

Донецька обласна державна адміністрація
Департамент освіти і науки України
Донецький обласний палац дитячої та юнацької творчості

**FACEBOOK – ДІЄВИЙ ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ІНСТРУМЕНТ
В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ ПОЗАШКІЛЛЯ**
Методичний poradник



Максим Коляда
методист методичного відділу

Слов'янськ – 2023 р.

Схвалено до друку та використання в освітньому процесі науково-методичною радою Донецького обласного палацу дитячої та юнацької творчості (протокол № 2 від 07.04.2023р.)

Укладач:

Коляда М.О., методист методичного відділу
Донецького обласного палацу дитячої та юнацької творчості.

Facebook – дієвий функціональний інструмент в освітньому просторі позашкілля: інформаційно-методичний poradnik/ матеріал семінару-практикуму -
Уклад. М.О. Коляда. Слов'янськ: ДОПДЮТ, 2023 р. – 39с.

Інформаційно-методичний poradnik містить матеріали щодо використання соціальної мережі Facebook в освітньому середовищі. Висвітлена практика впровадження соціальної мережі Facebook в організаційно-масовій роботі Донецького обласного палацу дитячої та юнацької творчості.

ЗМІСТ

ВСТУПНЕ СЛОВО.....	3
ЗРУЧНІ ФУНКЦІОНАЛЬНІ МОЖЛИВОСТІ FACEBOOK.....	5
ЯК І ДЛЯ ЧОГО КОРИСТУВАТИСЯ ХЕШТЕГАМИ У FACEBOOK?.....	6
ВИДИ ОБЛІКОВИХ ЗАПИСІВ ТА ГРУП У FACEBOOK.....	9
ЯК СТВОРИТИ ВЛАСНУ ГРУПУ У FACEBOOK?.....	12
ЯК ЗАПРОСИТИ НОВИХ УЧАСНИКІВ ДО ГРУПИ?.....	15
ЯК «ЗАКРІПИТИ» ДОПИСИ У РОЗДІЛІ «ВИБРАНІ»?.....	18
ЯК НА FACEBOOK ВІДМІЧАТИ ЛЮДЕЙ ЧИ ПУБЛІЧНІ СТОРИНКИ У ДОПИСАХ?.....	21
ЯК ВИДАЛИТИ ГРУПУ У FACEBOOK, АДМІНІСТРАТОРОМ ЯКОЇ Я Є?.....	27
ЧОМУ ВАРТО ПЛАНУВАТИ СВОЇ ДОПИСИ НА FACEBOOK?.....	28
ЯК ПЛАНУВАТИ ПУБЛІКАЦІЇ ТА НАВІЩО ВАМ МЕДІА- ПЛАН НА ТИЖДЕНЬ/МІСЯЦЬ: ОБГОВОРЮЄМО УСПІШНИЙ КЕЙС ЛІТНЬОГО ПРОЄКТУ – «ONLINEHUB ОПЦІУТ».....	29
ЛІТЕРАТУРА.....	37

ВСТУПНЕ СЛОВО

У нинішньому глобалізованому світі розвиток суспільства тісно пов'язаний з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій. Особлива роль відведена комп'ютеризації та інформатизації, що потребує від вихованців нових знань, умінь і навичок, адаптованих до сучасних умов інформаційного суспільства. У зв'язку з цим, активно впроваджуються в освітню практику закладів позашкільної освіти інтернет-технології, які стали невід'ємною частиною освітньої галузі, засобом розповсюдження інформації, середовищем спілкування людей і мають широкі можливості для використання, включаючи дистанційні курси, інтерактивні словники, енциклопедії, перекладачі тощо. Інтернет-технології відповідають сучасним світовим і європейським тенденціям, надають усім рівний доступ до якісної освіти й при грамотному використанні сприяють розвитку особистості.

Але проблема в тому, що вихованці не завжди адекватно сприймають отриману інформацію й розуміють справжній зміст повідомлення. Дуже часто вони не шукають необхідні знання, а просто розважаються, сидячи за численними комп'ютерними іграми. Тому питання впливу інтернет-технологій на формування особистості дитини є надзвичайно актуальним, оскільки ці сучасні засоби зумовлюють інформаційні відносини в суспільстві, диктують нові умови взаємодії особистості зі світом.

Сьогодні практично в кожного є смартфон, планшет або ноутбук, а мобільний Інтернет стає все доступнішим, а тому користувачів Інтернету стає дедалі більше. Дослідження засвідчили, що близько 90% користувачів Інтернету регулярно використовують соціальні мережі для спілкування, обміну фотографіями та новою інформацією.

Українські педагоги – не виняток, адже ці ресурси можуть стати потужним інструментом як для навчання, так і для професійного розвитку. То ж яким чином сучасний педагог-позашкільник може використовувати соціальну мережу Facebook?

ЗРУЧНІ ФУНКЦІОНАЛЬНІ МОЖЛИВОСТІ FACEBOOK:

- ❖ збереження постів без натискання кнопки «Подобається»;
- ❖ підписка на оновлення користувача без додавання в друзі (кнопка «Стежити»);
- ❖ вибір налаштувань конфіденційності для кожної публікації («Публічно», «Друзі», «Тільки я»);
- ❖ можливість включення повідомлень до публікацій і відстеження нових коментарів;

- ❖ наявність системи рекомендацій: якщо ви натискаєте «Подобається» на сторінках з певної тематики, фейсбук рекомендує вам багато схожих і цікавих матеріалів, і ці сторінки є релевантними;
- ❖ можливість налаштування стрічки новин, завдяки чому на першому плані саме те, що важливе для вас та вам подобається;
- ❖ надсилання файлів іншим користувачам;

ЯК І ДЛЯ ЧОГО КОРИСТУВАТИСЯ ХЕШТЕГАМИ У FACEBOOK?

Хештег – це ключове слово або фраза, перед якими ставиться символ # і які використовуються в публікаціях у соціальних мережах.

Хештег завжди починається із символу # і не містить пропусків. Зазвичай усі символи пишуться разом, або поділяються нижнім підкресленням

(можна використовувати великі літери):
#Поезіягідності2022, #ПозашкілляДонеччини.

Не використовуються спеціальні символи: \$, %, & тощо. Бажано робити короткі й легко читані хештеги — так є ймовірність, що ваші записи побачить більше людей.

Знайти дописи з потрібною міткою можна за допомогою рядка URL: наприклад, введіть *facebook.com/hashtag/робота* й побачите всі публікації на цю тему.



