

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

КОМПЛЕКСНИЙ ТРЕНІНГ

**Методичні рекомендації
для здобувачів вищої освіти
спеціальності 075 "Маркетинг"
освітньої програми "Маркетинг"
першого (бакалаврського) рівня**

**Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2024**

УДК 339.138(072.034)

К63

Укладачі: Л. В. Гриневич

Н. О. Бойко

Д. Ш. Мірзоєв

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу.

Протокол № 8 від 05.02.2024 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Комплексний тренінг [Електронний ресурс] : методичні рекомендації для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 "Маркетинг" освітньої програми "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня / уклад. Л. В. Гриневич, Н. О. Бойко, Д. Ш. Мірзоєв. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2024. – 27 с.

Подано методичні аспекти організації тренінгової форми навчання в процесі освіти, а саме: структуру і зміст тренінгового заняття, самостійної роботи здобувачів вищої освіти в межах тренінгу, форми контролю та критерії оцінювання ефективності тренінгу.

Рекомендовано для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 "Маркетинг" освітньої програми "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня.

УДК 339.138(072.034)

© Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, 2024

Вступ

Сучасна філософія маркетингу ґрунтується на визнанні першорядної ролі персоналу в розвитку організації, що потребує від маркетологів вияву соціального інтелекту та високого рівня комунікативної компетентності (КК). У сучасній психолого-педагогічній літературі навчати КК пропонують не тільки традиційними методами, а й за допомогою інтерактивних технологій, зокрема, застосовуючи тренінги, які спрямовані на різнобічний розвиток компетентності в умовах взаємодії.

Сутність тренінгу як засобу активізації навчання в закладах вищої освіти, полягає в тому, щоб допомогти здобувачам вищої освіти сформувати й розвинути комплекс навичок, потрібних для конкретної практичної діяльності. Концепція тренінгу ґрунтується на тому, що максимально ефективно засвоєння матеріалу забезпечено лише в разі практичного здійснення учасником певних дій.

Метою проведення тренінгу є формування та розвиток у здобувачів вищої освіти предметних, аналітичних, професійних, особистісних і комунікативних компетентностей щодо використання інструментів маркетингу в дослідженні ситуації на ринку в сучасних умовах.

Завдання тренінгу:

поглибити та закріпити предметні знання маркетингового аналізу зовнішнього конкурентного середовища;

посилити навички зі збирання, узагальнення, систематизації й аналізу інформації про ситуацію на ринку;

поглибити професійні вміння щодо формування інформаційно-аналітичного забезпечення оцінювання ринку;

закріпити вміння здійснювати сегментацію та позиціонування суб'єктів господарської діяльності;

закріпити професійні вміння складати й оформлювати аналітичні звіти з моніторингу ринку за допомогою використання засобів інформаційної візуалізації результатів дослідження;

сформувати готовність до складання й оформлення аналітичного звіту зі спостереження за ринком.

Особливість і переваги тренінгової форми навчання (перед іншими формами роботи закладу вищої освіти) полягають у поєднанні гуманістичних, демократичних принципів з інтерактивними методами роботи,

що дозволяє навчатись у комфортних умовах і залучати більше учасників до навчально-виховного процесу; створювати ситуації успіху; добровільно брати участь і визначати власний темп розвитку, що забезпечує індивідуальний підхід; швидко застосувати здобуті теоретичні знання на практиці; вивчати складні, емоційнозначимі питання в безпечній обстановці тренінгу, а не в реальному житті з його загрозами та ризиками; максимально швидко занурюватись у практичну діяльність, що дозволить бути успішним, а відтак, конкурентоспроможним у професійній діяльності.

Цільовою аудиторією для проведення тренінгу "Маркетингове дослідження ситуації на ринку" спеціальності "Маркетинг" є здобувачі вищої освіти, які вже мають знання загальної теорії маркетингу, маркетингового дослідження, маркетингових комунікацій, інтернет – маркетингу.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна, визначено в табл. 1.

Таблиця 1

**Результати навчання та компетентності,
які формує навчальна дисципліна**

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
1	2
PH1	СК12
PH6	ЗК8
PH8	ЗК6, ЗК7
PH9	ЗК7
PH10	СК13
PH11	ЗК7, СК5
PH12	ЗК7
PH14	ЗК11

1	2
PH16	ЗК4
PH19	СК15

Примітка.

PH1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

PH6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

PH8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

PH9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

PH10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

PH11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

PH12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

PH14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

PH16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

PH19. Виявляти навички розроблення креативних маркетингових кампаній.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

СК15. Здатність розробляти креативні маркетингові кампанії.

