

№ 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-veb-servisov-dlya-sozdaniya-onlayn-viktorin-v-obrazovanii>. – Дата доступа: 4.01.2021.

3. Беленкова, И. В. Сетевые сервисы для проведения онлайн и оффлайн тестирования / И. В. Беленкова // Наука и перспективы. – 2017. – № 4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevye-servisy-dlya-provedeniya-onlayn-i-offlayn-testirovaniya>. – Дата доступа: 24.01.2021.

4. Грушевская, В. Ю. Использование онлайн-сервисов при подготовке мультимедийных учебных материалов в учебном процессе / В. Ю. Грушевская, О. Н. Грибан // Педагогическое образование в России. – 2013. – № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-onlayn-servisov-pri-podgotovke-multimednykh-uchebnyh-materialov-v-uchebnom-protseesse>. – Дата доступа: 24.01.2021.

5. Грушевская, В. Ю. Принципы использования онлайн-редакторов инфографики / В. Ю. Грушевская // Педагогическое образование в России. – 2015. – № 7. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-ispolzovaniya-onlayn-redaktorov-infografiki>. – Дата доступа: 24.01.2021.

6. Сафонова, Л. А. Современные онлайн-ресурсы и их дидактическое значение / Л. А. Сафонова // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – 2015. – № 2 (6). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-onlayn-resursy-i-ih-didakticheskoe-znachenie>. – Дата доступа: 24.01.2021.

7. Седашов, Н. С. Средства поддержки онлайн конференций в высшем учебном заведении / Н. С. Седашов // ОГО. – 2019. – №3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-podderzhki-onlayn-konferentsiy-v-vysshem-ucheb-nom-zavedenii>. – Дата доступа: 24.01.2021.

## **ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО МАРКЕТИНГУ**

*Шерстнева О. М., Николаева Ю. Н.*

*Учреждение образования «Витебский государственный  
технологический университет» (г. Витебск)*

Информационные технологии уверенно внедряются во все сферы деятельности, в том числе и в систему образования. В современных условиях повышение качества образования в высших учебных заведениях неразрывно связано с внедрением инноваций. Главной задачей является создание инновационной среды в образовательной и научной деятельности, которая поможет приспособиться к меняющимся условиям образовательного пространства, с помощью интеграции образования, науки и инновационной деятельности, сотрудничества с предприятиями и организациями, применения перспективных технологий, которые активизируют научно-исследовательскую и образовательную деятельность.

Объединение традиционных методов обучения с компьютерными технологиями способствует повышению успеваемости студентов, стимулирует развитие самостоятельной работы. В последнее время вырос спрос на квалифицированных специалистов в области маркетинга, которые способны анализировать деятельность предприятия и на основе

этого принимать управленческие решения.

Профессия маркетолога является творческой и требует овладения ее методологией, широкой базой инструментария, поэтому важно основные профессиональные образовательные программы по подготовке специалистов реализовывать с использованием передовых образовательных технологий, в том числе и информационных, обеспечивающих свободный доступ в сеть Internet, которые предусматривают использование учебных материалов в электронном виде, мультимедийных средств и др.

Эффективная подготовка специалистов по маркетингу заключается в сочетании теоретических и практических задач, что позволяет видеть реальную отдачу от программ и мотивирует студентов на их освоение. Во время учебного процесса необходимо использовать как можно больше источников и материалов (например, образовательных сайтов и студенческих порталов), которые помогут сделать обучение более интересным и разнообразным. Применение социальных сетей, электронной почты и облачного хранилища данных решит организационные вопросы по удобству и скорости доступа к учебным материалам.

Профессиональная подготовка будущих специалистов с использованием современных информационных технологий должна осуществляться с учетом отечественного и зарубежного опыта. Основой для этого должно быть обновленное содержание и форма организации учебного процесса в соответствии с международными стандартами.

Применение информационных технологий в профессиональной подготовке специалистов по маркетингу может дать эффект значительного углубления знаний при разумном соотношении традиционных методик обучения и методик, основанных на применении ИТ. В связи с этим возникает необходимость подбора конкретных технологий и методов активного обучения будущих специалистов с использованием ИТ, что является перспективным направлением дальнейших исследований.

#### Литература

1. Голуб, Т. В. Прикладные аспекты применения информационных технологий в учебном процессе высших учебных заведений / Т. В. Голуб, В. В. Дядичев // Информационные системы и технологии в моделировании и управлении. – 2019. – С. 269–273.