У Фейсбуці за хештегом ви переходите в стрічку з публікаціями з обраної тематики. За допомогою цього можна перевіряти згадки про свою діяльність та реагувати на них. У своїй роботі, до прикладу, відділ організаційно-масових заходів та дозвілля використовує хештеги:

для «персоналізації», адже кожна з акцій/флешмобів/челенджів і т.д., має свій УНІКАЛЬНИЙ хештег;

для організованого збору робіт учасників по кожному окремому заходу;

для точного підрахунку кількості учасників, що взяли у них участь;

як дієвий інструмент популяризації та привернення уваги до акції/флешмобу/челенджу тощо.

ВИДИ ОБЛІКОВИХ ЗАПИСІВ ТА ГРУП У FACEBOOK

Всього в Facebook існує 4 види облікових записів:

Особистий профіль. Призначений для конкретної особи. Для фірм і вигаданих персонажів даний варіант не підходить. Більш того – правила Facebook забороняють використовувати його для бізнес-задач. Єдине, що дозволяється – репости публікації зі сторінки. Функціонал особистого профілю стандартний: тут можна публікувати пости, репостити записи, які сподобались, спілкуватися з іншими людьми, писати коментарі, підписуватися на співтовариства, користуватися різними сервісами та додатками.

Бізнес-сторінка. Підходить для будь-яких компаній. Може використовуватися для просування бізнесу, розкручування бренду та ін.

Також правила Facebook дозволяють зареєструвати фан-сторінку. Функціонал тут величезний – привертати увагу зацікавленої аудиторії можна різними інструментами (їх багато, і з кожним роком стає тільки більше).

Група. Це співтовариство, яке об'єднує підписників за конкретною ознакою. Наприклад, за інтересами. Призначена група Facebook для обговорень будь-яких питань. Але рекламувати її не можна. В цьому і полягає ключова відмінність групи і сторінки Facebook.

Подія. Допомагає просувати конкретний проєкт. Наприклад, майбутній концерт, семінар, онлайн-тренінг та ін. Таким простим способом можна залучити користувачів на конкретну подію.

Підсумуємо. Особистий профіль для компаній не підходить. Подія – це тимчасове рішення, яке використовується для пошуку

зацікавлених людей. Залишається тільки 2 варіанти: група і сторінка Facebook.

Учасниками групи може бути хто завгодно. Наприклад, партнери, підписники або користувачі з загальними інтересами. Тут на першому плані знаходиться комунікація, а тому функціонал містить інструменти, необхідні для комфортного спілкування.

Ключові особливості групи: Група буває 2 видів.

- Публічна доступна всім. Для вступу в закриту групу треба подавати заявку. Її учасником можна стати тільки після схвалення заявки адміністрацією.
- Публікації в закритій групі видно лише учасникам.

ЯК СТВОРИТИ ВЛАСНУ ГРУПУ У FACEBOOK?

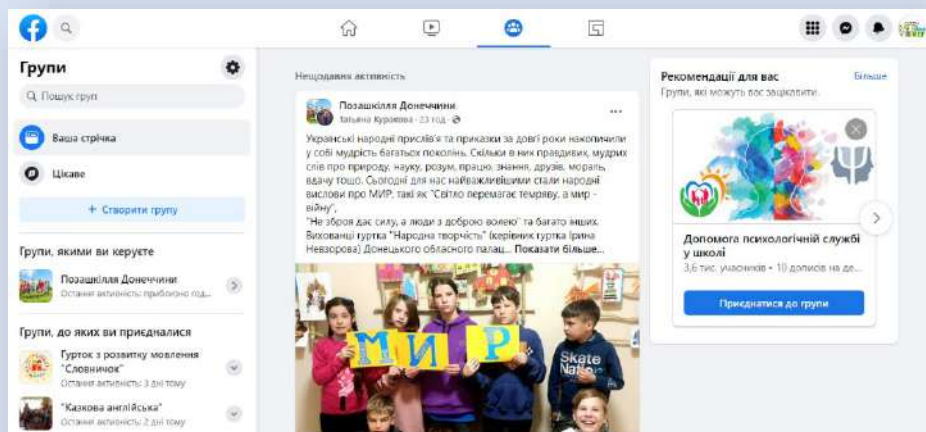
Для успішного створення власної групи вам знадобиться лише актуальний обліковий запис у соціальній мережі, наприклад, особистий профіль.

Щоб практичний шлях був зрозумілим та для наочного бачення наших кроків, свої дії я буду ілюструвати необхідними скріншотами (тобто, знімками екрана).

У верхньому правому кутку нам потрібно натиснути на круглий значок із трьома рядками в три крапки.



Далі нас цікавить бічна ліва колонка, в якій нам потрібно звернути увагу на кнопку «+ Створити групу».

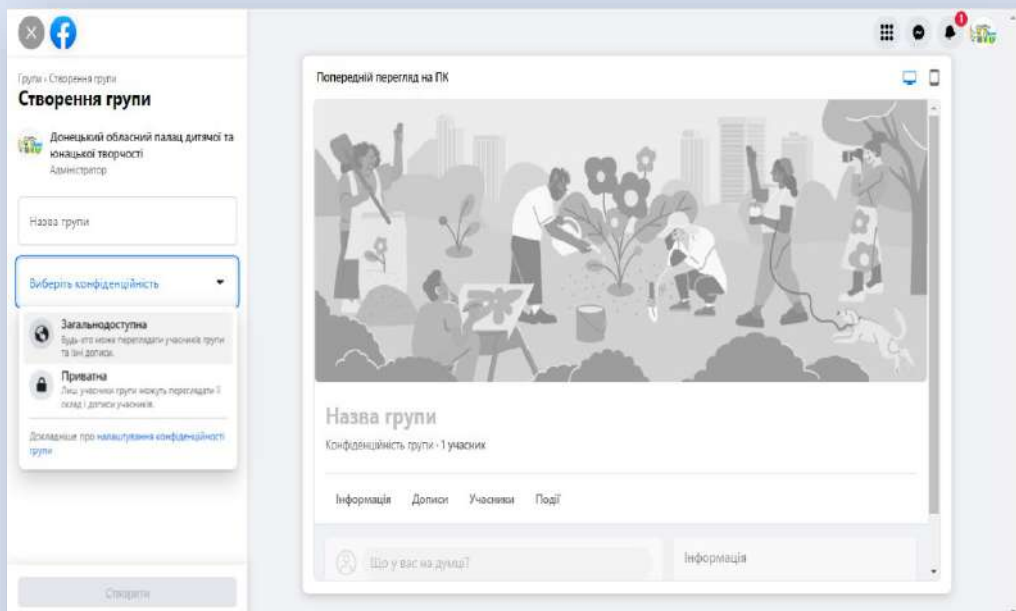


Після цього ми перейдемо до майстерні-«пісочниці», де зможемо налаштувати всі базові налаштування для нової групи.