1. Підготовчий етап тренінгової діяльності

Комплексний тренінг розраховано на здобувачів вищої освіти IV курсу напряму підготовки "Маркетинг". Цей тренінг є складником навчального плану здобувачів вищої освіти IV курсу. Основними організаційними умовами до проведення тренінгу є наявність таких засобів візуалізації:

ноутбук, мультимедійний проєктор, екран, комп'ютери, принтер, фліпчарт тощо;

вільний доступ здобувачів вищої освіти до науково-методичної літератури, періодичних видань, статистичної інформації, наявність інтернету; наявність аудиторії (комп'ютерного класу), яка дозволяє створити умови невимушеної атмосфери і водночас має обладнання для пошуку інформації та проведення аналітичних досліджень.

Для організації та проведення тренінгу потрібні відповідно підготовлені викладачі-тренери (фасилітатори), підготовку яких мають здійснювати цілеспрямовано, а також мотивація викладача щодо проведення занять у тренінговій формі роботи, оскільки для її підготовки потрібен значний час, відповідні матеріальні ресурси тощо.

Основні вимоги до здобувачів вищої освіти – учасників тренінгу:

володіння базовими знаннями з маркетингових досліджень;

уміння використовувати пакети прикладних програм (ППП) та інформаційні оболонки для інформаційного підтримання збирання, опрацювання та аналізу інформації;

володіння методикою опрацювання, оцінювання та аналізу інформації про певні напрями дослідження ринкової ситуації;

володіння навичками з використання методів вибіркового спостереження для апроксимації соціально-економічних процесів;

володіння навичками презентації результатів дослідження;

уміння працювати в команді та визначати групове рішення;

уміння користуватися інтернет-джерелами та здійснювати пошук релевантної інформації про проблеми, які досліджують.

До викладача-тренера також ставлять певні вимоги:

вільне володіння матеріалами тренінгу, знаннями, уміннями та навичками із проведення досліджень ринків;

обізнаність у виконанні тренінгових вправ;

уміння коригувати роботу груп здобувачів вищої освіти й усувати конфліктні ситуації;
 здатність до управління аудиторією; наявність ораторських якостей.

2. Змістова структура тренінгу

Із самого початку проходження тренінгу кожний здобувач вищої освіти має бути ознайомленим із завданнями, змістовими блоками тренінгу та очікуваними результатами за кожним із завдань тренінгу. Усі ці завдання тренінгу відповідають меті та завданням. У табл. 2 наведено змістову структуру тренінгу.

Таблиця 2

Змістова структура тренінгу

Завдання	Змістові блоки	Очікувані результати
1	2	3
Закріпити знання організації маркетингового спостереження за ситуацією на ринку	Підготовчий етап – проведення спостереження за вибраним ринком (1-й день); розроблення структури плану, визначення інструментів для збирання інформації; визначення питань, які буде розглянуто під час проведення маркетингового дослідження ситуації на ринку (2-й день)	Здатність систематизувати й узагальнювати наявну інформацію; розробляти на основі здобутої інформації питання для проведення маркетингового дослідження ситуації на ринку; здатність до управління групою; практичні вміння та навички з вибору способів пошуку релевантної інформації
Посилити навички зі збирання, систематизації й аналізу інформації про ситуацію на ринку	Проведення маркетингового аналізу стану ринку (3-й – 7-й дні)	Здатність формувати методичне забезпечення аналізу інформації про ситуацію на ринку та презентувати результати роботи; здатність проводити міжрегіональні, міжнародні та інші порівняння стану ринку, визначати тенденції його розвитку

1	2	3
Поглибити вміння щодо проведення маркетингового аналізу ринку за допомогою використання методів статистико-економічного прогнозування та моделювання	Побудова прогнозу для соціально-економічної системи й оцінювання точності побудованого прогнозу; формування навичок проведення наукових досліджень (8-й – 9-й день)	Здатність використовувати методи та моделі прогнозування в процесі дослідження ситуації на ринку; здатність обґрунтовано вибирати адекватний цілям дослідження метод прогнозування; готовність до використання набутих компетентностей щодо вибору адекватного цілям дослідження методу прогнозування
Поглибити вміння складати й оформлювати аналітичні звіти зі спостереження за ринком за допомогою використання засобів інформаційної візуалізації результатів дослідження	Визначення перспективних тенденцій розвитку певного ринку на підставі використання засобів інформаційної візуалізації результатів дослідження (10-й день)	Здатність подавати результати дослідження за допомогою використання засобів інформаційної візуалізації; здатність до використання набутих компетентностей щодо презентації результатів дослідження за допомогою використання засобів інформаційної візуалізації
Доказати практичну значущість і потребу в проведенні досліджень певних ринків для розвитку країни	Змістова спрямованість програми тренінгу	Розуміння актуальності наявності посади маркетолога

3. Організаційна та загальна структура тренінгу

Структура тренінгу має певний цикл засвоєння: вхід – формулювання проблеми;

актуальність питання для практичної діяльності; виклад основної інформації;

обговорення, виконання практичних завдань, аналіз проблеми; підсумки та висновки.

