

скористатися деякими сформульованими правилами, проте найголовніше – це творчий підхід, прив'язка до реальності, переконливість. Отже, кожна історія буде унікальною, хоча і дотримуватиметься певних структурних елементів. Головні переваги сторітелінгу – це близькість до реальності, переконливість на власному досвіді, близькість оповідача до проблеми.

## ЛІТЕРАТУРА

1. National Storytelling Network, What is Storytelling? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.storynet.org/resources/whatisstorytelling.html>
2. Хоманс Л. Storytelling для управлінців / Інтелект-проект innovations.com.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://innovations.com.ua/ua/articles/finance/18245/larisa-homans-storytelling-dlya-upravlinciv>
3. Сайкс М., Малик Н., Вест М. От слайдов к историям: пошаговая методика создания убеждающих презентаций / пер. с англ. А. Баранова, А. Сарычева. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 256 с.

УДК 330.88

## СКРАЙБІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРЕЗЕНТАЦІЇ

*Кириленко А. В., студентка групи Б 1/1*

*Науковий керівник – канд. пед. наук, ст. викладач Бондаренко Л. В.*

*Миколаївський національний аграрний університет*

Переваги візуалізації у сприйнятті нового вже давно не викликають сумнівів. Ця проблема набула активного дослідження ще у середині ХХ століття, проте за сучасних умов з'являється все більше шляхів для реалізації методів візуалізації, автоматизації даного процесу, розвитку набувають засоби створення візуальних ефектів. Для ознайомлення із новими бізнес-ідеями, стартапами тощо широко використовуються презентації. Проте із появою такої технології як скрайбінг презентації набули нової інтерпретації, стали більш яскравими.

Засновником технології скрайбінгу вважають нашого сучасника Ендрю Парка, англійського аніматора, який став відомим завдяки створенню чотирнадцяти 10-хвилинних анімацій для Британської асоціації з розповсюдження наукових знань. Технологія швидко набула поширення у сфері бізнесу та освіти, проте наукових досліджень вітчизняних учених у цій галузі немає. Суттєвим доробком у даній тематиці є книга “Скрайбінг. Пояснити легко” авторів Петровського П. В., Любецького Н. С., Кутузової М. А. (2016 р.). Використання скрайбінгу в освіті висвітлене у працях Білоусової Л. І., Житеньової Н. В., Орешко М. А., Сороки Т. В. та ін.

Скрайбінг (від англ. scribe – креслити, робити замальовки) – це мистецтво візуального мислення та графічного способу спілкування із

аудиторією, яка полягає у створенні ряду невеликих, нескладних, але зрозумілих малюнків безпосередньо під час пояснення певного матеріалу.

Особливістю скрайбінгу є те, що він залучає до сприйняття одразу декілька каналів чуття, як зір, так і слух, а також уяву людини, що сприяє кращому запам'ятовуванню. Професор психології Р. Вайсман у 2012 році перевіряв ефективність скрайбінгу в порівнянні із відеозаписом. Демонструючи різні ролики двом групам людей, він отримав на 15% кращі результати сприйняття матеріалу у групи, що переглядала відеоскрайбінг.

Для створення такого виду презентації необхідно пройти декілька етапів [1, 2]: 1) скласти план, який висвітлює найголовніші моменти презентації; 2) проаналізувати основні візуальні образи, які мають бути одночасно простими і зрозумілими; 3) продумати елементи візуалізації – які необхідні малюнки, аудіо- та відеоряд; 4) чітко визначити таймінг – скільки часу піде на відображення кожного образу, думки, загальну тривалість презентації (яка повинна бути досить короткою, проте ґрунтовною за змістом).