Про типи груп ми вже говорили – далі вибір за вами. Заздалегідь раджу подумати про візуальну частину вашої групи – обкладинку та її аватар. Це

ваша візитівка, тож вона має в повній мірі відображати вашу діяльність.

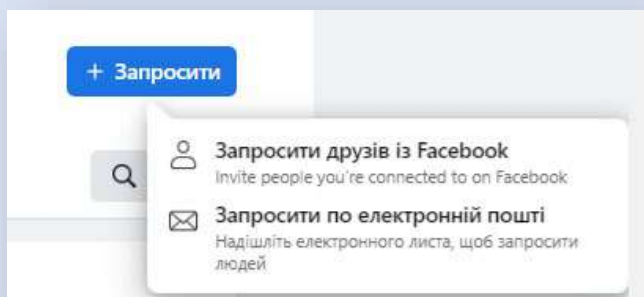
В розділі «Інформація» слід описати основні напрями роботи групи (наприклад, відомості та здобутки вашого гуртка і його вихованців чи це може бути вітальний пост для нових користувачів).



ЯК ЗАПРОСИТИ НОВИХ УЧАСНИКІВ ДО ГРУПИ?

Після того як ваша група буде створена і перший допис вже побачать... А хто власне його побачить? Без учасників весь сенс існування такої групи втрачається.

Тож, для цього нам потрібно звернути увагу на «кнопку» «+Запросити», де нам буде запропоновано ДВА варіанти запрошення нових учасників.



Перший спосіб – це запросити ваших друзів у Facebook чи людей, які вже залишили певну реакцію на сторінці групи.






Наприклад, людина могла поставити вподобайку чи зробити шеринг вашого посту.


Запросіть читачів у цю групу ✕

🔍 Виберіть читачів

2 FOLLOWERS SELECTED

Рекомендовані

-  Nastya Gumirova
-  Лиманський Центр позашкільної роботи
-  Ганна Олександрівна
-  Новгородська спеціальна школа 38 Донецької обласної ради
-  Ирина Сергиенко

 **Invite via QR code**
You can generate a QR code that when scanned will direct people to your group

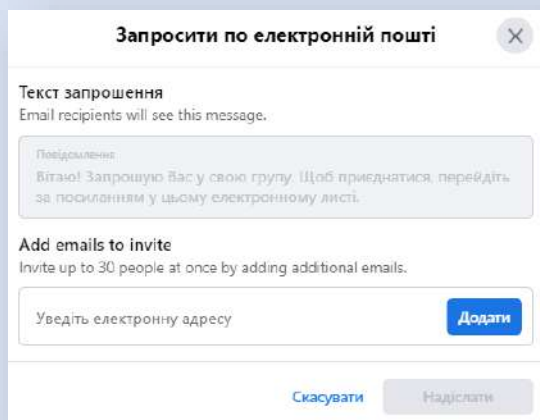
[Скасувати](#) [Надіслати запрошення](#)

Далі у списку ви зможете обрати майбутніх читачів вашої групи і відправите їм запрошення. Цей інвайт надійде до кожного з обраних вами

користувачів як тільки він чи вона зайде до свого аккаунту у Facebook і буде присутнім/я у мережі.

Другий спосіб, вже трохи архаїчний, проте усе ж перевірений часом – надсилати запрошення потенційним учасниками вашої групи за допомогою листу-інвайту.

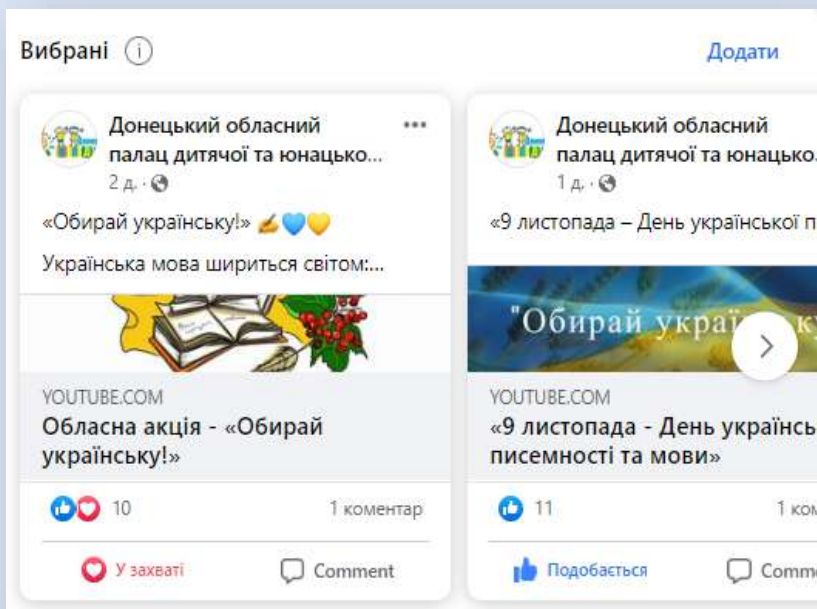
Вам буде запропоновано написати короткий вітальний текст, або використати запропонований шаблон. Після того у рядку нам буде дозволено додати до 30 електронних адрес. Перевіривши вірність введених даних, можемо натиснути на «Надіслати». Листи-інвайти надійдуть до поштових скринь за 5-10 хвилин. Користувачеві далі потрібно буде лише перейти за покликанням у листі.




The image shows a screenshot of a Facebook dialog box titled "Запросити по електронній пошті" (Invite via email). The dialog has a close button (X) in the top right corner. Below the title, there is a section for the invitation message. The text says "Текст запрошення" (Invitation text) and "Email recipients will see this message." Below this is a text area containing a pre-filled message in Ukrainian: "Привітання! Запрошую Вас у свою групу. Щоб приєднатися, перейдіть за посиланням у цьому електронному листі." (Greetings! I invite you to my group. To join, click the link in this email.) Below the text area is a section titled "Add emails to invite" with the instruction "Invite up to 30 people at once by adding additional emails." There is a text input field labeled "Уведіть електронну адресу" (Enter email address) and a blue button labeled "Додати" (Add). At the bottom of the dialog, there are two buttons: "Скасувати" (Cancel) and "Надіслати" (Send).