Згідно із програмою проведення тренінгу "Маркетингове дослідження ситуації на ринку" передбачено 90 академічних годин (3 кредити). Далі наведено сценарії проведення навчальних занять цього тренінгу за днями (табл. 3).

Таблиця 3

Організаційна структура тренінгу

Змістові блоки завдань	Технології, вправи, форми	Очікувані результати
1	2	3
День перший		
Вступне слово викладача-тренера, налаштування тренінгової групи на роботу презентація тренером, цілей і завдань тренінгу, компетентнісної бази тренінгу	Визначення основних компетентностей, які мають бути поглибленими в процесі тренінгу	Формування зацікавленості у здобувачів вищої освіти до виконання подальшої групової роботи, формування свідомості щодо практичної спрямованості завдань тренінгу, формування елементів компетентностей: здатність організувати статистичне спостереження
Знайомство учасників тренінгу, налаштування здобувачів вищої освіти на подальшу роботу в групах	Вправа на знайомство "Серветки"	
Набуття навичок із дотримання правил роботи, навичок згуртованих дій, розвиток групової взаємодії, відповідальності за ухвалення рішень	Вправа на взяття правил "Наші правила", мозковий штурм	
Визначення сподівань учасників тренінгу	Визначення сподівань учасників тренінгу, вправа "Апельсин"	
Презентація викладача-тренера щодо першого дня тренінгу	Доповідь	
Визначення рівня знань подання інформації у вигляді звіту та презентації	Мозковий штурм	
Методичні рекомендації подання інформації візуальними засобами	Мінілекція	

1	2	3
Розроблення презентації групи, формування навичок із самопрезентації. Розвиток навичок роботи з інтернет-джерелами, навичок роботи в групі	Поділ на групи – вправа "Ринки, що мене цікавлять", рольова гра "Актуальне дослідження"	Здатність подавати результати дослідження за допомогою використання засобів інформаційної візуалізації, усвідомлення потреби в науковому обґрунтуванні дослідження
Розроблення презентації групи	Рольова гра "Актуальне дослідження", групова дискусія	Засвоєння матеріалу першого дня тренінгу, усвідомлення практичної значущості компетентностей цього тренінгу
Підбиття підсумків	Доповідь викладача-тренера, вправа "Ланцюжок"	
День другий		
Вступне слово викладача-тренера, налаштування тренінгової групи на роботу	Виступ викладача-тренера	
Знайомство учасників тренінгу, налаштування здобувачів вищої освіти на подальшу роботу в групах	Вправа на знайомство "Ви ще не знаєте про мене, що я ..."	Формування зацікавленості здобувачів вищої освіти до проведення подальшої групової роботи, формування свідомості щодо практичної спрямованості завдань тренінгу
Набуття навичок із дотримання правил роботи, відповідальності за ухвалення рішень	Виступ викладача-тренера	
Активізація роботи групи	Вправа "Поміняйтеся місцями"	
Презентація викладача-тренера другого дня тренінгу	Доповідь	
Розкриття основних понять щодо: сучасних форм, видів і способів здійснення спостереження ринку; категоріального апарату організації та проведення спостереження ринку; структури плану спостереження	Вправа на об'єднання в малі групи "Міста світу", групова робота щодо розкриття основних понять змістового блоку	
Проблеми спостереження ситуації на ринку	Мінілекція	Розроблення структури плану спостереження за показниками; формування елементів компетентностей здатність визначати питання спостереження за показниками, що відображають ринкову кон'юнктуру

