

ІНТЕРАКТИВНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Сазер Л.Ю., к.е.н., ст. викладач кафедри маркетингу та УІД
Сумський державний університет, м. Суми
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна
lyudmila.sager@gmail.com

Сигида Л.О., к.е.н., ст. викладач кафедри маркетингу та УІД
Сумський державний університет, м. Суми
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна
liubov.syh@gmail.com

Колесник А.А., студентка кафедри маркетингу та УІД
Сумський державний університет, м. Суми
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна

У статті здійснено аналіз поширених форм взаємодії студентів та викладачів. Наведено їх сутнісну характеристику. Визначено переваги інтерактивних методів навчання, значимість та можливість застосування. Здійснено систематизацію інтерактивних методів навчання з точки зору доцільності застосування як інструменту маркетингу освітніх послуг. Визначено, що ринкове позиціонування закладів вищої освіти має ґрунтуватися на використанні їхніх переваг та їх відповідності вимогам споживача освітніх послуг.

Ключові слова: освіта, послуги, маркетинг, методи.

DOI: 10.21272/1817-9215.2018.4-2

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Система вищої освіти України наразі переживає складні часи трансформації, що виражається не тільки у зміні законодавчого поля, а і у суттєвому зниженні кількості абітурієнтів вищих закладів освіти (ВЗО). Пропозиція освітніх послуг не просто врівноважує раніше домінуючий платоспроможний попит, а навіть починає його перевищувати. При цьому ринок освітніх послуг постійно розвивається, зростає рівень конкуренції. Відтак, кожен абітурієнт – це споживач на висококонкурентному ринку, за якого потрібно боротися. Зважаючи на неспроможність держави щодо забезпечення необхідної матеріальної підтримки, уся діяльність щодо посилення власних позицій у конкурентній боротьбі та залучення споживачів лягає на ВЗО. Відповідно жодному освітньому закладу не обійтись без застосування маркетингових інструментів, у першу чергу інструментів освітнього маркетингу, з метою посилення позицій у боротьбі за споживача. Сутністю маркетингу освітніх послуг є максимальне задоволення потреб в освіті та підвищення особистої цінності людини, у результаті чого відбувається відтворення загального інтелектуального потенціалу суспільства [1]. Для того, щоб підвищити якість освітніх послуг і відповідно максимально ефективно задовольнити потреби споживачів в освіті, необхідно, перш за все, вирішити сучасні проблеми надання освітніх послуг, що може бути здійснено на основі таких принципів [1]: комплексність, інновації та доступність освіти. Принцип «інновації» передбачає застосування альтернативних моделей передачі знань. Тому провідними аспектами педагогічної інноваційної практики стали створення в навчальних установах нових методик і технологій навчання, оновлення вмісту освіти, гуманістичний характер взаємин учасників освітнього процесу [1], забезпечення інтерактивності навчання, що і визначає актуальність дослідження.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є визначення ролі інтерактивних методів навчання у маркетингу освітніх послуг.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

На сьогодні доцільно виділяти три найбільш поширені форми взаємодії викладача зі студентом:

1. Пасивні методи.
2. Активні методи.
3. Інтерактивні методи.

Пасивний метод навчання – це популярна форма взаємодії викладача зі студентом, при якій викладач виступає активною особою, а студент залишається пасивним слухачем. Зворотній зв'язок на таких заняттях встановлюється через опитування, практичні завдання, тести і т.п. На даний час пасивний метод розглядається як найбільш неефективний з точки зору засвоєння студентом матеріалу, але перевагою цього методу є можливість представити великий обсяг інформації за короткий час.

Сьогодні широкого поширення набувають активні та інтерактивні методи навчання. Використання **інтерактивних методів навчання** забезпечує цілковите занурення студентів у навчальний процес та є основним джерелом навчання. Радикальною відмінністю традиційного та інтерактивного навчання є те, що студент не тільки поповнює та зміцнює свої знання, але також доповнює та «конструює» нові.

Інтерактивні методи навчання дозволяють організовувати навчальний процес таким чином, що всі студенти однаково беруть участь у пізнавальному процесі, кожен із них сприяє навчанню інших, студенти обмінюються інформацією та ідеями. Такі відносини дозволяють студентам не тільки опанувати знання, але й розвивати комунікативні навички: вміння слухати інших, оцінювати різні точки зору, брати участь у дискусіях, приймати спільні рішення, розвивати толерантність тощо.

При інтерактивному навчанні студенти беруть активну участь у навчальній діяльності, моделюють професійні ситуації, виконують творчі та дослідницькі завдання, ведуть обговорення з іншими студентами, навчаються обґрунтовувати свою точку зору та наводити аргументи, розробляють стратегії ефективної поведінки в різних ситуаціях.