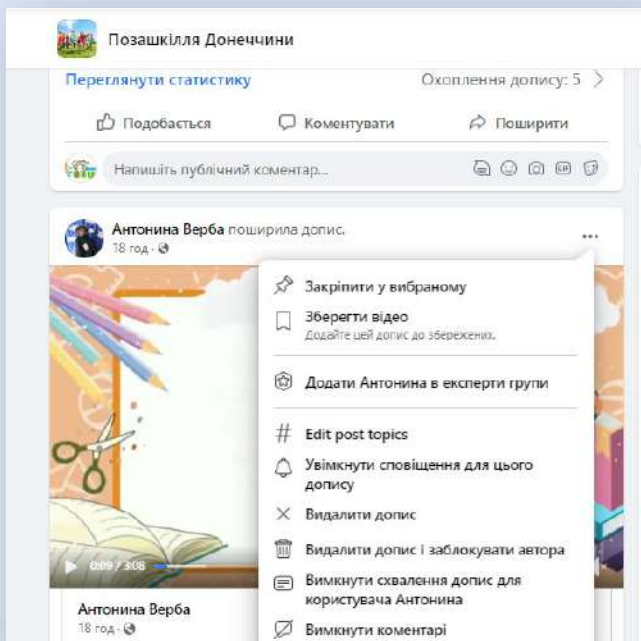
ЯК «ЗАКРІПИТИ» ДОПИСИ У РОЗДІЛІ «ВИБРАНІ»?

Напрочуд вдалим функціональним оновленням Facebook, додав цілий розділ «Вибране/Актуальне» у групи та публічні сторінки мережі. Сам розділ розташовується над всіма записами (стрічкою ваших та користувачів публікацій) групи і є свого роду «Дошкою оголошень». Хоча, безумовно, і для оголошень можна використовувати це місце також.

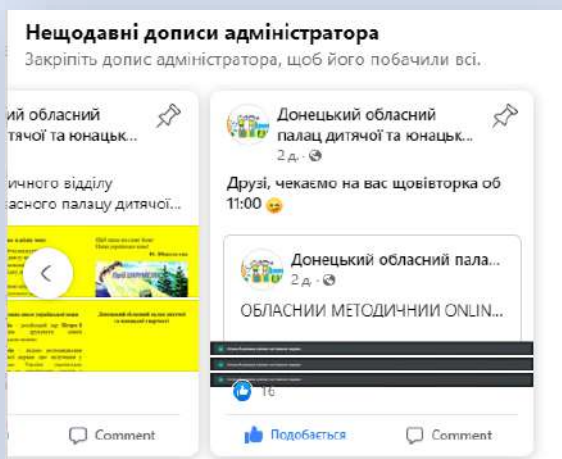


Наприклад, відділ організаційно-масових заходів та дозвілля використовує його для оголошення акцій/челенджів/марафонів і т.д., аби кожен користувач міг одразу побачити анонс та умови заходу. Також дуже ефективним є використання цього місця для підбиття підсумків проведених заходів/конкурсів/етапів і т.д., адже більша кількість учасників побачить цей запис і він не загубиться у стрічці з публікаціями. Статистично це можна виразити відсотком охоплення аудиторією групи: 87% (публікація, яка розташована у розділі «Вибране/Актуальне») проти 58% (публікація, якій вже 3-4 дні).

Для того, щоб закріпити будь-який запис у групі нам потрібно, попередньо знайшовши цю публікацію, натиснути на кнопку «», і у контекстному меню натиснути на **«Закріпити у вибраному»**.




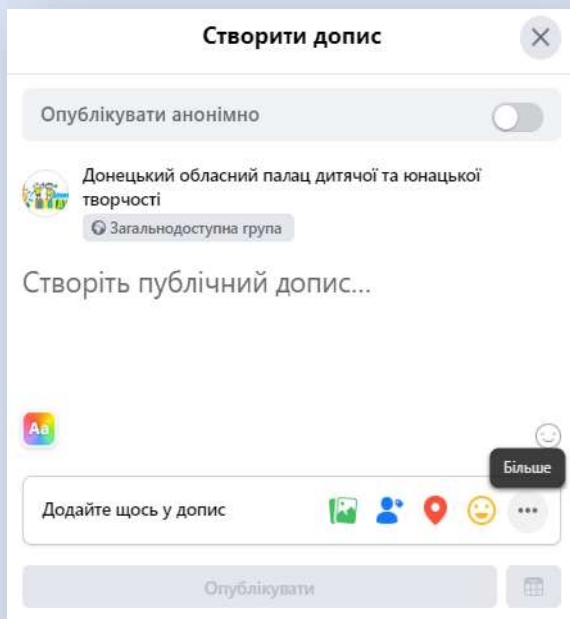
Запис буде доступним одразу і з'явиться у розділі. У верхньому правому кутку буде відображений значок канцелярської кнопки.

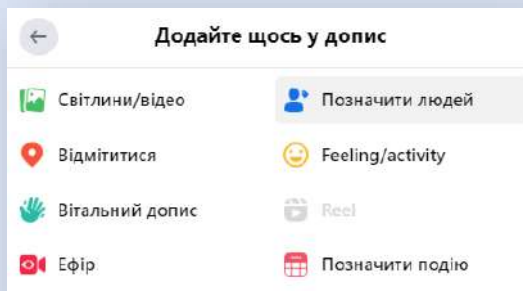


ЯК НА FACEBOOK ВІДМІЧАТИ ЛЮДЕЙ ЧИ ПУБЛІЧНІ СТОРІНКИ У ДОПИСАХ?

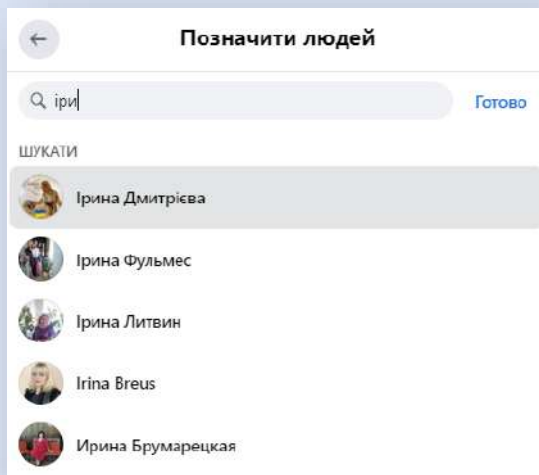
Зручним та ефективним інструментом комунікації із своєю аудиторією (вихованцями, наприклад) є спосіб відмічання людей та груп у Facebook.

