

Орлова Олена Ігорівна

асистент кафедри підприємництва та маркетингу

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Орлова Елена Игоревна

ассистент кафедры предпринимательства и маркетинга

Ивано-Франковский национальный технический университет нефти и газа

Orlova Olena

Assistant of the Department of Entrepreneurship and Marketing

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

ORCID: 0000-0001-8208-6511

АДАПТАЦІЯ УНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ ПРАКТИКИ СТУДЕНТІВ-

МАРКЕТОЛОГІВ ДО РЕАЛІЙ БІЗНЕСУ

АДАПТАЦИЯ УНИВЕРСИТЕТСКОЙ ПРАКТИКИ СТУДЕНТОВ-

МАРКЕТОЛОГОВ К РЕАЛИЯМ БИЗНЕСА

ADAPTING THE UNIVERSITY PRACTICE OF "MARKETING"

STUDENTS TO BUSINESS REALITIES

***Анотація.** Одним з напрямків модернізації професійної освіти з метою адаптації навичок і компетентностей студентів до сучасних потреб бізнесу, є розробка і впровадження в освітніх установах сучасних методів і моделей практичної підготовки майбутніх фахівців. Ця стаття присвячена дослідженню виробничої практики студентів-маркетологів, на основі висновку про те, що виробнича практика є ключовою ланкою підготовки кваліфікованих фахівців. Автор розглядає роль і можливості трансформації виробничої практики в практичну підготовку студентів спеціальності «Маркетинг» для формування професійних компетенцій,*

розвитку їх професійної діяльності, а також для відпрацювання навичок роботи на біржі фріланс послуг. Сформовано основну перевагу кейсової практичної підготовки студентів над виробничою практикою в підготовці студентів. Запропоновано напрямок вирішення у вигляді кейсового підходу з відповідними практичними блоками. Особливу увагу приділено комплексній наявності завдань і практик в рамках всіх можливих видів робіт фахівців-маркетологів. Автор приходять до висновку, що доповнення процесу навчання практичною підготовкою підвищує конкурентоспроможність випускника вузу за умови його компетентності в необхідних, актуальних інформаційних технологіях. Запропоновано механізм отримання необхідних практичних навичок у студентів спеціальності "Маркетинг" шляхом використання сучасних, професійних інформаційних технологій, програм та програмного забезпечення. Відображено основні маркетингові програми, платформи, програми та ресурси для підвищення результативності маркетингової діяльності сучасних підприємств шляхом надання відповідної комплексної підготовки студентів. Особливу увагу приділено автором опису основних напрямків застосування інформаційних технологій і ресурсів та навичкам, що будуть отримані при проходженні сформованої практичної підготовки, які забезпечують результативність проведення практичної підготовки студентів в контексті поліпшення якості отримання професійних навичок і компетентностей.

Ключові слова: *маркетинг, інформаційні технології, програмне забезпечення, виробнича практика, університетська освіта.*

Анотація. *Одним из направлений модернизации профессионального образования с целью адаптации навыков и компетентностей студентов к современным потребностям бизнеса, является разработка в образовательных учреждениях современных*

методов и моделей практической подготовки будущих специалистов. Настоящая статья посвящена исследованию производственной практики студентов-маркетологов, на основе выводов о том, что производственная практика является ключевым звеном подготовки квалифицированных специалистов. Автор рассматривает роль и возможности трансформации производственной практики в практическую подготовку студентов направления «Маркетинг» для формирования профессиональных компетенций, для развития их профессиональной деятельности, а также для отработки навыков работы на бирже фриланс услуг. Сформулировано основное преимущество кейсовой практической подготовки студентов над производственной практикой в подготовке студентов. Предложено направление решения в виде кейсового подхода с соответствующими практическими блоками. Особое внимание уделено на комплексное наличие заданий и практик в рамках всех возможных видах работ специалистов-маркетологов. Автор приходит к выводу, что дополнение процесса обучения практической подготовкой повышает конкурентоспособность выпускника вуза при условии его компетентности в необходимых, актуальных информационных технологиях. Предложен механизм получения необходимых практических навыков у студентов специальности "Маркетинг" путем использования современных, профессиональных информационных технологий, приложений и программного обеспечения. Отражены основные маркетинговые программы, платформы, приложения и ресурсы для повышения результативности маркетинговой деятельности современных предприятий путем предоставления соответствующей комплексной подготовки студентов. Особое внимание уделено автором на описании основных направлений применения информационных технологий и ресурсов, обеспечивающих результативность проведения практической

подготовки студентов в контексте улучшения качества получения профессиональных навыков и компетентностей.