Основним завданням викладача є створення умов для активної та ініціативної діяльності студентів. Інтерактивні методи здатні викликати інтерес студентів, вони заохочують активну участь кожного в навчально-виховному процесі, звертаються до почуттів кожного учасника, сприяють ефективному засвоєнню матеріалу, мають багатогранний вплив на студентів, дозволяють надавати відгуки, формувати життєві навички та сприяють зміні поведінки [3].

Таким чином, характерними рисами інтерактивного навчання є [3]:

- обов'язкова наявність зворотного зв'язку;
- більша автономія та ініціатива студентів;
- співробітництво всіх учасників навчального процесу;
- проблемний та рефлексивний характер навчання.

Переваги інтерактивних методів та їх значимість представлені в табл. 1.1.

Тому застосування інноваційних та інтерактивних методів викладання стає одним із основних елементів освітнього маркетингу. При цьому набір інноваційних методів, використання яких сприятиме ефективнішому опануванню матеріалу, кращому його розумінню, буде варіюватися в межах вивчення конкретних

дисциплін студентами різних напрямів підготовки, залежно від специфіки ВНЗ та країни в цілому.

Таблиця 1 – Переваги інтерактивних методів та їх значимість (складено на основі [3, 4])

Переваги інтерактивних методів	Значимість інтерактивних методів
<ul style="list-style-type: none"> – забезпечують більшу взаємодію студентів з викладачами та іншими студентами; – створюють умови для домінування діяльності студентів у навчальному процесі; – сприяють формуванню навичок; – дозволяють організувати навчальний процес за власним бажанням; – стимулюють співпрацю, а не конкуренцію; – є привабливими і можуть бути адаптовані до різних стилів навчання 	<ul style="list-style-type: none"> – стимулюють активну участь; – допомагають розвивати аналітичне мислення студентів; – дозволяють забезпечити кращу реалізацію знань та навичок; – стимулюють творчий потенціал; – розвивають критичне мислення студентів; – стимулюють відповідальність; – забезпечують розвиток «групової» культури, співпраці, взаємодопомоги

На даний час інтерактивні методи навчання активно використовуються та впроваджуються в багатьох закладах вищої освіти України, і в тому числі в Сумському державному університеті.

Зокрема, інтерактивні методи, що активно використовуються в процесі навчання студентів спеціальності «Маркетинг», а також студентів інших спеціальностей, які навчаються за дуальними планами і які вивчають «Основи маркетингу», подано на рис. 1.

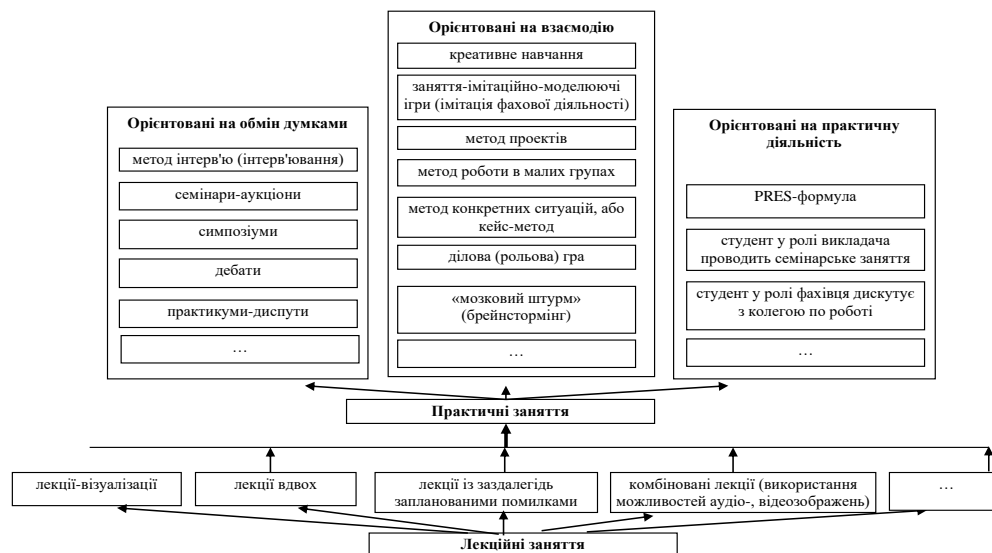


Рисунок 1 – Систематизація інтерактивних методів навчання, що застосовуються викладачами кафедри маркетингу СумДУ

Отже, застосування подібного роду методів викладання дозволяє через впровадження одного із принципів ефективного надання освітніх послуг підвищувати конкурентоспроможність окремих спеціальностей та ВНЗ в цілому. Адже нестандартні (інноваційні) підходи до викладання в межах окремої дисципліни, ВНЗ, країни в цілому стають одним із елементів комунікаційної політики освітньої установи як синтез PR та вірусного маркетингу, що не потребують додаткових капіталовкладень на формування медіа-бюджету, що в

сучасних реаліях фінансування державних ВНЗ є досить актуальним.