Для цього необхідно при створенні нового допису натиснути на кнопку «», і у контекстному меню обрати пункт «**Позначити людей**».



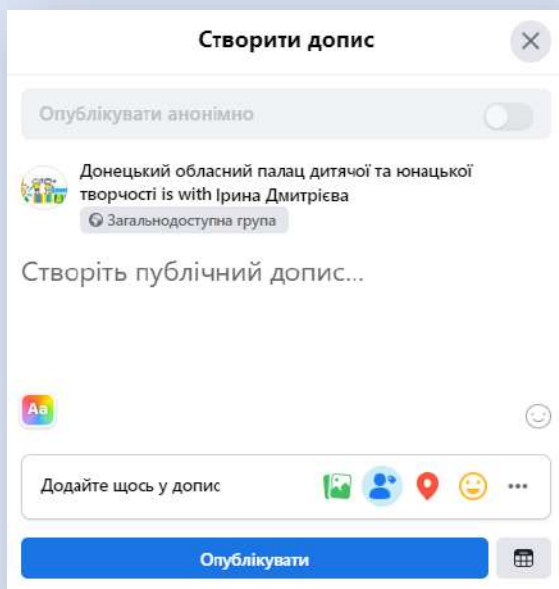


Далі у пошуковому рядку нам потрібно ввести ім'я чи прізвище користувача, Facebook нам запропонує варіанти і обравши потрібний, натискаємо на «Готово».



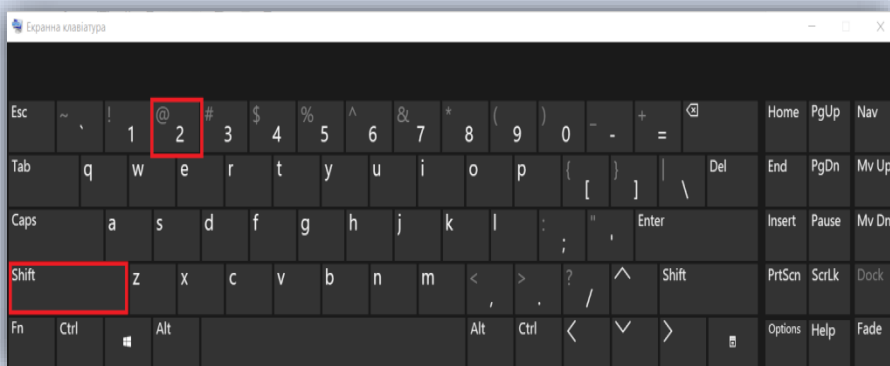
Біля назви нашої групи чи сторінки буде відобразитися і користувач, якого ми обрали.

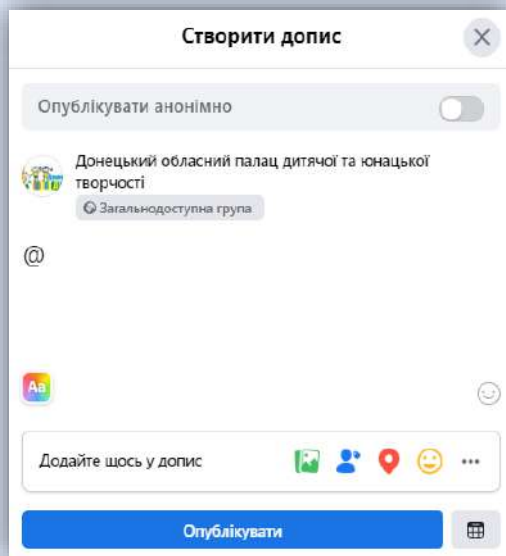
Відмітити ви можете набагато більше людей, що мають пряме відношення до публікації. Після того як запис буде опублікований, відмічений у ньому користувач одразу отримає сповіщення у своєму обліковому записі і зможете одним з перших побачити його та відповідно відреагувати: поставити вподобайку, пошерити запис у себе на сторінці і т.д.



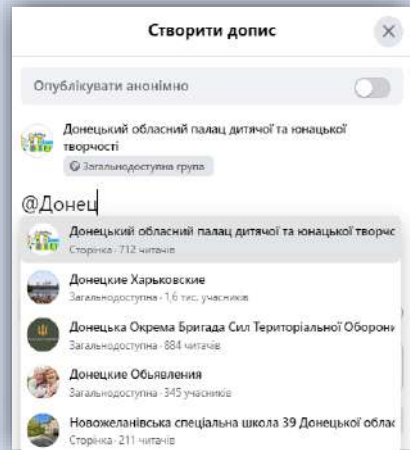
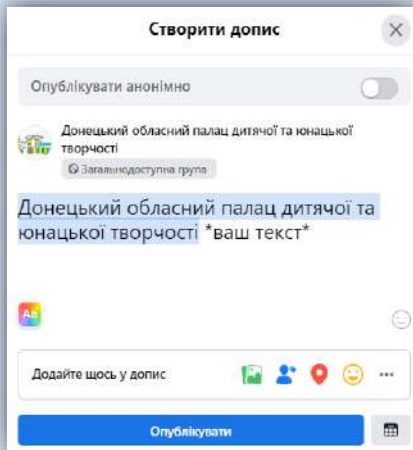
Якщо говорити про групи чи публічні сторінки, то їх дуже зручно відмічати як гіперпосилання за допомогою «@». Для цього при створенні нового допису почніть його з символу «@».

Для того, щоб поставити знак «собачки» на комп'ютері потрібно переключитися на англійську мову і натиснути shift і вийде так – @, а якщо виходять лапки, то у Вас включена наша українська розкладка.