Існує два основні види скрайбінгу: скрайбінг-презентація – замальовки безпосередньо під час доповіді перед аудиторією, та відеоскрайбінг – ілюстрації заздалегідь змонтовані у відеоряд [2]. Крім того, виділяють різновиди скрайбінгу в залежності від засобів його створення: мальований – доповідач чи ілюстратор відтворює малюнки безпосередньо під час промови; аплікаційний – на довільний фон викладаються заздалегідь підготовлені зображення; онлайн-скрайбінг – спеціальні онлайн сервіси (на зразок PowToon, VideoScribe, GoAnimate, Wideo та ін.), в яких використовуються готові шаблони; комп'ютерний скрайбінг – при створенні презентації необхідне відповідне програмне забезпечення, що встановлюється на персональний комп'ютер і також використовує набори шаблонів та готових зображень (наприклад, Plotagon, Moovly, Sparcol VideoScribe та ін.) [3].

Серед переваг скрайбінгу можна виділити такі: залученість та увага аудиторії; універсальність та доступність технології; якісне та зручне засвоєння інформації та запам'ятовування ключових моментів; візуалізація розвиває критичне мислення (вербальна та візуальна інформація допомагає відновлювати в пам'яті отриману інформацію, оскільки презентація скрайбінгу складається із простих образів, символів та предметів, які легко запам'ятовуються).

Скрайбінг – це сучасний засіб візуалізації. Його застосування для бізнес-презентацій робить вираження ідей більш чіткими, зрозумілими, передає їх цінність; відкриваються нові перспективи; мозкові штурми, наради, дискусії стають більш ефективними, креативними, такими, що запам'ятовуються.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Полянский А. Скрайбинг как способ визуального мышления // Онлайн-академия “Зиллион” [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zillion.net/ru/blog/35/skraibingh-kak-sposob-vizual-nogho-myshlienii>

2. Сорока Т. В. Скрайбінг як сучасна форма візуалізації навчального матеріалу [Електронний ресурс] / Т. В. Сорока // Географія. – 2015. – № 16 (284).

Орешко М. А. Мастер-клас “Скрайбінг. Как нарисовать презентацию” [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://sites.google.com/site/mkskraj>

УДК 330.88

## QR-КОДИ У СЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

*Доскалов І. С., студент групи МЕН ½*

*Науковий керівник – канд. пед.наук, ст. викладач Бондаренко Л. В.*

*Миколаївський національний аграрний університет*

Безумовно, поява нових інформаційних технологій використовується для полегшення рутинних дій, економії часу. Кодування інформації не лише потужним інструментом безпеки даних, а за сучасних умов ще й цікавим інструментом реклами, поширення інформації та швидкого доступу до власних ресурсів. Зокрема, мова йде про QR-коди – матричні квадратики на упаковках товарів, візитках і рекламних плакатах, які орієнтовані на споживачів і полегшення доступу до інформації до товари та послуги.

Поняття QR-кодів та можливості їх застосування розглянуті у публікаціях В. Логачова, А. Скрябіної, І. Кузьмічової, Х. Засадної, Д. Ваганова, Р. Дубінки, О. Шалевої та ін.

QR-код (Quick Response Code, 2D Code) – двовимірний (матричний) штрих-код, розроблений японською компанією Denso-Wawe у 1994 році [1]. Аббревіатура QR перекладається як “швидка відповідь”. Як показала практика, QR-коди значно спрощують можливість різним фірмам і брендам контактувати із споживачами, а останнім – швидко і ефективно отримувати необхідні дані. Вони дозволяють зашифрувати величезний об'єм важливої інформації в маленький квадрат, який автоматично може бути розшифрований за допомогою мобільного пристрою, завдяки цьому QR-код перетворюється на сильний маркетинговий інструмент [2].

Можливості застосування QR-кодів у бізнесі досить широкі: 1) інформація про продукт – код веде до інформації, розміщеної в мережі Інтернет, яка дає можливість повного ознайомлення із складовими продукту, місцем його виготовлення, особливостями технології вироблення тощо, це дозволяє за умов мінімальної необхідної інформації на яскравій упаковці продукту отримувати вичерпні відповіді на запити споживачів; 2) передача інформації про місце розташування – це стосується як адреси сайту чи сторінки на сайті, яка може бути занадто довгою для перенабору вручну, так і звичної інформації про географічне місце розташування, наприклад, адреси магазинів у Вашому місті, геоданні можуть бути автоматично перенесені на карти у Вашому мобільному, таким чином є можливість знайти найближчий