

ОРГАНІЗАЦІЯ АУДИТОРНИХ ЗАНЯТЬ СТУДЕНТІВ ПРИ ВИВЧЕННІ КУРСУ «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»

Головною метою вищої освіти є формування грамотної і високо досвідченої особистості фахівця, що є здатним до саморозвитку, самонавчання, творчого мислення, інноваційної діяльності. Проста передача знань та інформації від викладача до студента на терені стрімкого зростання інформаційних технологій і методик навчання починає втрачати свою привабливість для сучасного студента. Висока підготовка і професіоналізм викладачів, безумовно, є і буде основою забезпечення якості освіти, але необхідно перевести студента із ролі пасивного споживача знань в готовому вигляді у роль їх активного творця, що вмітиме сформулювати проблему, проаналізувати шляхи її вирішення та знайти оптимальний результат. У цьому контексті аудиторна робота студентів є однією з найважливіших ланок досягнення вказаних цілей, що передбачає орієнтацію на активні методики опанування знаннями, розвиток творчих здібностей студентів, схильності до обґрунтованої дискусії, вміння чіткої і послідовної презентації власного бачення того чи іншого питання, адаптації отриманих знань до професійної діяльності в сучасних умовах.

З метою активного опанування знаннями в процесі аудиторних занять необхідно всебічне розуміння навчального матеріалу і його творче сприйняття. Ні для кого не секрет, що для багатьох студентів незмінною залишається тенденція до механічного запам'ятовування інформації з елементами розуміння. Така інформація надовго не затримується у пам'яті, що приводить до зниження рівня засвоєння знань. Викладачі мають надавати велику увагу проблемі сприйняття навчального матеріалу студентами, пояснюючи не тільки специфіку власного курсу, але й висвітлюючи основні міждисциплінарні зв'язки. Використання сучасних мультимедійних засобів покращує процес засвоєння інформації, підвищує інтерес студентів і стимулює їх творчу активність.

При вивченні курсу «Бренд-менеджмент» стимулювання творчої складової навчального процесу має одну з провідних ролей. Дана дисципліна викладається для студентів магістрів п'ятого року навчання, які вже мають необхідний рівень теоретичної і

дуже часто практичної підготовки, достатньо сформоване маркетингове мислення, готові до ведення дискусій і вирішення нестандартних маркетингових завдань. Для таких студентів проведення аудиторної роботи у формі звичайних лекцій і стандартних опитувань під час практичних занять не викликає високої зацікавленості і негативно позначається на ефективності отримання знань. Високої актуальності набуває проблемний характер читання лекцій, під час яких монологічне викладання замінюється активним та логічним діалогом зі студентами з акцентом на проблемним питаннях відповідної теми. Бажано, коли студенти завчасно готуються до наступної теми лекції, тоді вказаний діалог набуває предметного поля і викликає жваве обговорення. Такий підхід приводить не до простого запам'ятовування або записування лекційного матеріалу, а до його усвідомлення і подальшого глибокого засвоєння з розумінням його практичної доцільності і застосування у сучасних реаліях.

Активна аудиторна робота студентів можлива тільки при наявності стійкої мотивації, якою переважним чином виступає висока підготовка до подальшої ефективної професійної діяльності. До цього ж викладач може мотивувати студента додатковими балами за прояв ініціативи, креативне мислення, виконання завдань підвищеної складності. Звичайна система контролю знань за рахунок позитивних і негативних оцінок недостатньо мотивують студентів, не сприяють зацікавленості стосовно пошуку й усвідомлення нових знань. Хоча, потрібно відмітити, в деяких випадках саме жорстка система контролю стає найдієвішим засобом включення студента до активного навчального процесу.

Протягом практичних завдань з курсу «Бренд-менеджмент» високоефективними є активні методи навчання, зокрема, кейси, ділові ігри, розробка і презентація власних бренд-проектів на базі отриманих знань. Такі форми навчання сприяють високому залученню студента у навчальний процес, дозволяють адаптувати теоретичні знання до практичних реалій, поглиблюють маркетингове мислення, що в кінцевому підсумку підвищує якість здобутих знань з дисципліни. Під час лекційних і практичних завдань обов'язковим є застосування сучасних мультимедійних засобів, що суттєво полегшує і збільшує ефективність роботи і викладача, і студента. Студенти мають можливість презентації власних проектів з можливістю показу малюнків, графіків, фільмів, нових продуктів і бізнес-ідей. Це викликає інтерес аудиторії до обговорення проблем, що вини-

кають під час презентацій, економить час на зайве пояснення і уточнення незрозумілих питань.

Стратегічним фактором організації ефективних аудиторних занять є не просто оптимізація окремих їх різновидів, а створення належної атмосфери і умов високої активності студентів, їхньої самостійної і відповідальності у всіх напрямках навчальної діяльності. Робота в аудиторії є відображенням інших складових навчального процесу і є тісно взаємопов'язаною з ними. Аудиторний час завжди є обмеженим і ефективність його використання залежить від уміння викладача правильно і логічно сформулювати навчальні завдання, залучити максимальну кількість студентів до роботи, застосування оптимальних і мотиваційних форм контролю. Студенти мають відчувати корисність аудиторної роботи і її вплив на майбутню професійну діяльність. У цьому випадку суттєво змінюється відношення до навчання і якість виконуваної роботи значно зростає. Корисним є залучення студентів до науково-дослідницької роботи, заохочуючи їхню участь у наукових конференціях, семінарах, круглих столах, олімпіадах. Проведення комплексних тематичних тренінгів дають змогу поєднати знання різних маркетингових дисциплін, вчать глобально і різнобічно оцінювати і вирішувати маркетингові проблеми, публічно презентувати та доводити власну точку зору.

Викладач під час аудиторної роботи є модератором, професіоналом, педагогом і контролюючою ланкою одночасно і він має допомогти студенту розкрити свій науковий і творчий потенціал, визначити перспективи внутрішнього росту, розвинути здатність до спрямованої інтелектуальної праці і вирішення нестандартних практичних задач, що в кінцевому рахунку формує справжнього фахівця.

*Шмігельська Є. А., асистент кафедри
регіональної економіки*

ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ З КУРСУ «РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА»

Розвиток й оновлення сучасної вищої освіти в Україні, як і в цілому світі, відбувається надзвичайно інтенсивно і тісно взаємопов'язаний з підвищенням рівня освоєння інновацій в еко-