Розглянемо деякі інтерактивні методи навчання, що застосовуються в детальніше [5, 6, 7]

1. Ігровий метод – це метод, в якому навчання здійснюється через пошук оптимального варіанту вирішення проблеми. На першому етапі викладач фіксує проблему. На другому – студенти розділяються на конкуруючі групи та шукають рішення проблеми. Третій етап – останній, на якому студенти мають публічно захистити розроблені рішення.

Таким чином, ігрові проекти забезпечують високу активність студентів на заняттях, формують навички розроблення шляхів вирішення проблемної ситуації, а також розвинути гнучкість прийняття рішень.

До ігрових методів відносять:

- ділові ігри;
- рольові ігри.

Ділова гра є один із найбільш популярних серед студентів видів навчальної роботи, адже побудований на творчості, змагальності, колективній співпраці. Але ефективність цього методу визначається якістю попередньої підготовки викладача і студентів.

Основна мета будь-якої ділової гри полягає у створенні ситуації, максимально наближеної до реальної, в якій студент повинен виконати необхідні професійні дії, правильно застосувати набуті знання, виявити навички роботи з клієнтами, колегами, а також вміння працювати з нормативними документами.

Сценарій гри готує, як правило, сам викладач, але за певних умов може розроблятися студентом або кількома студентами (наприклад, це може бути спеціальний проект).

Щодо можливих ролей у ділових іграх, то перелік її учасників визначається залежно від її характеру, змісту і призначення.

2. Поведінкове моделювання – це універсальний метод дослідження будь-яких об'єктів та явищ на їхніх аналогах (моделях) з метою вивчення їхніх характеристик, прогнозування дій і наслідків, пошуку оптимального варіанта тощо; це метод навчання міжособистісних навичок та професійної поведінки. За допомогою певної абстрактної або матеріальної моделі, наочної або вербальної можна не лише відтворити певні властивості предмета або явища, а й детально розглянути його компоненти, загальну структуру, систему внутрішніх і зовнішніх зв'язків, функціональні параметри.

Метод здійснюється в такій послідовності: 1) представлення моделі професійної поведінки, яка повинна бути вивчена; 2) найбільш точне відтворення запропонованої поведінкової моделі; 3) зворотний зв'язок, що вказує на ступінь успішності освоєння відповідної поведінки.

Модель поведінки повинна відповідати реальним професійним ситуаціям, щоб майбутні фахівці мали можливість максимально занурюватися у професійну діяльність та швидко адаптуватися до певних умов. Наприклад, студент може розвивати навичками проходження співбесіди, управління конфліктами або надзвичайними ситуаціями, обговорення перспектив кар'єрного зростання тощо.

У процесі викладання моделі доцільно унаочнити за допомогою різних засобів (схем, графіків, малюнків, графічних та віртуальних зображень, наприклад за допомогою комп'ютерної графіки, мультиплікації, мультимедійної апаратури тощо). Ідеальні моделі та образи можуть також вербалізуватись за допомогою) мовних конструкцій, переважно образних, метафоричних. На практичних заняттях метод моделювання може бути застосований щодо конкретної ситуації, можливої поведінки споживачів, пошуку причинно-наслідкових зв'язків у діяльності,

прогнозування наслідків і навіть моделювання характеру навчальних дій викладача та студентів.

Поведінкове моделювання ефективно за таких умов:

- 1) запропонована ситуація є привабливою для студентів і викликає їхню довіру та готовність дотримуватися запропонованої моделі поведінки;
- 2) ситуація демонструє бажану послідовність або правильну процедуру дій;
- 3) студенти бачать, що дотримання бажаної послідовності діяльності нагороджується (заощадження часу, страхування від помилок, вирішення проблем тощо).

Таким чином, представлений метод поведінкового моделювання може покращити якість навчання шляхом сприяння належній поведінці у спосіб, типовий для майбутніх ситуацій професійної діяльності.

3. «Мозкова атака» (брейнстормінг від англ. *brain storming*) – це метод організації спільної групової та творчої роботи в аудиторії з метою підвищити розумову активність учасників і знайти плідні ідеї, конструктивні рішення, розв'язання складних проблем або нестандартних ситуацій. Суть цього методу активного навчання полягає в тому, що для обговорення конкретної проблеми група учнів ділиться на дві підгрупи: генератори ідей і критики. Генератори ідей висловлюють всі ідеї щодо вирішення даної проблеми, які тільки спадають їм на думку. Після завершення роботи підгрупою генераторів ідей до роботи приступає підгрупа критиків. Вона аналізує, оцінює, синтезує запропоновані ідеї, вибирає ті, які забезпечують вирішення проблеми.

