

квитків в театр, замовити трансфер, таксі та інші додаткові послуги.

Відомими комп'ютерними системами бронювання на міжнародному ринку туристичної індустрії є системи Amadeus, Galileo, Worldspan. На сьогодні в Україні працює близько 700 терміналів Amadeus та більше 300 інших компаній. Згідно статистики, середній об'єм бронювання складає близько 100 тисяч сегментів в місяць.

Нині набирає обертів новий вид «віртуальних» туристичних агентств, які успішно продають свої послуги в режимі он-лайн. Для такого бізнесу не потрібно орендувати офіси, купувати меблі, оплачувати комунальні послуги. З розвитком технологій досить розробити універсальний веб-сайт, який буде мати всю важливу для потенційного споживача турпослуг інформацію, підключити платіжну систему для прийняття оплати. Кожна людина з будь-якого пристрою в абсолютно будь-який час може самостійно зайти на цей веб-сайт і ознайомитися з усіма послугами турпідприємства, а так само оплатити їх або забронювати. Застосування описаних знарядь безсумнівно сприятиме отриманню доступу до нових споживачів туристичних послуг та є одним із способів покращення якості обслуговування та розширення своєї діяльності і ринків збуту.

**Основні висновки.** Розвиток сучасних інформаційних технологій як виду технологічних інновацій, а саме систем бронювання в туризмі надають можливості підприємствам досліджувати стан і розвиток попиту на турринку, використовувати сучасні ефективні засоби просування туристичних продуктів. Такі інновації дозволяють оперативно здійснювати управління туристичним підприємством та моделювати результати управлінських рішень.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Огляд систем бронювання. Українська Асоціація туристичних агенцій : веб-сайт. URL: <https://uata.com.ua/booking-systems-review/> (дата звернення: 28.02.2020).
2. Мельниченко С.В. Автоматизовані системи бронювання в туризмі. URL: <http://dSPACE.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/24930/24-Melnichenko.pdf?sequence=1> (дата звернення: 28.02.2020).

**Катерина БЛАЙ,**

студентка 1 курс

гуманітарно-економічного факультету

Науковий керівник: **Сергій НЕМЧЕНКО,**

к.пед.н., доцент (БДПУ)

#### **ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ ДО РЕФЛЕКСИВНОГО УПРАВЛІННЯ**

**Актуальність.** Нове тисячоліття, характеризується новою системою цінностей, які можна визначити таким чином: освіта є засобом підвищення якості життя; освіта створює культуру, що ґрунтується на миролюбності, надає можливість молоді та дорослим домогтися успіху в обраній сфері діяльності; відкриває шляхи для розвитку особистості та суспільства.

При написанні роботи нами були використані праці Калініної Л.М. «Технологія інформаційного управління закладами освіти» [1], Корнаржевського Ю.А. «Внутришкольный менеджмент» та Семенова І.М. «Рефлексия в организации творческого мышления и саморазвитии личности» у яких автори досліджують окремі аспекти підготовки керівника закладу освіти до специфіки рефлексивного управління.

**Мета роботи** – особливості підготовки керівника закладу освіти до рефлексивного управління.

Стрижнем нової моделі цінностей може стати розвинута культуротворча домінанта, виховання відповідальної особистості, яка здатна до самоосвіти та саморозвитку, вміє критично мислити, опрацьовувати інформацію. Ефективному вирішенню цієї проблеми, безумовно, сприятиме трансформація системи освіти в контексті європейських вимог [1, с. 74-77].

Важливе місце у цьому процесі займає професійна майстерність керівників, що вирішальним чином впливає на результативність трансформації освітнього простору, оскільки вивести заклад освіти на новий рівень зможуть лише компетентні керівники зі здатністю до рефлексії.

Метою рефлексивного управління є ініціювання безперервного розвитку. Таким чином, підготовка керівника закладу освіти до рефлексивного управління потребує формування здатності виявляти управлінську рефлексію.

