

УДК 378:371:004.382:339.138

Марина ІКОННІКОВА

*студентка бакалаврату спеціальності 073 «Менеджмент»,
Одеський національний морський університет
ikonnikova71@gmail.com*

Ольга АФАНАСЬЄВА

*кандидат економічних наук, доцент кафедри «Менеджмент і маркетинг»,
Одеський національний морський університет
olga-af@ukr.net*

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ГЕЙМІФІКАЦІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ ОСВІТІ В УКРАЇНІ

PROSPECTS FOR THE USE OF GAMIFICATION IN MARKETING EDUCATION IN UKRAINE

В XXI столітті цифровізація проходить занадто швидко та пронизує всі галузі людського життя, і освіта не стала винятком. У світі, що постійно розвивається, та де конкуренція на ринку освіти та маркетингу безперервно зростає, використання гейміфікації стає все більш важливим і перспективним інструментом для підвищення якості навчання. Цей метод може бути особливо корисним у сфері маркетингової освіти, де креативність, аналітика та здатність адаптуватися до нових трендів грають вирішальну роль.

Відповідно до визначень терміну «гейміфікація» (ігрофікація, геймізація, англ. gamification) – це використання ігрових підходів для неігрових процесів [1]. Гра – це універсальний спосіб навчання та взаємодії, який завжди залишає слід у пам'яті. Вченими пропонується використання мотиваційних засобів, які запозичені із комп'ютерних ігор – це інструменти геймізації, вони використовуються для перетворення звичних та рутинних завдань в груповані та захопливі інтерактиви. Різноманіття гейміфікованих методів залучення студентів вражає, серед них наявні такі [2]:

- система балів, яка дозволяє обмінювати бали на подарунки чи отримувати додаткові права та привілеї;
- лідерські дошки, які відображають успішних користувачів та їх досягнення;
- програмні додатки є потужними інструментами гейміфікації, оскільки вони дозволяють інтегрувати ігрові елементи безпосередньо в користувацький досвід в повсякденному житті;
- медалі, бейджіки, бонуси – це все стає точками мотивації, що оживляє рутину та змушує учнів працювати більш плідно.

Основні принципи гейміфікації включають постановку цілей, забезпечення зворотного зв'язку, створення викликів і пропозицію винагород [4].

Перспективи використання гейміфікації в маркетинговій освіті в Україні досить обіцяючи. Ця доволі нова методика може стати ключовим інструментом для створення інтерактивного навчального середовища, підготовки студентів до

викликів сучасного ринку праці та сприяти їхньому розвитку в якості майбутніх фахівців у галузі маркетингу завдяки таким перевагам використання ігрофікації в навчальному процесі (табл. 1).

Таблиця 1 – Перспективи використання гейміфікації у маркетинговій освіті

Перспектива	Опис та характеристика
Залучення та мотивація студентів	Гейміфікація використовує елементи ігор: завдання, рівні складності, бейджі та нагороди за змагання, що створюють стимул для студентів активно брати участь у навчальному процесі. Це підвищує рівень мотивації студента до вивчення дисципліни завдяки наявності у нього відчуття зацікавленості та азарту, набуття вміння використовувати отримані знання на практиці.
Формування комунікаційних та командних навичок	Метод включає в себе елементи співпраці та змагань в командах, що активує у студента комунікаційні якості та навички до командної роботи.
Розвиток креативності у студентів	Гейміфікація надає студентам можливість розвивати креативні підходи до вирішення завдань і проблем. Вони можуть виходити за межі стандартних рішень та використовувати інноваційні ідеї для досягнення мети.
Підвищення інтересу до маркетингової індустрії	Гейміфікація може захочувати студентів досліджувати глибше світ маркетингу, показуючи його цікавість та різноманітність. Це може стати поштовхом для їх подальшого кар'єрного розвитку у цій галузі.

Джерело: розроблено автором з використанням [2;4].

Загалом, використання ігрофікації в навчальному процесі не лише привертає увагу студентів, але й підвищує їх бажання навчатися, спонукаючи до більш активного занурення у матеріал і завдання. Цей підхід збільшує ступінь самомотивації, що, в свою чергу, позитивно впливає на їхню успішність в навчанні. Крім того, гейміфікація може збільшити мотивацію студентів та сприяти успішності та наполегливості в навчанні, незалежно від віку та рівня освіти [3]. Також цей метод пропонує цікавий та унікальний спосіб просування академічного успіху та допомагає навчальним закладам виділитися на переповненому ринку шляхом модернізації системи викладання з урахуванням діджиталізації освіти.

Список використаних джерел

1. Гейміфікація в освіті. Блог GIOS для батьків і освітян. URL: <https://blog.gioschool.com/gamification> (дата звернення: 14.10.2023).
2. Саган О. В. Гейміфікація як сучасний освітній тренд. *Collection of research papers pedagogical sciences*. 2023. № 100. С. 12–18. URL: <https://doi.org/10.32999/ksu2413-1865/2022-100-2> (дата звернення: 16.10.2023).
3. Ходунова В. Гейміфікація як інновація в освіті. Наукові інновації та передові технології. 2023. № 2(16). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-2\(16\)-407-417](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-2(16)-407-417) (дата звернення: 14.10.2023).
4. Olexander H. Educational potential of video games: worldview and methodological foundations. *Educological discourse*. 2019. No. 3-4. URL: <https://doi.org/10.28925/2312-5829.2019.3-4.1934> (date of access: 14.10.2023).
5. Silva, R. J. R. D., Rodrigues, R. G., & Leal, C. T. P. (2019). Gamification in management

education: A systematic literature review. BAR-Brazilian Administration Review, 16, e180103.URL:https://www.researchgate.net/profile/Rui-Silva-44/publication/348000394_Gamification_in_Management_Education_A_Systematic_Literature_Review/links/5fec6b3445851553a00573cc/Gamification-in-Management-Education-A-Systematic-Literature-Review.pdf (date of access: 13.10.2023).