Ключевые слова: маркетинг, информационные технологии, программное обеспечение, производственная практика, университетское образование.

Summary. One of the directions of modernization of vocational education in order to adapt the skills and competencies of students to modern business needs is the development of modern methods and models of practical training of future specialists in educational institutions. This article is devoted to research of an industrial practice of students marketers based on the conclusion that the industrial practice is a key element of the training of qualified specialists. The author examines the role and possibilities of transforming industrial practice into the practical training of students in the direction of "Marketing" for the formation of professional competencies, the development of their professional activities, as well as for the development of skills for working on the freelance exchange. The main advantage of case study practical training of students over industrial practice in training students is formulated. A solution to this problem is proposed by the method of creating and using a case-based approach with appropriate practical blocks. Particular attention is paid to the presence of complex tasks and practices within all the possible types of work-marketing specialists. The author comes to the conclusion that supplementing the learning process with practical training increases the competitiveness of the university graduate subject to his competence in the necessary, relevant information technologies. A mechanism for obtaining the necessary practical skills among students of the specialty "Marketing" through the use of modern, professional information technology, applications and software. The article reflects the main marketing programs, platforms, applications and resources to increase the effectiveness of the marketing activities of modern enterprises by providing

appropriate comprehensive training to students. Particular attention is paid to the author on the description of the main areas of application of information technologies and resources that ensure the effectiveness of the practical training of students in the context of improving the quality of obtaining professional skills and competencies.

Key words: *marketing, information technology, software, practical training, university education.*

Постановка проблеми. Класична побудова освітнього процесу в університеті, в основі якого лежать лекції та семінари, в даний час не відповідає реальним потребам суспільства: активно розвиваються інформаційні технології, скорочуються періоди впровадження нових розробок у виробництво, постійно оновлюються використовувані на практиці знання.

Для того щоб сьогоднішній студент був затребуваний на ринку праці, він повинен отримати не тільки хорошу теоретичну підготовку, а й мати реальне уявлення про останні тенденції розвитку тієї предметної області, яку він вибрав. Для вирішення цього завдання навчальний процес має бути побудованим на поєднанні лекцій, занять, що проводяться викладачами-практиками, а також лекцій, вебінарів і майстер-класів від провідних спеціалістів.

Студенти все більш потребують майстер-класи, вебінари, онлайн-курси, що проводять викладачі з інших міст і країн, організацій та установ [1]. Але на жаль навіть при таких умовах дуже частим явищем є невідповідність отриманих практичних навичок у студентів реаліям професійної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розробку теоретико-методологічних основ трансформації навчальної практики з використанням інформаційних технологій зробили провідні

зарубіжні та вітчизняні вчені, зокрема А. Грушева [1], Є. Іванченко [2], К. Калашнікова [3], Л. Горбунова [4], Т. Синиця [5], І. Осьмірко [5] та інші. Однак, конкретизованого підходу до кейсової практичної підготовки студентів з використанням сучасного актуального комплексу маркетингових інформаційних технологій, сформовано не було.

Формулювання цілей статті. Головним завданням статті є формування альтернативи виробничій практиці у студентів спеціальності "Маркетинг", шляхом проведення практичної підготовки з використанням сучасних інформаційних технологій.

Виклад основного матеріалу. Питання про практику, яку проходить студент, протягом довгого періоду, залишається спірним. Одні вважають, що без теоретичних знань приступати до практики немає ніякого сенсу. А ось європейські фахівці вже давно практикують інший підхід до цього питання, адже навчання в магістратурі в більшості університетів починається якраз з практичного семестру [6].

Інша ситуація виникає, коли мова йде про економічні спеціальності. Процес навчання на таких спеціальностях також має практичну складову (промислові, виробничі практики тощо). Але все частіше, коли студент піднімає питання власних практичних навичок, мова йде не про проходження місячної практики на фірмах, підприємствах, в магазинах чи кафе, а мова йде про володіння актуальним програмним забезпеченням.

Максимальний попит при цьому виникає у спеціальності «Маркетинг», адже компетентність саме студентів цієї спеціальності оцінюється з точки зору володіння різними програмами і вмінням надавати комплексні послуги клієнтам. Більш того, серед топ-20 професій фрілансу, затребуваних на ринку праці у 2020-21 рр., 70% є сферою роботи маркетолога [7].