Суть цього методу полягає спочатку в чіткому формулюванні навчального питання чи проблеми, а потім у пошуку варіантів оптимальної відповіді на основі використання знань студентів, врахування їх точок зору і ступеня професійної підготовленості.

Для проведення заняття складається сценарій, відбираються навчальні питання проблеми, готуються точні відповіді на питання, а також готуються питання, які допомагають викладачу виводити студентів на вирішення проблеми.

У процесі «мозкової атаки» аналізуються пропозиції учасників щодо шляхів вирішення проблеми. Наприкінці обирається оптимальний варіант вирішення проблеми.

Основні принципи «мозкової атаки»:

- 1) не критикувати;
- 2) стимулювати будь-яку ініціативу;
- 3) прагнути до найбільшої кількості ідей;
- 4) дозволяється змінювати, комбінувати, покращувати висунені ідеї.

4. Суть кейс-методу його полягає в тому, що тим, хто навчається, пропонують осмислити реальну життєву ситуацію, опис якої одночасно відображає не тільки яку-небудь практичну проблему, але і актуалізує визначений комплекс знань, який необхідно засвоїти при розв'язанні даної проблеми. При цьому сама проблема не має однозначних рішень. Застосування кейс-методу потребує від викладача ретельного добору теоретичного і практичного матеріалу. Практичний професійний досвід викладача у цій роботі набуває особливої ваги.

По-перше, як специфічний метод навчання, який використовується для вирішення властивих йому освітніх завдань.

По-друге, аналіз ситуацій виступає як образ мислення викладача, його особлива парадигма, що дозволяє інакше думати і діяти, відновити свій творчий потенціал.

По-третє, як сфера творчої діяльності, пов'язана зі створенням кейсів. У цьому аспекті особливого значення набуває вивчення і пропаганда технологій і раціональних прийомів побудови кейсів.

Виділяють такі специфічні *ознаки кейс-методу*:

1. Наявність моделі соціально-економічної системи, стан якої розглядається в деякий дискретний момент часу.
2. Колективне вироблення рішень.
3. Багатоальтернативність розв'язків. Принципова відсутність єдиного розв'язку. Існує спектр оптимальних розв'язків.
4. Єдина мета при виробленні рішень.
5. Наявність системи групового оцінювання діяльності.
6. Наявність керованої емоційної напруги тих, хто навчається.

5. Метод зворотного зв'язку – це метод, згідно з яким один студент встановлює зворотний зв'язок з іншими студентами щодо дій та рішень. Погляд на їх дії та реакції ззовні дозволяє майбутньому спеціалісту краще зрозуміти сильні й слабкі сторони та розвинути адекватну самооцінку. Метод зворотного зв'язку здійснюється на основі інформації при виконанні завдань, пов'язаних із розробкою нових навичок та виконання поточних професійних обов'язків. Учасники знаходяться в абсолютно рівних умовах. На основі цього методу студенти навчаються компетентно надавати інформацію.

Таким чином, метод зворотного зв'язку забезпечує більш ефективний розвиток компетенцій майбутніх фахівців шляхом постійного моніторингу активності та можливостей своєчасної допомоги та виправлення недоліків.

6. Суть методу проектів реалізує диференційований, індивідуально-творчий та активно-дієвий підходи у навчанні. Проект може мати дослідницький, пошуковий, творчий (креативний), прогностичний, аналітичний та ігровий характер. Основу проектного методу складає орієнтація на інтереси і побажання учасників. Автором проекту як спеціального навчального завдання може бути як викладач, так і студент (якщо він висловлює свою пропозицію). Оскільки проект планується та реалізується студентом самостійно або групою студентів, метод цей забезпечує сприятливі умови для активізації їхньої відповідальності, формування партнерських стосунків між виконавцями проекту та викладачем.

Цей метод полягає у:

- стимулюванні інтересу студентів до визначеної проблеми;
- оволодінні студентами необхідними знаннями і навичками для її вирішення;
- організації проектної діяльності щодо вирішення проблеми;
- практичному застосуванні отриманих результатів.

Для навчання дорослих найбільш цікавими є:

1. Інформаційні проекти, спрямовані на збір інформації про якийсь об'єкт, явище; передбачають ознайомлення учасників проекту з цією інновацією, її аналіз і узагальнення фактів, призначених для широкої аудиторії. Такі проекти часто інтегруються в дослідницькі проекти і стають їх органічною частиною, модулем.

