці зацікавлені в скороченні рекламних витрат при одночасному підвищенні ефективності рекламних заходів. У вирішенні цієї проблеми може допомогти проведення рекламних кампаній. При розробці та проведенні споживчої реклами найчастіше проводять рекламні кампанії, які об'єднані однією темою, з плином часу розширюються, залучаючи різні аудиторії, різні носії, інші елементи просування товару на ринок.

Алгоритм планування PR-кампанії:

Виявлення та опис проблеми. Перша дія, яка має передувати сім іншим, - це виявлення та опис проблеми, з якою зіштовхнулася організація.

Для того, щоб спланувати PR-діяльність, передусім потрібно визначити мету її проведення. Формулювання мети здійснюється на основі результатів ситуативного аналізу, який проводиться з використанням маркетингових методів. Йому передують етап збирання інформації за допомогою формальних і неформальних методів дослідження [3, с. 31].

Результати проведеного ситуативного аналізу допомагають визначити стратегічні цілі PR-кампанії організації. Такі цілі є основою для розроблення стратегії її проведення

Стратегію проведення PR-кампанії розробляють, використовуючи плановий та еволюційний методи. Плани, в яких сформульовані цілі та стратегія з компонентами PR, стають динамічним документом, який відображає системний підхід. У будь-якому разі стратегія передбачає визначення набору стратегічних завдань під кожною стратегічною метою компанії. Далі кожне стратегічне завдання конкретизується визначенням низки тактичних завдань, які фактично по-кроково дають змогу вирішити стратегічне завдання. По кожному тактичному завданню визначають терміни їх виконання, відповідальних осіб, способи мотивації персоналу та можливі додаткові витрати на проведення необхідних досліджень [2].

Цілі проведення рекламних кампаній можуть бути пов'язані з впровадженням на ринок нових товарів, стимулюванням збуту товарів, перемиканням попиту з одного товару на інший, створенням сприятливого образу товару і підприємства-рекламодавця, реалізацією певної ієрархії ефектів, які бажає отримати рекламодавець від цільової аудиторії.

Аналіз ринків збуту, конкурентних переваг, сформульовані цілі рекламної кампанії дозволяють виявити її напрямки [4, с. 101].

Рекламна кампанія являє собою серію реклам, розроблених навколо однієї центральної теми. Ця особливість рекламної кампанії відбивається на розробці творчого плану. У разі проведення рекламних кампаній творчий план містить тему (творчу концепцію) і варіанти тактичних творчих рішень для різних ЗМІ, аудиторій, часових періодів року.

У рамках рекламної кампанії використовуються різні ЗМІ, причому в певній послідовності. План засобів розміщень (медіа-план) дозволяє вирішити ряд завдань: визначити пріоритет між охопленням і частотою, оцінити стратегію розміщення, вибрати на основі аналізу порівняльної ефективності ЗМІ, що сприяють реалізації цілей рекламодавця і раціональному розподілу бюджету [1].

Найчастіше в рамках рекламної кампанії виділяють певні фази: запуск, продовження і завершення. Протягом цих фаз стратегія рекламної кампанії може бути незмінною або переглядатися. З плином часу можуть додаватися нові носії реклами, збільшуватися або скорочуватися рекламний бюджет, змінюватися цілі впливу, з'являтися нові творчі рішення.

Етап планування згідно з технологією організації та проведення PR-кампаній слід завершувати попереднім тестуванням складових елементів програми. Попереднє

тестування дозволяє прибрати з плану PR-кампанії дисонуючі елементи і прояснити не цілком очевидні моменти. Для цього використовуються як формальні, так і неформальні методи соціальних досліджень.

Підсумком планування є розробка програмного документа - єдиного плану проведення PR-кампанії.

Сутність етапу реалізації програми PR-кампанії полягає у практичному втіленні розробок, зроблених на двох перших етапах – пошуках фактів і стратегічного планування.

На етапі реалізації PR-кампаній дуже важливо не допустити зриву запланованих заходів.

Заключний етап проведення PR-кампанії складається з кількох елементів: аналіз зробленого, її змістовні підсумки, написання звіту, прес-кліппінг, оцінка ефективності PR-кампанії, оцінка перспектив подальшої діяльності.

Отже, планування і проведення рекламних кампаній являє собою більш складний процес у порівнянні з разовими рекламами. Це обумовлено тим, що кампанії тривають досить довго, переслідують декілька цілей, охоплюють великі територіальні ринки і різні цільові аудиторії, вимагають використання декількох засобів реклами для передачі рекламних послань, мають великі рекламні бюджети.

Список використаних джерел

1. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент: навч. посібник / Т. І. Лук'янець. – 2-ге вид., доп. – К.: КНЕУ, 2003. – 440 с.
2. Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серегина и др. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Информационно внедренческий центр «Маркетинг», 2001. – 364 с.
3. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів/ О. Т. Примак: навч. посіб. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 202 с.
4. Яскевич Е. В. Рекламная деятельность / Е. В. Яскевич. - Владивосток: ДГУ, 2004. –194 с.

## **КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПЕДАГОГІЧНОМУ ТЕСТУВАННІ**

*Павлова Н. С., кандидат педагогічних наук, доцент*

*Рівненський державний гуманітарний університет*

Інтеграція України в світовий освітній простір вимагає підвищення якості освіти, пошуку ефективних шляхів покращення навчальних послуг у вищій школі, зокрема мотивує удосконалення методик діагностики рівня підготовки майбутніх фахівців на різних етапах та рівнях навчання. Мова йде про систематичне, виважене та педагогічно доцільне застосування у вищих навчальних закладах (ВНЗ) тестових методик для оцінки досягнутого студентами рівня знань й компетентностей.

Комп'ютерне тестування, розширюючи можливості процесів автоматизації різних видів контролю, є альтернативою традиційним методам діагностування досягнень студентів. Комп'ютерне тестування виконує низку функцій, зокрема,

## ЗМІСТ

### НАПРЯМ «ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ»

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

<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>Шроль Т. С. РЕАЛІЗАЦІЯ СИНХРОННОЇ ВЗАЄМОДІЇ УЧАСНИКІВ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ В СИСТЕМІ MOODLE .....</b>	<b>153</b>

<b>Шут А. А., Остапчук Н. О. АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ СУЧАСНИХ ПЛАТФОРМ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ ГУМАНІТАРНОГО ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ .....</b>	<b>155</b>
---	------------