

**Кукурудзяк Л. В.**

*викладач економічних дисциплін*

*ВСП «Вінницький фаховий коледж*

*Національного університету харчових технологій»*

*vk4@ukr.net*

## **AGILE-ПІДХІД В СУЧАСНІЙ МАРКЕТИНГОВІЙ ОСВІТІ**

## **AGILE-ПОДХОД В СОВРЕМЕННОМ МАРКЕТИНГОВОМ ОБРАЗОВАНИИ**

## **AGILE-APPROACH IN MODERN MARKETING EDUCATION**

Сьогодні ринкове середовище вимагає від маркетинг-фахівців високого рівня крос-функціоналу, можливості професійно функціонувати на межі різних професій, комунікувати з експертами інших галузей, що свідчить про необхідність напрацювання такої компетенції як гнучкість. Завданням дослідження є інтеграція принципів Agile-підходів в освітнє середовище підготовки маркетинг-фахівців.

Agile підхід вперше був використаний у військовій сфері, набув поширення в розробці програмного забезпечення і у різних бізнес сферах при управлінні проектною діяльністю. В умовах мінливості і непередбачуваності сучасного світу і ринків функціонування бізнес-структур саме такий підхід в маркетинг освіті забезпечить формування загальних компетенцій як: вміння працювати в команді, запобігати конфліктним ситуаціям, здатність до стресостійкості, адаптації, креативності, продукування нових ідей та функціонування у нових ситуаціях, здатність виконувати завдання у сфері маркетингу, що передбачають використання інформаційних та цифрових комунікаційних технологій, здатність до пошуку, обробки, аналізу інформації та ін. через тісну співпрацю з суб'єктами бізнесу, або шляхом моделювання ситуацій ринку (casestadi).

Моделювання бізнес-ситуацій ринку (або наближених до них), чи реальних маркетинг-ситуацій підприємств дають змогу здобувачам освіти стати безпосереднім учасником подій і набути практичного досвіду з вирішення ситуації, що склалась. Це дає змогу апробувати різні методи та інструменти дослідження, показати, що не завжди одне рішення забезпечує кінцевий результат. Візуалізувати актуальність не лише кількісних масивів даних, але і ситуативних обставин, емоційної та психологічної складової клієнтської бази даних. Управлінські рішення розробляються постійно і валідують по мірі виявлення нових потреб (чинників) в процесі повтору ітерацій.

Підходи до впровадження Agile принципів при розробці кейсу з маркетингу:

- розподіляємо виробничу ситуацію на частини, обмежені у часі (короткі спринти) тривалістю до 2-х тижнів. Відповідна організація процесу забезпечить початковий оперативний зворотній зв'язок для здобувачів освіти, бувають

моменти коли відбувається переоцінювання, або недооцінювання рівня своїх компетенцій, можливостей;

- після завершення кожного спринта (частини) має бути відповідний результат (він може мати місце, а може не бути наявним). Така ситуація покаже необхідність валідності у сучасному непередбачуваному світі, у зв'язку з тим, що зовнішні та внутрішні обставини можуть бути непередбачуваними;

- є змога оцінити програмні результати діяльності здобувачів в командній роботі та індивідуальний підхід.

Такий підхід дасть змогу вирішувати ситуацію за рахунок:

- глибинних знань і формувати високий рівень компетенцій;
- вивчати нові території (ринки) і принципи поведінки на них;
- випробовувати нові стратегії і керувати зміною стратегій через високий рівень турбулентності;
- вирішувати старі ситуації новим способом.

Впровадження практичного використання Agile в освітній процес дасть змогу налагоджувати та розвивати партнерські зв'язки з суб'єктами бізнесу, адже через прискорення темпів змін, підприємствам необхідно буде інвестувати не лише у власну робочу силу, а й підготовку майбутніх фахівців. Не обов'язково ця форма повинна носити фінансовий характер, а може бути реалізована у виконанні спільних проєктів, навчання на виробництві, у конкретних структурних підрозділах, у вдосконаленні навчальних планів та робочих програм на перспективу. Agile підхід в освітньому процесі [1] дає напрямки підготовки здобувача освіти до самоорганізації і навчання впродовж життя, що дає можливість формувати необхідні для майбутнього працевлаштування компетенції, діяльність планується на невеликі часові проміжки, відбувається взаємодія з викладачем та іншими здобувачами у команді, є наявним спільне освітнє середовище, оперативний зворотній зв'язок для забезпечення ефективності освітньої діяльності.

Сформувати та реалізувати партнерські відносини зі стейкхолдерами освітнього процесу можливо шляхом використання Agile методології, розділивши напрямки діяльності на проєкти в налагоджені партнерства з підприємствами. Основою має виступати:

- розробка бачення (візії);
- розуміння напрямків співпраці;
- ясність процесів на кожному із векторів співпраці;
- швидкість дії.

Аналіз підходів до маркетингової освітньої діяльності через партнерські відносини з бізнесом, використанням Agile- принципів в набутті компетенцій з вирішенням реальних кейсів, або з описом ситуацій наближених до них дає змогу здобувачам освіти сформувати індивідуальну освітню траєкторію та визначити вектор в розробці освітніх продуктів, що забезпечить сучасний рівень ефективної освіти у мінливому середовищі.

***Література***

1. Stewart J. C., DeCusatis C. S., Kidder K., Massi J. R., Anne K. M. Evaluating Agile Principles in Active and Cooperative Learning. Student-Faculty Research Day. CSIS, Pace University, 2009. p. B3