2. Прикладні (практико-орієнтовані) проекти, які відрізняє чітко визначений із самого початку результат діяльності його учасників. Цей результат обов'язково орієнтований на соціальні інтереси самих учасників. Такий проект вимагає ретельно продуманої структури, сценарію діяльності його учасників з визначенням функцій кожного з них, чітких висновків, тобто оформлення результатів проектної діяльності і участі кожного в оформленні кінцевого продукту.

7. Метафора – це навчальний метод, спрямований на розроблення нових видів діяльності та зміни поведінкових навичок. Основною метою метафоричної гри є пошук нового способу вирішення проблеми в межах даної метафори.

Група вибирає метафори і заглиблюється в їх контекст, щоб знайти способи вирішення проблеми та шляхи реалізації прийнятого рішення (визначити стратегію

дії). Коли гра закінчена, проблема обговорюється з метою визначення ефективного рішення.

Ця форма навчання допомагає активізувати творчі здібності студентів і повному поглянути на професійну ситуацію, порушуючи стереотипи. Метафорична гра розвиває творчість студентів, знижує тривогу при вирішенні проблем, заохочує студентів до незалежності та ін. Притчі, казки, байки та легенди, які можуть виникнути в межах професії, можуть служити метафорами.

Методика гри в метафори розробляє поведінкові приклади в ситуаціях, характерних для майбутньої професійної діяльності.

8. Навчання у співробітництві (навчання в малих групах). Навчання у співробітництві спрямоване на формування навичок командної співпраці, конструктивної взаємодії з колегами, адекватного сприйняття дій інших та власної поведінки. Завдання для груп можуть бути однаковими (наприкінці заняття учасники груп під керівництвом викладача порівнюють результати виконання завдання в різних групах, аналізують, оцінюють, визначають найкращий варіант), а можуть бути вибірковими (кожна група обирає завдання за своїми інтересами). У межах групи розподіляються ролі: ведучого (фасилітатора), секретаря, хронометриста (слідкує за часом, визначеним для роботи) та ін. Чим менше часу є на виконання завдань, тим менше група. Пізніше ролі змінюють.

Головну ідею навчання в співробітництві можна виразити такою тезою: вчитися разом, а не просто щось виконувати разом. Крім того, навчання у співробітництві спрямоване на:

- формування певних навичок та вмінь;
- засвоєння понять;
- засвоєння академічних і професійних знань;
- організацію проектної діяльності.

Метод навчання в співробітництві в усіх його модифікаціях відповідає ідеології особистісно орієнтованого навчання.

Метод «навчання в команді» базується на таких засадах:

- «нагороду» команда (група) одержує одну на всіх у вигляді бальної оцінки (заохочення, почесного знаку тощо);
- індивідуальна (персональна) відповідальність кожного члена групи: успіх або невдача всієї групи залежить від успіху або невдачі кожного її члена;
- рівні можливості кожного студента в досягненні успіху: кожен студент приносить своїй команді бали, які він «заробляє» шляхом удосконалення власних попередніх результатів. Винагорода (заохочення) всієї команди і персональна відповідальність кожного члена команди є суттєвими складовими успішного формування умінь і навичок кожного студента в групі.

9. Проблемний (проблемно-пошуковий) метод. Може застосовуватись у практиці викладання майже всіх дисциплін. Передбачає проблемний виклад матеріалу, проблемні евристичні діалоги, вправи проблемно-пошукового характеру, створення певної проблемної ситуації, організації колективного пошуку оптимального варіанта розв'язання проблеми, наприклад шляхом обговорення, «ініціативних» дій учасників тощо.

На відміну від традиційних методів, що здебільшого зорієнтовані на репродукцію та закріплення знань, ці методики вимагають від студентів не простого відтворення інформації, а творчості, оскільки містять у своїх умовах елемент незнаного, невідомого.

10. Аудіовізуальний метод навчання. Концепція методу реалізується у формі аудіовізуальних курсів, електронних підручників, комп'ютерних тестових завдань, тренінгів і практичних посібників для індивідуального та дистанційного навчання,

відеозапису різних форм навчання з метою аналізу та обговорення дій учасників навчального процесу.

Ефективність методу визначається не лише мінімальними витратами навчального часу, але й економією зусиль студентів і викладачів під час аудиторного заняття. За умови презентації матеріалів навчальних дисциплін у вигляді навчальних фільмів, CD, мультимедійних пікетів до кожної теми курсу, здійснення контролю знань за допомогою комп'ютерної техніки процес навчання значно виграє як у кількісних, так і якісних показниках.

11. Метод творчого пошуку (дослідження). Серед різних видів завдань, які пропонує викладач кожної дисципліни студентам, особливо важливе місце посідають завдання творчого характеру. Пропонуючи такі завдання студентам для роботи на семінарських і практичних заняттях або для самостійної роботи (з наданням достатнього часу на його виконання), викладач прагне посилити інтерес слухачів до свого предмета, глибше дослідити ті чи інші питання курсу, залучити їх до науково-дослідницької роботи.