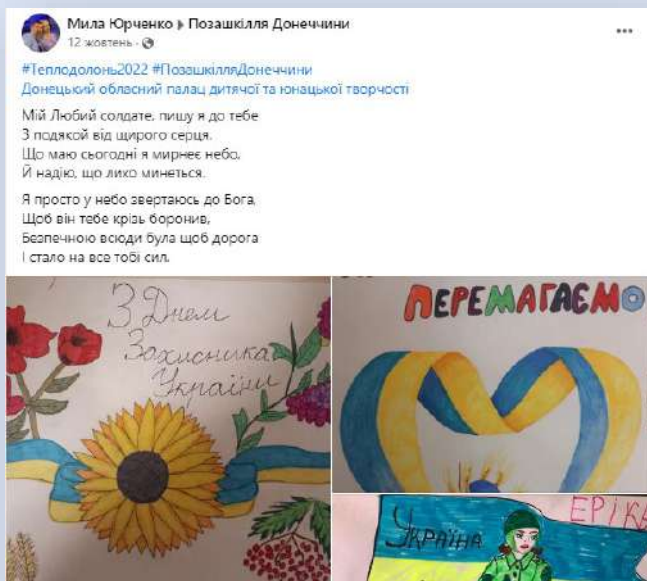




Почавши вводити перші букви групи чи публічної сторінки, алгоритми Facebook запропонують нам варіанти вибору. В даному випадку, обравши необхідний, бачимо повну назву сторінки у вигляді, що знайомий нам по роботі із текстовим редактором Word – гіперпосилання. Після цього наповнюємо допис текстом та візуальними матеріалами і натискаємо **«Опублікувати»**.



Приклад правильного відмічання публічної сторінки «Донецький обласний палац дитячої та юнацької творчості».



ЯК ВИДАЛИТИ ГРУПУ У FACEBOOK, АДМІНІСТРАТОРОМ ЯКОЇ Я Є?

Для того, аби це зробити пропоную звернути увагу на офіційну інструкцію від служби технічної підтримки Facebook.

Якщо ви є адміністратором групи, ви можете видалити свою групу у Facebook, видаливши всіх учасників (у приватних групах) або заблокувавши всіх учасників (у загальнодоступних групах), а потім вийти з групи, за умови що творець групи залишив її або ви є її творцем. Коли в групі не залишиться жодного учасника, її буде видалено автоматично.

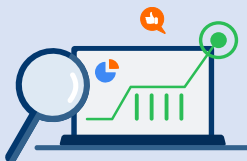
Видалення групи є остаточним і незворотним. Як варіант, ви можете [призупинити роботу групи](#). Дізнайтеся про [різницю](#) між призупиненням і видаленням.

Щоб видалити групу, виконайте наведені нижче дії.

1. У стрічці клацніть **Групи** в меню ліворуч і виберіть свою групу. Якщо ви не бачите пункт **Групи**, натисніть **Більше**.
2. Клацніть **Учасники** (для приватних груп) або **Люди** (для загальнодоступних груп) угорі групи. Вам може бути потрібно спочатку вибрати пункт **Більше**.
3. Натисніть **...** поруч з іменем кожного учасника і виберіть **Видалити учасника** (для приватних груп) або **Заблокувати доступ до групи** (для загальнодоступних груп).
4. Клацніть **Підтвердити**.
5. Видаливши інших учасників, клацніть значок **...** поряд зі своїм іменем і виберіть **Вийти із групи**. Натисніть **Вийти з групи** ще раз для підтвердження.

Під час видалення групи її учасники не отримують сповіщення.

ЧОМУ ВАРТО ПЛАНУВАТИ СВОЇ ДОПИСИ НА FACEBOOK?



Завдяки відкладеному постингу більше немає необхідності публікувати пости вручну. У вас з'явиться більше часу на їх продумування, а значить, підвищиться їх якість

Робочі будні стануть більш гнучкими та різноманітними. За один день ви зможете запланувати пости для сторінки в Facebook на цілий тиждень вперед, а в інші дні займатися іншими важливими справами.

Автоматичні пости в Facebook будуть з'являтися у вашій стрічці тоді, коли аудиторія знаходиться в мережі. Виберіть відповідний час для публікації, щоб ваші підписники не пропустили жодний пост.

ЯК ПЛАНУВАТИ ПУБЛІКАЦІЇ ТА НАВІЩО ВАМ МЕДІА-ПЛАН НА ТИЖДЕНЬ/МІСЯЦЬ: ОБГОВОРЮЄМО УСПІШНИЙ KEYC ЛІТНЬОГО ПРОЄКТУ – «ONLINEHUB ОПДЮТ»

У Facebook інтегрований спеціальний інструмент, що має назву **Meta Business Suite**, який окрім зручного режиму адміністрування вашої групи, комунікації з її учасниками, також допомагає у плануванні майбутніх публікацій.

У роботі педагога-позашкільника ефективний тайм-менеджмент має посідати одне з пріоритетних місць. Адже для того, що все встигати, спочатку це треба вміло запланувати. І крім звичних нам методів є надзвичайно важливим користування актуальним цифровим інструментарієм, що надає широкі можливості для цього.

Повертаючись до нашого успішного літнього кейсу «ONLINEHUB ОПДЮТ», адже саме завдяки грамотному тайм-менеджменту, злагодженій роботі кожного із педагогів-позашкільників та створеному медіа-плану виходу публікацій – місяць роботи вийшов цікавим та корисним як і нашим вихованцям, так і для педагогів, які отримали новий досвід у роботі з соціальною мережею Facebook.