Тому рекомендується в процесі підготовки студентів, особливо спеціальності «маркетинг», використовувати практичну складову у вигляді

саме проходження максимально реального робочого кейса, під керівництвом викладача-практика, з обов'язковим використанням максимального комплексу сучасних програм, без вивчення яких дані фахівці не можуть претендувати на звання «затребуваний фахівець».

В даному випадку рекомендую використовувати в роботі такий робочий кейс:

Таблиця 1

Блоки навчального кейсу для практичної підготовки маркетологів

Б1	Робота з клієнтським запитом. Маркетинговий аналіз середовища/галузі. Основи конкурентного аналізу, формування товарного асортименту та цінової політики інтернет-магазину.
Б2	Збір референсів. Формування брендбуку, логобуку та образу майбутнього інтернет-магазину.
Б3- Б4	Формування пропозиції для клієнта у вигляді презентаційного матеріалу. Навички формування інфографіки. Захист роботи перед клієнтом (навички представлення виконаної роботи).
Б5	Формування інтернет-магазину (Landing page) за допомогою конструкторів на основі брендбуку та референсів.
Б6- Б8	Наповнення інтернет-магазину. Підбір медіа елементів. Питання авторських прав. Створення медійних рекламних елементів різного типу. Основи копірайтингу.
Б9	Тестування сайтів (функціональне, тестування продуктивності, UI Testing, тестування моб. версії тощо). Створення анкет-опитування для тестування створеного інтернет-магазину і проведення перехресного тестування. Формування консультаційних висновків, навички роботи з клієнтськими правками.
Б10	Вибір маркетингової стратегії просування. Отримання навичок зі збору семантики для Seo-просування. Практика створення таргетованої реклами та планування контенту, як частини SMM.
Б11	Кінцева презентація результатів. Оформлення роботи у персональне портфоліо.

Джерело: розробка автора

Даний кейс включає в себе кілька елементів у вигляді лабораторних робіт, поєднавши які, виходить комплексна імітація роботи з клієнтом, використовуючи необхідні програми. Однак дуже важливо прописати платформи, програми і додатки, для виконання кожного етапу :

Б1 <ul style="list-style-type: none">• Trello (trello.com/)• Microsoft Office Project• Study Stream (studystream.live/)	Б2, Б3, Б7 <ul style="list-style-type: none">• Canva (canva.com)• Crello (crello.com/uk/)• Adobe Illustrator• Pinterest (pinterest.com)• https://fresh-folk.com/• https://beefree.io/• Adobe Photoshop• Adobe Premiere Pro• Adobe After Effects• https://color.romanuke.com/category/zheltyiy/• https://color.method.ac/• Mockup Download (mockupdownload.ru/)• Free Design Resources (freedesignresources.net/category/free-mockups/)	Б4 <ul style="list-style-type: none">• Google Meet• Zoom• Google Drive
Б5 <ul style="list-style-type: none">• Wix (wix.com)• Wordpress (wordpress.com)• Tilda (tilda.cc)• Nethouse (nethouse.ru)• Jivo (jivo.ru/)	Б6 <ul style="list-style-type: none">• Pixabay (pixabay.com)	Б8 <ul style="list-style-type: none">• Text (Text.ru)• Advego (advego.com)
Б9 <ul style="list-style-type: none">• Inspectlet (inspectlet.com/)• UsabilityHub (usabilityhub.com/)• Usabilla (usabilla.com/)• Optimal Workshop (optimalworkshop.com/)• Crazy Egg (crazyegg.com/)• Testograf (testograf.ru/)• Simpoll (simpoll.ru/)• Survio (survio.com/ru/)• Google Forms (google.com/intl/ru_ua/forms/about/)	Б10 <ul style="list-style-type: none">• Google Trends (trends.google.ru/trends/?geo=RU)• Facebook Ads Manager• Spark AR (Augmented Reality)	Б11 <ul style="list-style-type: none">• Good Brief (goodbrief.io)• UI Designer (uicoach.io)

Рис. 2. Програми, платформи для практичного навчання студентів-маркетологів

Джерело: розробка автора

Лише поєднання всіх цих програм, платформ може сформувати повний комплекс навичок [Табл. 2] та компетентностей, що формують відповідний статус «затребуваний фахівець» у студентів .