З позицій дидактики важливо поступово переходити від простих завдань до більш складних.

Метод цей є провідним у сучасному навчальному процесі, оскільки втілює найважливіший, індивідуально-творчий підхід у навчанні. Застосовуючи його, викладач допомагає студентові у виборі своєї освітньої траєкторії шляхом: 1) уточнення і формулювання мети, яку слід досягти; 2) переліку вмінь і навичок, якими оволодіє студент під час виконання завдань; 2) раціонального планування діяльності (навчальної, науково-дослідної та професійно-практичної); 4) консультування з питань найбільш ефективних прийомів і методів самостійного вивчення й аналізу матеріалу.

Максимальне посилення мотивації до поглибленого самостійного здобуття студентами нових знань – надзвичайно важлива складова сучасного науково-методичного забезпечення навчального процесу, яка забезпечує особливу атмосферу творчості та інноваційного пошуку у вищому навчальному закладі.

12. «Сократів діалог» – у його основі лежить метод Сократа, який формує вміння грамотно ставити запитання, спрямовувати діалог, складати його алгоритм, передбачати можливі варіанти відповідей і заздалегідь готувати варіанти наступних ланцюжків запитань. Метод стимулює творче (аналітичне і синтетичне) мислення, самостійний пошук відповідей, навчає логічно вибудовувати ланцюг запитань, які наближають до остаточної відповіді.

13. «Займи позицію» – методичний прийом, який допомагає визначитись із власною позицією у професійних дискусіях, особливо під час вирішення проблемних питань та конфліктних ситуацій. Спочатку формулюється дискусійне запитання, яке передбачає протилежні відповіді. Відповідаючи на запитання, студенти навчаються добирати і висловлювати слушні аргументи на захист своєї позиції перед однокурсниками та викладачем. Рекомендується застосування цього прийому на початку дебатів, колоквиумів, семінарських занять.

14. PRES-формула (від англ. Position – Reason - Explanation or Example - Summary). Допоміжний метод навчання, спрямований на розвиток і закріплення навичок аргументування, обґрунтування й захисту власної позиції у дискусії, діалозі, під час ділових зустрічей. У цій формулі запрограмований алгоритм логічно послідовних дій: Позиція (думка) – обґрунтування – приклад – висновок (наслідок). Метод формує навички ефективної професійної комунікації, передусім вміння коротко виступити (1-2 хв.) з 4 речень, коли час на дискусію обмежений. Пропонуються типові моделі висловлювань:

1. Позиція (у чому полягає ваша точка зору) – я вважаю, що...

2. Обґрунтування – тому, що...; через те, що... 3. Приклад -- наприклад, 4. Наслідок – ось чому...

15. «Дерево рішень» – простий практичний спосіб зважити переваги і недоліки різних варіантів дій, рішень тощо. Плюси і мінуси фіксуються у спеціальних таблицях, розміщених в аудиторії. Варіант 1: + -. Варіант 2. + - Варіант 3. + - Студенти підвищують свою компетентність, аналізуючи та оцінюючи альтернативні варіанти розв'язання проблеми та прогножуючи наслідки кожного з них. У цьому їм допомагають робочі запитання, які формулює як викладач, так і самі студенти. Вміння поставити правильні запитання – запорука всебічної та об'єктивної оцінки можливих варіантів рішень.

16. Тренінги (індивідуальні та групові). Мета тренінгу – забезпечити студента практичними знаннями, вміннями, навичками, необхідними для виконання конкретних завдань шляхом тренування (повторення й закріплення) певних дій. Якщо вивчення дисципліни в цілому забезпечує студента певною теоретичною і концептуальною системою, цілісним уявленням про систему понять тієї чи іншої галузі, внутрішні та зовнішні зв'язки між компонентами системи, то тренінг як доволі механістичний процес спрямований на вироблення більш-менш одноманітних і передбачуваних схем професійної поведінки, автоматичного відтворення тих чи інших фахових дій.

Для того, щоб тренінг був успішним, викладачеві-тренеру потрібно пам'ятати про прагматичну спрямованість такого методу навчання, адаптувати програму тренінгу до конкретних навчальних потреб з урахуванням індивідуальних особливостей учасників, виявляти самому активність, відкритість, гарну реакцію, професіоналізм та заохочувати учасників до самовдосконалення.

17. Метод інтерв'ю (інтерв'ювання). Допоміжний метод формування і відпрацювання практичних навичок спілкування з клієнтом, який найчастіше реалізується у формі бесіди. Під час навчального інтерв'ю студент вчиться ставити запитання клієнтові, фіксує відповіді на свої, як правило, заздалегідь підготовлені запитання, формулює ситуаційні запитання. Для письмового інтерв'ю слід підготувати анкету або запитальник.

