

зовать переносной штатив для обеспечения четкости изображения. При съемке в помещении должен быть решен вопрос с использованием дополнительных источников света.

Для создания и обработки учебных видеофильмов необходимо тщательное планирование в соответствии с дидактической целью, подбор необходимого оборудования и специализированного программного обеспечения, что позволит обеспечить требуемое качество для использования в образовательном процессе.

Видеобучение дает колоссальные возможности для развития познавательной способности обучающегося. Исследования показали, что оно является самым эффективным способом передачи информации в условиях необходимости организации удаленной управляемой самостоятельной работы студентов. Современная информационно-образовательная среда очень динамично развивается под натиском новых цифровых технологий, в частности видеотехнологий, и, чтобы не остаться позади, нужно стремиться идти в ногу со временем и своевременно их внедрять, перестраивать процесс обучения, совершенствовать методики преподавания.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ GOOGLE-ФОРМ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ КУРСА «МАРКЕТИНГ»**

**Скворцова Елена Викторовна**

Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ, Республика Беларусь  
skvortsova@sbmt.by

В Институте бизнеса и менеджмента технологий БГУ активно используются современные инновационные образовательные технологии. В рамках изучения курса «Маркетинг» студентам специальности «Бизнес-администрирования» заочной и дневной формы обучения автором при поддержке Центра дистанционного образования и информационных технологий ИБМТ БГУ было предложено в рамках проводимых маркетинговых исследований использовать инструмент Google-формы. Студенты дневной формы обучения использовали инструмент в рамках управляемой самостоятельной работы для проведения опроса потенциальных потребителей гипотетического товара, который они планировали выводить на рынок Республики Беларусь. Студенты заочной формы обучения проводили анализ маркетинговой деятельности организации, в которой работают, и использовали инструмент для

опроса любой контактной аудитории (потребители, поставщики, конкуренты и др.).

Инструмент Google-формы является популярным современным средством для создания онлайн-опросов и тестов, которые можно создать в меню Google-диска или в существующей электронной таблице и отправлять другим пользователям; с помощью формы можно планировать мероприятия, составлять опросы и анкеты, собирать данные [1].

Работа со студентами была организована через Учебный портал ИБМТ БГУ, где в структуре курса «Маркетинг» была выложена инструкция по созданию Google-форм, подготовленная сотрудниками ЦДОИТ. Также на портале был организован форум для общения студентов, в котором был представлен образец Google-формы, подготовленный преподавателем. На форуме участники встраивали свои формы, обсуждали формы друг друга, давали советы, замечания и т. д. Также через данный форум портала осуществлялся контроль выполнения задания преподавателем, давались рекомендации по совершенствованию созданных студентами форм.

Для оценки целесообразности использования инструмента Google-формы при изучении курса «Маркетинг» в феврале 2017 г. автором был проведен электронный опрос. В опросе поучаствовало 67 человек в возрасте от 18 до 33 лет. Средний возраст респондентов – 21 год. Большая часть респондентов (44,8%) являются только студентами, 35,8% – специалисты, 6% – руководители, 3% – временно не работают, также 10,4% отметили вариант «Другое» (например, имеют свое дело, работают неполный рабочий день, являясь студентами и др.).

Опрос показал, что многие респонденты (34,3%) ничего не слышали о Google-формах до изучения их в курсе «Маркетинг», 16,4% знали, что это один из инструментов Google, 38,8% – что это инструмент для проведения электронных опросов и 10,4% ранее использовали данный инструмент в своей деятельности. Также оценивалось количество опросов, которые провели респонденты: более половины респондентов не провели ни одного опроса через Google-формы (56,7%), от 1 до 5 опросов провели 37,3% опрошиваемых, 6% провели от 5 до 10 опросов и никто из респондентов не использовал их постоянно в своей деятельности. Следовательно, большинство студентов не использовали инструмент Google-формы до освоения его в рамках курса «Маркетинг».

Для того чтобы оценить отношение студентов к изучению данного инструмента, была предложена формулировка «Использование Google-форм в процессе изучения курса “Маркетинг” ... ». Ответы респондентов распределились следующим образом: «Усиливает практическую значимость курса» – 67,2%, «Делает курс более интересным» – 62,7%,

«Отнимает много времени» – 3%, «Ничего не меняет» – 6%. Следовательно, студенты положительно отнеслись к возможности изучения данного инструмента в рамках дисциплины «Маркетинг». Кроме того, оценивалось, насколько возможно применение данного инструмента студентами в дальнейшем. На вопрос «Планируете ли Вы в дальнейшем использовать инструмент Google-формы?» 83,6% респондентов ответили положительно, 4,5% ответили отрицательно, а 11,9% опрошиваемых предложили свои варианты ответов («возможно», «по мере необходимости» и т. д.). Следовательно, студенты посчитали инструмент Google-формы интересным и большинство из них планируют его использовать в дальнейшем в своей практике.

Для улучшения качества преподавания курса и изучения в нем Google-форм была поставлена открытая формулировка «В процессе изучения инструмента Google-формы в курсе “Маркетинг” я бы порекомендовал(-ла) ...». Наиболее интересные ответы на данный вопрос: «Больше использовать его в процессе обучения», «Применять другие формы Google», «После составления форм проводить анализ в группе: обсуждать сильные и слабые стороны», «До момента сдачи собственного опроса в Google-формы провести обучающий вебинар», «Сравнить их с другими инструментами проведения опросов, с другими платформами, более удобными и практичными», «Более подробно ознакомить студентов с темой грамотного составления вопросов и их актуальности», «Привести примеры (ссылки) 2-3 реальных опросов, более масштабных и интересных, в которых можно и самим принять участие, с возможностью ознакомления с результатом», «Делать наглядный пример с преподавателем на лекции». Многие замечания респондентов будут использованы автором как рекомендации к лучшему применению данного инструмента. Кроме того, в результате опроса было получено много положительных комментариев: «Ничего, все понятно объясняется», «Обязательно предлагать студентам этот вид работы», «Все супер») и др. Это подтверждает эффективность использования Google-форм в курсе «Маркетинг».

Таким образом, использование инструмента Google-формы в рамках курса «Маркетинг» по мнению студентов является интересным и усиливает его практическую значимость. Большинство студентов осталось довольными его изучением и планируют в дальнейшем применять освоенный инструмент.

## ЛИТЕРАТУРА

1. **Как создать** форму Google [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://support.google.com/docs/answer/87809?hl=ru&ref\\_topic=6063584](https://support.google.com/docs/answer/87809?hl=ru&ref_topic=6063584). – Дата доступа: 26.02.2017.