Програми для професійної підготовки маркетологів: назва та опис навичок, які формуються під час навчання

Програма/платформа	Навички, які отримують студенти після вивчення зазначеної платформи
Trello (trello.com/)	<ul style="list-style-type: none"> - навички планування і організації виробничої діяльності - формування схем бізнес-процесів з назначенням ресурсів та відповідальних осіб - навички ефективної організації і планування власної діяльності
Microsoft Office Project	
Study Stream (studystream.live/)	<ul style="list-style-type: none"> - підвищення продуктивності та самомотивації самостійної роботи студентів, шляхом колективної роботи онлайн зі студентами усього світу
Canva (canva.com)	<ul style="list-style-type: none"> - створення презентацій, інфографіки, логотипів, афіш та іншого візуального контенту
Crello (crello.com/uk/)	
Adobe Illustrator	<ul style="list-style-type: none"> - обробка векторної графіки, створення будь-яких об'єктів: від графіки для веб-сайтів і мобільних програм до логотипів, піктограм, книжкових ілюстрацій, упаковок для товарів та рекламних щитів
Pinterest (pinterest.com)	<ul style="list-style-type: none"> - створення дошок та мудбордів в процесі збору референсів для подальшої розробки брендбуків, логобуків, створення інтернет сторінок, роботи з потенційними клієнтами
https://fresh-folk.com/	<ul style="list-style-type: none"> - онлайн генерація векторних ілюстрацій та медійних елементів для використання у власних презентаціях
https://beefree.io/	<ul style="list-style-type: none"> - редактор для створення дизайнерських шаблонів email розсилок, в контексті інтернет просування
Adobe Photoshop	<ul style="list-style-type: none"> - програма для роботи з растровою графікою для створення і обробки ілюстрацій, фотографій, 3D зображень, відео та анімацій
Adobe Premiere Pro	<ul style="list-style-type: none"> - редактор для нелінійного монтажу відеоконтенту
Adobe After Effects	<ul style="list-style-type: none"> - програма для створення візуальних ефектів і анімованої графіки, анімації
https://color.romanuke.com/category/zheltyiy/	<ul style="list-style-type: none"> - навички роботи з кольоровою палітрою та психологією кольору в межах формування і створення медійного контенту
https://color.method.ac/	
Mockup Download (mockupdownload.ru/)	<ul style="list-style-type: none"> - база готових шаблонів, які редагуються за допомогою програми Photoshop та використовуються при формуванні та представленні власно розроблених графічних медіа, логотипів тощо
Free Design Resources (freedesignresources.net/category/free-mockups/)	

Google Meet	- навички дистанційних навчання та роботи
Zoom	
Google Drive	
Wix (wix.com)	- конструктори для створення інтернет-магазинів, односторінкових сайтів, сайтів-візиток, онлайн-портфоліо маркетологів тощо
Wordpress (wordpress.com)	
Tilda (tilda.cc)	
Nethouse (nethouse.ru)	
Jivo (jivo.ru/)	- створення та підключення онлайн-чатів до створених інтернет-магазинів
Pixabay (pixabay.com)	- фотографії, векторні графіки і короткі відеоролики, які використовуються в комерційних цілях для наповнення і формування контенту, формування брендбуків, створення і наповнення інтернет-магазинів, рекламних пропозицій тощо
Text (Text.ru)	- відпрацювання навичок контент-маркетологів, редакторів, що працюють з контент наповненням
Advego (advego.com)	
Inspectlet (inspectlet.com/)	- навички перевірки створених інтернет-магазинів на usability та на основні показники ефективності створення і просування інтернет магазинів
UsabilityHub (usabilityhub.com/)	
Usabilla (usabilla.com/)	
Optimal Workshop (optimalworkshop.com/)	
Crazy Egg (crazyegg.com/)	
Testograf (testograf.ru/)	- відпрацювання оформлення онлайн-опитувань
Simpoll (simpoll.ru/)	
Survio (survio.com/ru/)	
Google Forms (google.com/intl/ru_ua/forms/about/)	
Google Trends (trends.google.ru/trends/?geo=RU)	- надає аналітичні дані для формування методів просування інтернет-сайтів визначаючи сезонність попиту на товари / послуги, ефективні канали просування, доцільність введення нових товарів / послуг в асортимент, трендові запити по тематиці / ніші - допомагає зібрати семантичне ядро - надає аналітику частотності запитів при SEO-оптимізації
Facebook Ads Manager	- рекламний кабінет, що відкриває доступ до різних інструментів і широкого функціоналу з формування таргетованої реклами, проведення аналізу результатів рекламних компаній

