



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ
НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ВІДДІЛ**

**НОВІТНІ ПЕДАГОГІЧНІ ПІДХОДИ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ
ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНСЬКОМУ
ДЕРЖАВНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ ЗАЛІЗНИЧНОГО
ТРАНСПОРТУ**

**ТЕЗИ НАУКОВО-МЕТОДИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
УНІВЕРСИТЕТУ**

(27–28 листопада 2024 року)

Харків 2024

Редакційна колегія:

Соломніков І. В. (відп. редактор), Індик Н. В.,

Семенцова О. В., Дудін О. А.,

Куценко М. Ю., Змій С. О., Рукавішников П. В., Харламова О. М.

*Д-р. екон. наук, професор, завідувач кафедри
маркетингу, комерційної діяльності та
економічної теорії **О. І. Зоріна,**
кандидати екон. наук, доценти
О. В. Сиволовська, А. О. Дергоусова*

Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків)

ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИЙОМІВ ГЕЙМІФІКАЦІЇ В МЕТОДИКУ ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІН ЗА ОПП «МАРКЕТИНГ»

Впровадження методів і прийомів гейміфікації у викладанні освітніх компонент за ОПП «Маркетинг» є обов'язковою умовою підтримки креативного настрою та мейнстріму, які треба підтримувати в роботі зі здобувачами-маркетологами, щоб не просто їх мотивувати до сумлінного навчання, а й буквально органічно вмовити «надіти на себе професію маркетолог», бо професія маркетолог активна, креативна та інноваційна. І реалізувати ці підходи майбутнім фахівцям доведеться все їхнє професійне життя. Гейміфікація передбачає використання ігрових елементів і технік у навчальному процесі, що дає змогу зробити процес навчання цікавим, інтерактивним і практично пізнавальним.

По-перше, ігрові елементи роблять навчання захоплюючим, що істотно підвищує рівень залученості здобувачів. По-друге, завдяки інтерактивним сценаріям здобувачі мають можливість одразу реалізувати теоретичні знання на практиці. Це допомагає краще засвоїти матеріал і підготуватися до реальних викликів у професійній діяльності. Третя перевага полягає в мотивуванні до самостійного навчання. Система нагород і досягнень стимулює здобувачів до додаткової роботи і саморозвитку, адже вони бачать свій прогрес і відчують задоволення від досягнень. Нарешті, по-четверте, гейміфікація сприяє розвитку критичного мислення та креативності. Здобувачі вчаться аналізувати інформацію, ухвалювати рішення та знаходити нові підходи до вирішення завдань, що є ключовими навичками для фахівців-маркетологів.

До основних прийомів гейміфікації можна віднести такі:

1. Система балів і рейтингів, створення рейтингових таблиць, інтерактивних «дошок змагань», що підтримує дух конкуренції, без якого в маркетингу ніяк.

2. Бейджі та нагороди для відзначення персональних успіхів. Маркетологи не самураї (у самурая нема мети, є тільки шлях.) Для маркетолога досягнення мети, отримання результату – це основне в професійній діяльності, тобто формування цієї навички у здобувачів є обов'язковою, десь на рівні прошарку мозку.

3. Рівні складності, на які можуть бути поділені завдання від викладача. Комуś зі здобувачів достатньо 60 балів (E), а комуś 100 (A) – життєво необхідно і принципово, і навіть трошки замало. Тобто завдання мають бути градуйовані, що дає змогу здобувачам поступово прогресувати і отримувати відчуття «призу», коли вони переходять на новий рівень.

4. Ігрові сценарії. Маркетинг – практична професія, у якій нема теорії, це все кейси з життя. Завдання викладача - знайти найцікавіші кейси для вирішення (віртуально сходити з ними в «АТБ» чи «Сільпо», посидіти в кріслі головного маркетолога концерну «Рошен») та обов'язково дати здобувачам «ролі»: маркетолог нижчої ланки – керівник 1 рівня – керівник 2 рівня – middle (3) або топ-менеджер із маркетингу. Щоб здобувачі не просто вирішували кейси, а й відчували рівні менеджменту, тобто розуміли цілі, завдання та функції, які їм доведеться реалізовувати в реальному житті.

5. Змагання. Організація командних змагань із розроблення маркетингових стратегій або вирішення кейсів стимулюють здобувачів застосовувати теоретичні знання на практиці. Це розвиває аналітичне мислення, вміння працювати в команді та знаходити креативні маркетингові рішення.

6. Зворотний зв'язок у реальному часі, у тому числі на інтерактивних платформах, бо харків'яни навчаються онлайн.

7. Прогресивні місії та квести. Створення викладачем довгострокових завдань або проєктів у вигляді місій, що в результаті дає змогу здобувачам брати участь у тривалих ігрових процесах, де кожен етап є частиною загального

завдання. Це допомагає розвивати навички стратегічного маркетингового планування та систематизувати набуті знання.

Отже, гейміфікація у викладанні маркетингових дисциплін є прогресивним підходом, який дає змогу підвищити залученість здобувачів, забезпечує практичне застосування знань у реальному часі, стимулює самостійне навчання через систему нагород і досягнень, а також розвиває критичне мислення і креативність.

1. Захарова О., Грузд А. Підвищення якості послуг вищої освіти за допомогою гейміфікації. *Наукові праці національного технічного університету. Економічні науки*. 2017. Вип. 32. С. 113–122.

2. Макаревич О. Гейміфікація як невід’ємний чинник підвищення ефективності елементів дистанційного навчання : наукова стаття. *Young Scientist*. 2015. № 2 (17). С. 275–278.

3. Лященко Т. О., Гришуніна М. В., Пічкур В. Р. Гейміфікація як одна з інноваційних форм навчального процесу. *Управління розвитком складних систем*. Київ, 2018. № 35. С. 113–123.

*Кандидати екон. наук, доценти кафедри
маркетингу, комерційної
діяльності та економічної теорії
А. О. Дергоусова, О. В. Сиволовська*

Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків)

ЛАЙФХАКИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ В ОНЛАЙН-РЕЖИМІ

Не дивлячись на те, що навчання онлайн в Україні тепер - вимушена форма здобуття освіти, якісному отриманню знань це не шкодить. Зазвичай у першу чергу все залежить від бажання здобувача навчатися, а також від того, як саме організовано навчальний процес з боку закладу вищої освіти і безпосередньо викладача.

Однією з багатьох переваг онлайн-навчання є те, що здобувач може майже в піжамі підключатися до дистанційних курсів, слухати лекції в Zoom. Але це вже точно не формує діловий настрій. Отже, слід звернути на увагу на декілька важливих аспектів для організації освітнього процесу онлайн.