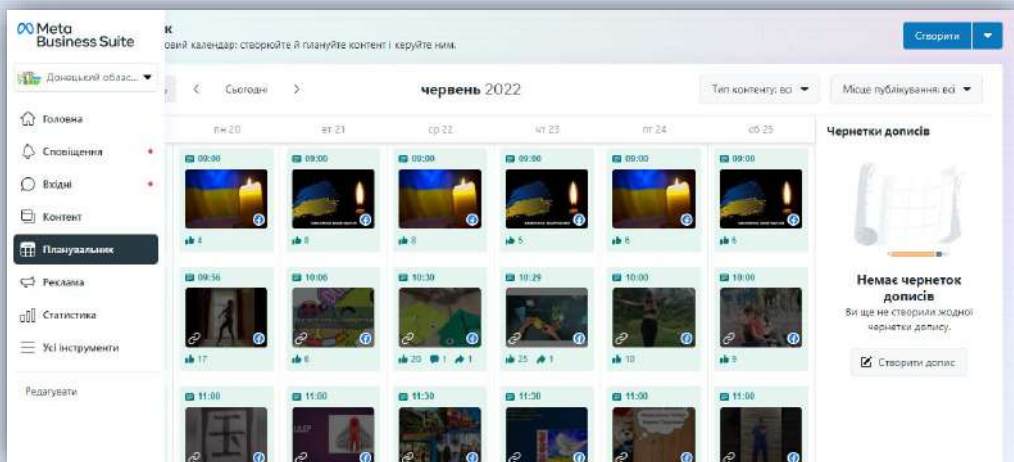
The image shows a screenshot of a Facebook page for the project «ONLINEHUB ОПДЮТ». The page header includes the project name, the date 30/06/2022, and the location Ukraine. The main content features a colorful logo with two children holding hands, a sun-like graphic, and the text «Донецький ОПДЮТ». Below the logo is a list of five weekly schedules for the month of June. On the right side, there is a video player with a red play button and a list of categories including 'Акції', 'Відвіди мистецьких заходів та організації дозвілля', 'Відвіди освітнього мистецтва та декоративно-прикладної творчості', 'Відвіди художньої творчості', 'Воскресінські заходи', 'Гуманітарно-науково-технічний відвіди', 'Дослідження палаци', 'Інфо', 'Майстер-класи', 'МЕТОД, тиждень', 'Новини палаци', 'Обласні етапи', 'Обласні заходи', 'Поради психолога', 'Семінари', 'Учніське самоврядування', and 'Школа "Realists"'. At the bottom, there is a video player showing a woman's face, with the title 'Презентація проекту «ONLINEHUB ОПДЮТ»' and buttons for 'Переглянути...' and 'Поділитися...'.

Для того, щоб почати планувати, звернемо увагу на ліву бічну колонку під назвою «**Керувати сторінкою**», нас цікавить саме **Meta Business Suite**, натискаємо і переходимо до наступної сторінки.

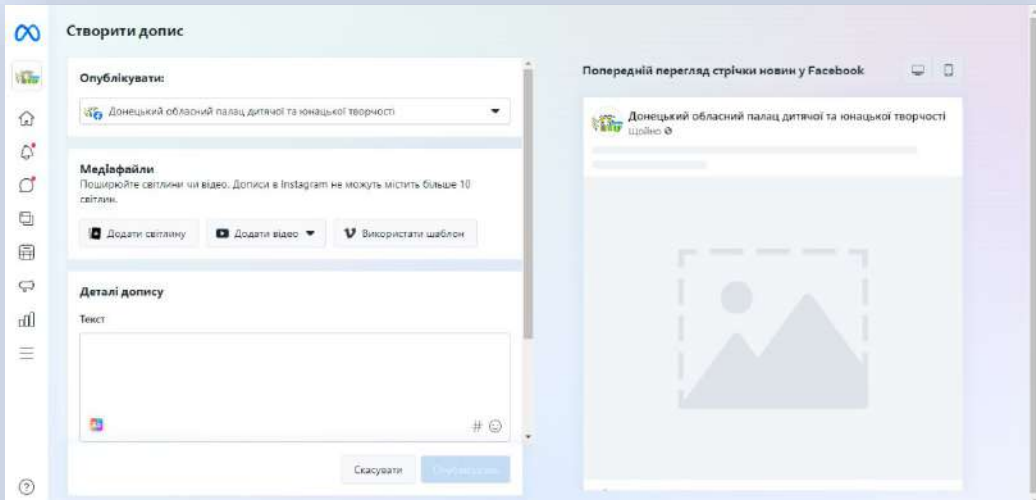


В бічній колонці обираємо «**Планувальник**». Це – наш меді-план, журнал опублікованих і майбутніх записів. На скріншоті нижче ми обираємо часовий проміжок – червень 2022 року, так як саме в цей період і відбувався наш OnlineHUB.

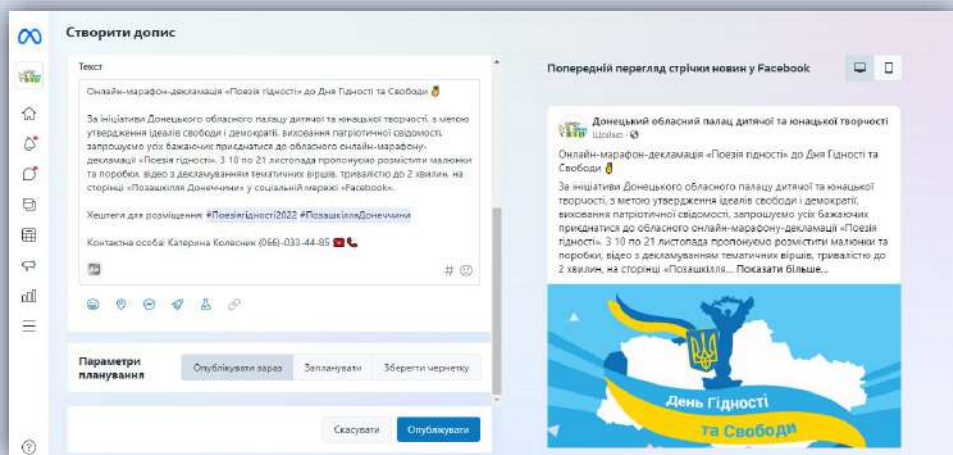
Кожна мініатюра відповідає окремому запису, клікнувши на котрий ми можемо детально подивитися на нього і отримати необхідну інформацію.



Спробуємо створити запис і запланувати його публікацію на визначений нами час. Для цього ми натискаємо «Створити».

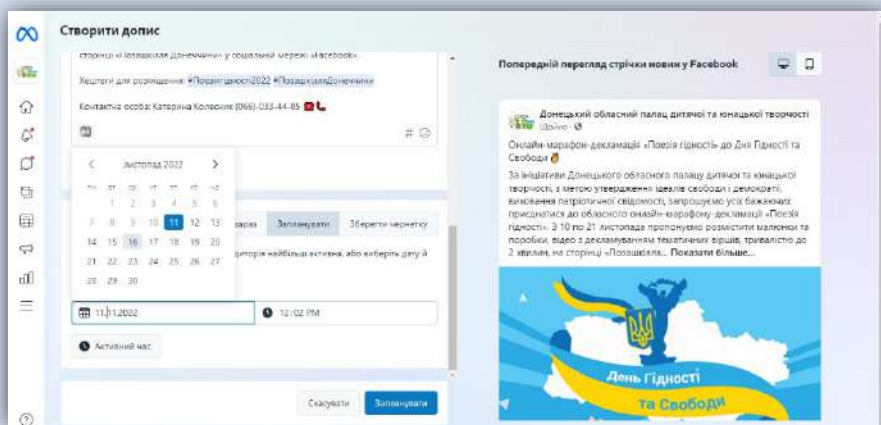



У «Деталі опису» вносимо текстову інформацію, а за допомогою «Додати світлинку» чи/та «Додати відео» додаємо матеріали візуального характеру.