Для ефективного процесу підготовки майбутнього керівника закладу освіти необхідно навчати рефлексії, навчати входити у рефлексивну позицію. На наш погляд цьому процесу будуть сприяти наступні умови: необхідною умовою навчання рефлексії має бути отримання знань в процесі пошукової роботи. Друга необхідна умова навчання вмінню та готовності виходити в рефлексивну позицію – це впровадження ідеології сумніву і критики. Ця умова передбачає заохочення і стимулювання незалежної оцінки та критики. Способів впровадження ідеології сумніву може бути безліч, вибір того чи іншого залежить від ситуації, але всі вони ґрунтуються на загальноприйнятому в сучасній методології положенні про відносність істини [3, с. 36-38].

Формування установки на заохочення принципових рішень, а не рішень, отриманих у результаті застосування алгоритму, механізм якого незрозумілий, незважаючи на те, що отримано вірну відповідь.

Формування установки на системність, на загальну взаємозв'язок предметів і явищ. Заохочення до пошуку взаємозв'язків між зовні не пов'язаними між собою явищами; заохочення рефлексивної роботи, у результаті якої віддалені між собою точки особистого внутрішнього досвіду, вступають у відносини створюючи нові судження і знання.

Формування вміння задавати собі питання. Питання є засобом фіксації знання про своє незнання, причому якщо це питання ставить сам менеджер освіти, то він фіксує знання про своє незнання та виводить себе у рефлексивну позицію.

Навчання та привчання майбутніх керівників навчальних закладів бачити, уявляти за текстом ситуацію, реальні події, предмети, дії: тобто

навчання рефлексивному переходу з простору текстів у простір предметно-практичної діяльності, рефлексивного зв'язування тексту з досвідом предметно-практичної діяльності [2, с. 112-114].

**Основні висновки.** Отже, можна зробити висновки про те, що підготовка керівника закладу освіти до рефлексивного управління може бути представлена як складову оновленої освітньої парадигми, оскільки керівник має відповідати актуальним потребам сьогодення в управлінській системі.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Калініна Л. М. Технологія інформаційного управління закладами освіти: наук.-метод. посіб. Х.: «Основа». 2005. 159 с.
2. Конаржевский Ю. А. Внутришкольный менеджмент. М.: МГУ, 1993. 140 с.
3. Семенов И. Н., Степанов С. Ю. Рефлексия в организации творческого мышления и саморазвитии личности. *Вопросы психологии*. 1983. № 2. С. 35-42.

**Марія ВАСЮТІНА,**

студентка 4 курсу

гуманітарно-економічного факультету

Науковий керівник: **Катерина ЛЕМІШ,**

к.е.н., доцент (БДПУ)

### РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ

**Актуальність.** У сучасному світі реклама є важливою складовою в процесі реалізації товарів і послуг. Так як без Інтернету важко уявити наше життя, то серед найбільш розвинутих видів можна виділити інтернет-рекламу. За її допомогою фірми поширюють і просувають свій товар, а також збільшують коло потенційних клієнтів.

**Ступінь досліджуваності проблеми-** розробкою та вивченням даного питання займаються такі науковці, як Ков'ях І.І., Парамонова Т., Комаров В., Дейнекин Т.В.

**Мета та методи дослідження.** Мета дослідження полягає в формулюванні поняття інтернет-реклами, визначенні основних її переваг та ефективних видів.

При виконанні цієї роботи були використані методи синтезу, аналізу, порівняння, моделювання та інші.

**Сутність дослідження.** Інтернет-реклама – це оповіщення споживачів про діяльність фірми та про її товари, за допомогою розміщення інформації в інтернеті, переважно на популярних веб-сайтах [2]. В даний час інтернет-реклама має великий попит, з боку компаній, завдяки гнучкості, зручності у використанні і безпосередності.

Важливою перевагою інтернет-реклами є такі ознаки:

- широке охоплення цільової аудиторії і потенційних клієнтів;
- низька вартість;
- швидке інформування споживачів;
- можливість відстеження рекламних контактів з клієнтами;