Spark AR (Augmented Reality)	- навички створення медійних елементів "маска", що використовуються в соціальній мережі Instagram як елемент просування та елемент будівництва бренду
Good Brief (goodbrief.io)	- платформа, що генерує технічні завдання та замовлення для формування власного портфоліо та відпрацювання практичних та професійних навичок
UI Designer (uicoach.io)	

Джерело: розробка автора

Висновки і перспективи подальших досліджень. В умовах, коли результативність маркетингової діяльності сучасних підприємств істотно залежить від можливості реалізації професійних компетенцій маркетологів в частині використання маркетингових інформаційних систем, технологій і від застосування відповідного програмного забезпечення; питання трансформації практичної складової освітніх послуг постає гостро і вже потребує кваліфікованої уваги.

Запропонований автором, комплекс лабораторних робіт є варіантом відпрацювання навичок роботи з клієнтами у студентів спеціальності «Маркетинг» і рекомендується розглядати як альтернативу проходження виробничої практики на підприємстві, або як окремий блок практичної підготовки студентів, адже він сприяє отриманню та формуванню необхідних навичок та компетентностей студентів-маркетологів та базується на сучасному, актуальному комплексі існуючих, професійних та навчальних платформ, програм та інформаційних технологій.

Література

1. Грушева А. А. Формування управлінської компетентності майбутніх економістів у процесі професійної підготовки: теорія і практика : монографія. Ірпінь: Видавництво Національного університету ДПС України, 2015. 202 с.

2. Іванченко Є. А. Теоретико-методичні засади системи інтегративної професійної підготовки майбутніх економістів : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.04. Одеса, 2011. 482 с.
3. Калашнікова С. А. Теоретико-методологічні засади професійної підготовки управлінців-лідерів в умовах сучасних суспільних трансформацій : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.06. Київ, 2011. 462 с.
4. Горбунова Л. И., Субботина Е. А. Использование информационных технологий в процессе обучения. *Молодой ученый*. Казань, 2013. № 4. С. 544-547.
5. Синиця Т. В. Удосконалення змісту практичної підготовки майбутніх економістів / Т. В. Синиця, І. В. Осьмірко. *Економіка* : зб. наук. пр. Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. 2013. Вип. 13. С. 203-218.
6. Бобылёва Г. А., Писчасова Ю. М. Теория и практика: что важнее? *Фундаментальные и прикладные исследования в высшей аграрной школе* : материалы конференции проф.-препод. состава и аспирантов (Саратов, 16-26 февр. 2015 г.). Саратов, 2015. С. 18-19.
7. Самые востребованные интернет-профессии для фриланса : *Weblancer*. URL: <https://www.weblancer.net/blog/samye-vostrebovannye-internet-professii-dlya-frilansa/> (дата звернення: 20.04.2021).

References

1. Grusheva A. A. (2015). *Formation of managerial competence of future economists in the process of professional training: theory and practice*. Irpinj: Vydavnytvo Nacionaljnogho universytetu DPS Ukrainy [in Ukrainian].
2. Ivanchenko J. A. (2011). *Theoretical and methodological principles of the system of integrative professional training of future economists*. Doctor's thesis. Odessa [in Ukrainian].

3. Kalashnikova S. A. (2011). *Theoretical and methodological principles of professional training of managers-leaders in the conditions of modern social transformations*. Doctor's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
4. Ghorbunova L. Y., Subbotyna E. A. (2013). Using information technology in the process of learning. *Molodoy uchenyy*, 4, 544-547 [in Russian].
5. Synycja T. V. Improving the content of practical training of future economists. *Ekonomika*, 13, 203-218 [in Ukrainian].
6. Bobyleva G. A., Pischasova Y. M. (2015). Theory and practice: what is more important? *Fundamentalnye i prikladnye issledovaniya v vysshey agrarnoy shkole : materialy konferentsii prof.-prepod. sostava i aspirantov* (pp. 18-19). Saratov [in Russian].
7. The most popular online professions for freelancers. *Weblancer*. Retrieved from: <https://www.weblancer.net/blog/samye-vostrebovannye-internet-professii-dlya-frilansa/> [in Russian].