

**Н.Є. Летуновська,**

кандидат економічних наук, асистент кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю

Сумського державного університету

## **КРЕАТИВНИЙ ПІДХІД ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ**

В умовах актуалізації проблеми підвищення якості освіти, зокрема вищої, важливим аспектом оцінювання рівня професіоналізму викладача стає знання ним та, що більш важливо, активне використання інноваційних підходів у навчанні. Суттєвою рисою успішного викладача є його творча активність як педагога. Це стосується викладання дисциплін будь-якого профілю та спрямування. Доцільно зазначити, що викладання предметів економічного напрямку специфічне, оскільки потребує ознайомлення студентів як з теоретичним підґрунтям їх майбутньої професії, так і з напрацюванням умінь використовувати набуті знання на практиці. Актуальності набуває готовність викладача до розроблення ситуаційних вправ та завдань, моделювання реальних ситуацій зі сфери вирішення економічних задач, щоб майбутні фахівці мали можливість набутти практичного досвіду з використання своїх навичок. Як показало опитування студентів ВНЗ компанією GfK Ukraine у 2016 р.[1], більшість здобувачів отримують вищу освіту саме для кращого працевлаштування.

Окремо необхідно сказати про навчання майбутніх маркетологів як фахівців з дослідження ринку, формування дієвої стратегії поведінки суб'єкта господарювання, розроблення інструментів просування продукції на ринку тощо. Для маркетолога вкрай важливі такі риси як уміння аналітичного узагальнення, готовність працювати в команді, креативність у прийнятті рішень, уміння аналізувати роботу інших спеціалістів та критично оцінювати власні нароби. Пропонований нами підхід у навчанні спрямований на розвиток цього переліку вмінь та максимально наближений до реального процесу ро-

боти спеціалістів-маркетологів сучасних агентств, що надають консультаційні послуги.

На початку роботи студенти (не важливо, скільки студентів у групі, мінімум 7) поділяються на підгрупи по 7 чоловік у кожній. Заздалегідь у кожній групі викладач призначає їх ролі, що залежить від об'єктивних суджень останнього про кожного студента (рівень його вмінь, готовність обіймати ту чи іншу роль у групі студентів, відповідальність за взяті на себе обов'язки тощо). Можливі такі ролі як розробник (двоє-трьох), старший розробник, куратор, директор та клієнт. У кожного з них є свій перелік обов'язків та завдань, які він виконує. Для виконання кожній групі студентів видається проєкт. Це може бути технічне завдання на проведення маркетингового дослідження обраного ринку (сфера, країна обирається або викладачем, або студентами за бажанням). Може бути запропоновано провести оцінювання об'єму, місткості, динаміки ринку, його сегментування, проведення конкурентного аналізу, визначити вільні ринкові ніші, розробити прогноз розвитку ринку на найближчі роки тощо. Тобто всього того, що може знадобитися при виході на обраний ринок певної фірми зі своєю продукцією. Як джерела інформації пропонується використовувати дані офіційної статистики ринку аналізованої країни, дані довідкового характеру, що можуть бути опубліковані в галузевих та професійних ЗМІ, офіційні сайти Міністерств, відомств та компаній у галузі, дані відкритих маркетингових досліджень та опитувань, інші інформаційні Інтернет-джерела. У кожного члена підгрупи своя роль, свої завдання, які він має успішно виконати. Розробники – це безпосередні виконавці роботи, які відповідають за розроблення певної частини всього обсягу виданого викладачем завдання. Вони можуть самостійно розподілити роботу між собою, або це може зробити викладач (старший розробник, куратор). До завдань старшого розробника входить контроль виконуваної простими розробниками роботи, а також ефективна презентація виконаної роботи. Крім того, старший розробник також може відповідати за розроблення певної (наприклад, найбільш відповідальної) частини загальної роботи. Куратор виступає

як консультант. На роль куратора доцільно призначати студентів, які показують найкращу успішність з дисципліни. До куратора можуть звертатися розробники з приводу проблемних питань при виконанні ними роботи. Клієнт відіграє роль оцінювача виконаної роботи всієї групи студентів, він може вносити свої побажання до розроблюваного документа. З першого погляду здається, що роль клієнта є найлегшою з усіх перерахованих, але піддаючи критиці розроблений документ він має аргументовано посилатися на теоретичні чи наукові підходи, щоб його критика була об'єктивною. Завданням директора є вдала організація роботи між усіма названими учасниками – розроблення графіку роботи, контроль за всіма етапами виконання роботи, передконтроль презентаційного матеріалу та ін. (перелік завдань може бути визначений у ході роботи під кожен конкретний вид роботи).

Доцільно сказати, що в таких групах студенти можуть виконувати завдання різного характеру та спрямування. Групи студентів можуть видозмінюватися, або ж вони можуть працювати в сформованих групах упродовж семестру чи навіть року. За результатами роботи груп може формуватися графік успішності. Найбільш успішна група студентів отримує по завершенні дисципліни оцінку «Відмінно». Інші групи відповідно «Дуже добре», «Добре» і так далі. Таким чином, такий розподіл відповідає принципу диференційованого оцінювання студентів у ВНЗ.

Креативність у викладанні сприяє кращому засвоєнню матеріалу студентами, зокрема на практичних заняттях. Запропонований підхід до проведення практичних занять наближений до реальних умов роботи майбутніх фахівців у сфері маркетингу. Цей підхід можна видозмінювати, додаючи інших учасників команди. Для прикладу, якщо у команду розробників додати спеціалістів з фінансових розрахунків, то групі студентів буде під силу розробити бізнес-план як комбінацію маркетингового дослідження та фінансового плану для підприємства.

1. Соціально-економічний портрет студентів: результат опитування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://cedos.org.ua/uk/osvita/sotsialno-ekonomichnyi-portret-studentiv-rezultaty-opytuvannia>.

**Летуновська Н.Є. Креативний підхід до організації практичних занять студентів економічних спеціальностей / Н.Є. Летуновська // Актуальні проблеми педагогічної науки : Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Миколаїв, 10-11 листопада 2017 р.) / ГО «Інститут інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної інформатики НАН України. У 2-х частинах. – Ч. 1. – С. 118-119.**