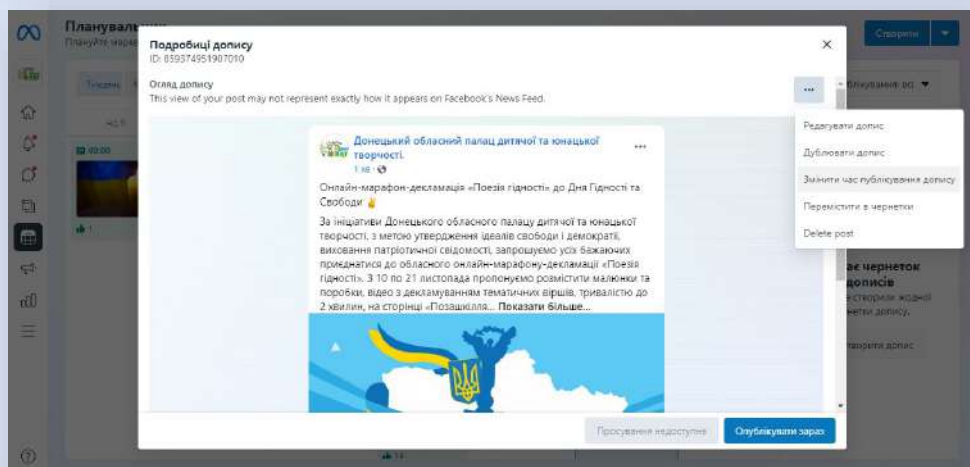
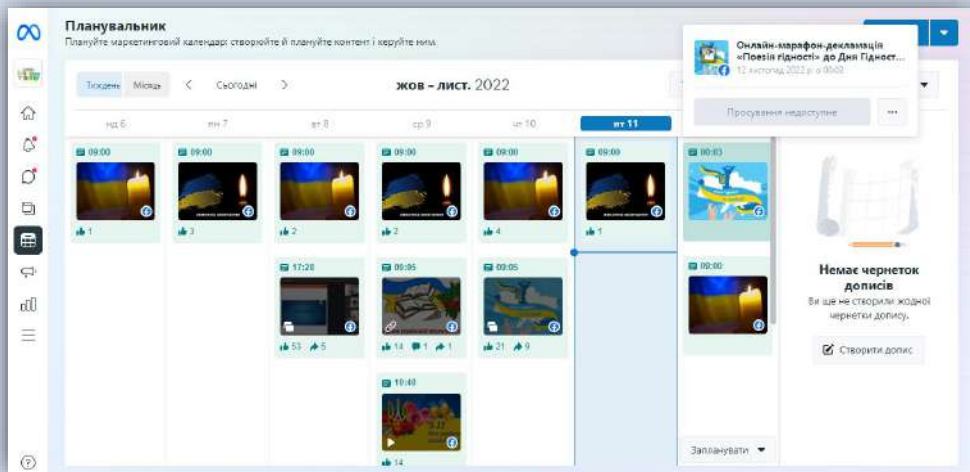


Після заповнення текстової та візуальної частини запису – обираємо пункт **«Запланувати»**. У інтерактивному календарі обираємо дату: день, місяць, рік. Праворуч обираємо час, але є нюанс.

Справа в тому, що Facebook використовує 12-годинний формат обчислення часу, що передбачає поділ 24 годин, які складають добу, на два 12-годинні інтервали — по опівночі й по опівдні, що позначаються a.m. (лат. ante meridiem дослівно — «до полудня») та p.m. (лат. post meridiem дослівно — «після полудня»). Наприклад, запис потрібно опублікувати о *09:30*, тож ми встановимо *09:30 AM*. Якщо о *17:20*, то *05:20 PM*.



Якщо раптом ви вирішити змінити час для публікації, натискаємо «», де у контекстному меню обираємо пункт «Змінити час публікації допису».



Перевірити час публікації, змінити його чи оперативно внести корективи у сам допис можна клікнувши на мініатюру на медіа-таймлайні.

Окрім цього, вам також буде доступна повна статистична інформація для кожної публікації: охоплення аудиторії, взаємодія з дописом і т.д.

The screenshot shows a Facebook post analytics window. The post is titled "Донецький обласний палац дитячої та юнацької творчості" (Donetsk Regional Children's and Youth Center) and was published by "Максим Колман" on "21 червень" (June 21, 2022). The post content includes the text "Хвилина пам'яті..." and a photo of a candle. The analytics window displays the following data:

- Post performance:** There may be delays in stats reporting. To see the most up-to-date stats please go to your live post.
- Охоплення аудиторії (Audience Reach):** 89 total, 0% from boosted posts, 89 organic, 0 paid.
- Взаємодія з дописом (Engagement):** 8 total, 0 Comment, 0 on post, 0 on shares, 0 Share, 0 on post, 0 Click, 0 photo clicks.

At the bottom of the analytics window, there is a button labeled "Продовження недоступна" (Continuation unavailable).

ЛІТЕРАТУРА

1. Адамова І. З. Використання інтернет-технологій у навчальному процесі / І. З. Адамова, М. І. Уграк // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2014. – Вип. 1. – С. 374-379.
2. Довідковий центр Facebook [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.facebook.com/help>
3. Пиголенко І. В. Інтернет-технології як засіб формування ціннісних орієнтацій студентства на шляху до інформаційного суспільства (на прикладі НТУУ “КПІ”): автореф. дис. ...канд. філос. наук / І. В. Пиголенко. – Київ, 2007. – С. 7.
4. Мирошниченко В. О. Використання сучасних інформаційних технологій формування мультимедійної компетентності. [Електронний ресурс] /В.О. Мирошниченко.

Режим доступу pidruchiki.com/.../didaktishni-mozhливosti-internet-tehnologia

5. Бовкун О. В. Використання засобів ІКТ для підвищення ефективності уроку історії. [Електронний ресурс]/О.В. Бовкун. – Режим доступу:

klasnaocinka.com.ua/ru/article/vikoristannya-zasobiv-ikt-dlyapidvishchennya-efek.html