Окрім розглянутих методів, прийомів і форм роботи, у навчальному процесі вельми ефективними є також: дискусії із запрошенням фахівців; публічні виступи на задану тему (імпровізація); цільове спостереження за якимось процесом з метою виявлення його відповідності бажаному результату або заданим параметрам (моніторинг); аналіз і діагностика ситуації; на їхній основі – прогнозування; тлумачення (в усіх його різновидах) та коментування; оцінка (або самооцінка) дій учасників; аналіз помилок, колізій, казусів та ін.

18. Метод практичного навчання – це один із перспективних напрямків сучасної освіти, оскільки забезпечує організацію самонавчального середовища. Цей метод навчання дозволяє студентам ефективно вирішувати проблеми навчально-тренувальної роботи. Він реалізується в групі студентів. Під час спільної роботи над практичноорієнтованою проблемою студенти розробляють власний шлях до її комплексного вирішення, обґрунтовують це рішення та презентують свої пропозиції.

Спільним для цих методів є те, що всі вони мають практичну спрямованість та дозволяють ставити перед студентами завдання, вирішення яких сприятиме формуванню у студентів відповідних компетентностей. Зокрема, на основі зазначених інтерактивних методів у студентів формується здатність збирати та аналізувати необхідну інформацію, виконувати розрахунки економічних та маркетингових показників, робити економічне обґрунтування певних управлінських проектів та здійснювати оцінювання рівня їх ризикованості;

використовувати сучасні цифрові інформаційні технології; виявляти навички самостійної роботи та роботи в групі, проявляти гнучкість та стресостійкість.

Різноманіття засобів та методів, які можуть використовуватися у навчальному процесі з метою підвищення його ефективності, у тому числі запровадження нових стандартів, виведення освітнього процесу на рівень відповідності сучасним вимогам, які висувуються учасниками навчального процесу, замовниками кадрів: підприємцями та підприємствами, державними та соціальними інституціями та іншими суб'єктами, - залишає безальтернативним курс розвитку освітньої діяльності, зокрема університетської, у бік всебічного використання методів активного навчання та застосування інтерактивних технологій. У цей же час безальтернативність цього курсу дозволяє охопити навчальний процес значною кількістю альтернативних форм здійснення освітньої діяльності, формування тісного зв'язку між особою, що навчає, та особою, що навчається.

Однак використання сучасних практик викладання та освоєння викладачами активних та інтерактивних методів навчання не є достатнім для підвищення привабливості освітнього закладу для потенційного клієнта, яким у випадку закладу вищої освіти є студент. Однак розвиток освітніх послуг в Україні та світі дозволяє розширити дану модель, адже простежується тенденція до зростання обсягів надання освітніх послуг вищими навчальними закладами групам осіб, організаціям, органам державної та місцевої влади у формі короткострокових курсів, тренінгів, консультаційних послуг і т.і. Динаміка ринку освітніх послуг свідчить, що поряд із застосуванням активних методів навчання, що має стати масштабним у рамках усього вищого навчального закладу, а не окремих його структурних одиниць – інститутів, факультетів, кафедр, - має бути застосовано маркетингові інструменти, спрямовані на формування стійкого уявлення про заклад освіти як про інноваційне середовище надання якісних освітніх послуг, що відповідають останнім світовим тенденціям та мають високу ефективність. Освіта є затребуваним суспільством продуктом, що підпорядковується закону попиту-пропозиції та іншим ринковим законам. Відповідно це потрібно враховувати у формуванні стратегії розвитку будь-якого закладу, що надає будь-який вид освітніх послуг. Традиційна модель підтримки вищих навчальних закладів в Україні шляхом застосування інструментів державної фінансової політики не дозволяє розвиватися закладам вищої освіти як конкурентним інституціям на світовому ринку освітніх послуг. Тому питання виходу на самоокупність є надзвичайно важливим і тісно пов'язаним не лише із якістю навчального процесу та методів навчання, що застосовуються, а також із промоцією такого напрямку діяльності у вищому навчальному закладі.

Ринкове позиціонування закладів вищої освіти має ґрунтуватися на використанні їхніх переваг та їх відповідності вимогам споживача освітніх послуг. Одним з ключових критеріїв при виборі навчального закладу як абітурієнтами, так і замовниками додаткових (платних) освітніх послуг є рейтингова позиція університету у престижних міжнародних та вітчизняних рейтингах. Зокрема таких як:

- QS world university rankings,
- QS EECA,
- The University Impact Rankings,
- база даних дослідницьких вишів світу Шанхайського рейтингу (ARWU GRUP),
- Webometrics,
- U-Multirang,
- Greenmetric,

- рейтинг «Топ-200 Україна»,
- консолідований рейтинг Osvita.ua тощо.

Входження університету до даних рейтингів дозволяє отримати додатковий маркетинговий інструмент для здійснення ефективної промоції вишу на вітчизняному ринку та ринках освітніх послуг інших країн. Зокрема, залучення іноземного контингенту студентів значною мірою залежить від успішності університету та його прогресу у просуванні по шаблях зазначених рейтингів. Адже існує декілька чітких критерії вибору навчального закладу абітурієнтами, де серед фінансових аспектів, як то: вартість навчання та вартість проживання у місті розташування університету, - провідне місце посідає якість освітнього процесу, яка є не лише декларованою університетом, а фактично підтверджена міжнародними та вітчизняними інституціями, які викликають довіру у абітурієнтів всередині країни та за кордоном.

Сучасна освітня практика свідчить про неможливість перебування університету на високих рейтингових позиціях без застосування інновацій у навчальному процесі, які поступово переходять з розряду інновацій до категорії звичної практики. Використання активних та інтерактивних методів навчання, які донедавна вважалися інноваційним підходом, наразі є необхідною умовою підвищення якості освіти. Всебічне висвітлення університетами застосування найбільш прогресивних та ефективних практик охоплення навчального процесу активними та інтерактивними методами навчання – є потужним маркетинговим інструментом формування конкурентоспроможності вишу на сучасному ринку освітніх послуг.

ВИСНОВКИ

Таким чином, інтерактивне навчання є саме тим засобом, що сприяє активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів, адже воно базується на широкому та комплексному використанні дидактичних та організаційно-управлінських засобів. Відповідно таке поєднання дозволяє не тільки забезпечувати високий рівень засвоєння матеріалу, але також підвищує практичноорієнтованість навчального процесу.

Застосування подібного роду методів викладання дозволяє через впровадження одного із принципів ефективного надання освітніх послуг підвищувати конкурентоспроможність окремих спеціальностей та ЗВО в цілому. Адже нестандартні (інтерактивні) підходи до викладання в межах окремої дисципліни, ЗВО, країни в цілому стають одним із елементів комунікаційної політики освітньої установи як синтез PR та вірусного маркетингу, що не потребують додаткових капіталовкладень на формування медіа-бюджету, що в сучасних реаліях фінансування державних ЗВО є досить актуальним.

Відповідно можна говорити про те, що використання інтерактивних технологій дозволяє досягти комплексного результату, що може проявитися у підвищенні практичних навичок студентів для конкретної фахової діяльності та посиленні готовності майбутніх спеціалістів до постійного професійного самовдосконалення.

SUMMARY

The article analyzes common forms of interaction between students and teachers. Their essential characteristics are given. Advantages of interactive teaching methods, importance and possibilities of application are determined. The systematization of interactive teaching methods has been carried out in terms of the expediency of using it as a tool for marketing educational services. It has been determined that the market positioning of higher education institutions should be based on taking advantage of their advantages and their compliance with the requirements of the consumer's educational services.

Keywords: education, services, marketing, methods.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Костюченко А.М. Специфіка маркетингу освітніх послуг та сучасні проблеми освіти в Україні в умовах ринкового середовища / А.М. Костюченко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка», 2011. – № 5(3). – С. 43-49.
2. Giorgdze M. Interactive teaching methods: challenges and perspectives / Madona Giorgdze, Marine Dgebuadze // International E-Journal of Advances in Education. – December 2017. – Vol. III, Issue 9. – PP. 544-548.
3. Kutbiddinova R.A. The Use of Interactive Methods in the Educational Process of the Higher Education Institution / R.A. Kutbiddinova, A.A. Eromasova, M.A. Romanova // International journal of environmental & science education. – 2016. – Vol. 11, NO. 14. – PP. 6557-6572
4. Sava Raluca. Using interactive methods in teaching accounting / Sava Raluca // Studies in Business and Economics. – 2016. – no. 11(2). – PP. 130-139
5. Артикуца Н.В. Інноваційні методики викладання дисциплін у вищій юридичній освіті [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/123456789/2424/1/Artikutsa_Inov.pdf
6. Yakovleva N.O. Interactive teaching methods in contemporary higher education / Nadezhda O. Yakovleva, Evgeny V. Yakovlev // Pacific Science Review. – xx (2015). – 1-6. – PP. 1-6.;
7. Сисоева С.О. Інтерактивні технології навчання дорослих: навчально-методичний посібник / Сисоева С.О.; НАПН України, Ін-т педагогічної освіти і освіти дорослих. – К.: ВД «ЕКМО», 2011. – 324 с.