1	2	3
Формування навичок із проєктування програмно-методологічних та організаційних питань спостереження за кон'юнктурною ситуацією на ринку; формування програми дослідження кон'юнктурної ситуації на ринку. Розвиток навичок із роботи з інтернет-джерелами, пошуку нормативних та законодавчих актів, які регламентують функціонування певного ринку	Вправа "Пори року". Групова робота передбачає, що учасники тренінгу самостійно визначають програмно-методологічні та організаційні питання статистичного спостереження відповідно до вибраного ринку	
Презентація результатів роботи в групах	Презентація	
Підбиття підсумків	Доповідь викладача-тренера, вправа "Ланцюжок (Мої враження від другого дня тренінгу)"	Засвоєння матеріалу другого дня тренінгу, усвідомлення практичної значущості компетентностей, на засвоєння яких спрямовано цей тренінг
День третій		
Відтворення результатів другого дня тренінгу, налаштування тренінгової групи на подальшу роботу	Виступ викладача-тренера, вправа "Питання або побажання сусідній групі"	Формування зацікавленості в здобувачів вищої освіти до виконання подальшої групової роботи, формування свідомості щодо практичної спрямованості завдань тренінгу
Набуття навичок із дотримання правил роботи, відповідальності за ухвалення рішень	Виступ викладача-тренера	
Визначення сподівань учасників тренінгу від дня	Визначення сподівань учасників тренінгу, вправа "Ромашка"	
Презентація викладача-тренера щодо програми третього дня тренінгу	Доповідь	

1	2	3
Визначення рівня знань щодо розрахунку показників, що відображають ринкову кон'юнктуру та їхні зв'язки між собою. Стимулювання групової взаємодії	Вправа на об'єднання в малі групи "Фруктовий салат", групова дискусія	Здатність до розроблення плану спостереження за ринковою кон'юнктурою; формування комплексу потрібних показників для подальшого аналізу ринку
Обґрунтування комплексу макроекономічних показників у процесі дослідження ринкової кон'юнктури	Презентація, мінілекція викладача-тренера	
Формування компетентностей щодо обґрунтованого вибору комплексу потрібних показників, відповідно до мети дослідження. Розвиток навичок роботи з інтернет-джерелами, вибір методів та способів пошуку релевантної статистичної інформації, пошуку показників, які відображають функціонування певного ринку	Групова робота	
Презентація результатів роботи груп щодо вибору системи макроекономічних показників	Презентація	
Підбиття підсумків, видача домашнього завдання	Презентація груп, доповідь викладача-тренера, вправа "Мої враження від третього дня тренінгу"	Готовність до практичного використання набутих компетентностей щодо формування комплексу показників для подальшого аналізу ринку
День четвертий		
Відтворення результатів третього дня тренінгу, налаштування тренінгової групи на подальшу роботу	Вступне слово викладача-тренера, визначення основних компетентностей, які мають бути поглибленими протягом четвертого дня тренінгу	Формування зацікавленості у здобувачів вищої освіти до виконання подальшої групової роботи, формування свідомості щодо практичної спрямованості завдань тренінгу

1	2	3
Знайомство учасників тренінгу, налаштування здобувачів вищої освіти на подальшу роботу в групах	Вправа "Творче кредо учасника"	Здатність використовувати в практичній діяльності знання видів групувань ринків; принципів і правил збирання та узагальнення інформації
Набуття навичок із дотримання правил роботи, відповідальності за ухвалення рішень. Презентація результатів роботи	Виступ викладача-тренера. Групова робота – презентація результатів дослідження	
Визначення сподівань учасників тренінгу від четвертого дня тренінгу	Визначення сподівань учасників тренінгу, вправа "Віночок"	
Презентація викладача-тренера щодо четвертого дня тренінгу	Доповідь	
Визначення рівня знань видів групувань ринків; принципів та правил збирання й узагальнення інформації	Групова робота	
Розкриття основних понять щодо видів групувань ринків; принципів та правил збирання й узагальнення інформації	Мінілекція	
Формування компетентностей щодо збирання, узагальнення інформації, здійснення групування за критеріями. Розвиток навичок із роботи з інтернет-джерелами, формування практичних навичок застосування знань видів угруповань ринків; принципів і правил збирання та узагальнення інформації	Групова робота	
Презентація результатів роботи в групах	Презентація	
Підбиття підсумків четвертого дня тренінгу, видача домашнього завдання	Презентація груп, доповідь викладача-тренера, вправа "Яких компетентностей ви набули сьогодні?"	

1	2	3
День п'ятий		
Відтворення результатів четвертого дня тренінгу; налаштування тренінгової групи на роботу	Вступне слово викладача-тренера; вправа "Що змінилося?"	Формування свідомості в здобувачів вищої освіти щодо практичної спрямованості завдань тренінгу
Презентація роботи	Презентація	
Стимулювання групової взаємодії	Вправа "Фраза по колу"	
Доповідь викладача-тренера щодо п'ятого дня тренінгу	Доповідь	
Визначення рівня знань щодо умов застосування різних методів аналізу ринків	Мозковий штурм	
Стимулювання групової взаємодії	Вправа "Найважливіший метод аналізу: переваги та недоліки"	Здатність формувати методичне забезпечення аналізу інформації та презентувати результати роботи
Формування компетентностей щодо: 1) використання методів структурно-динамічного аналізу стану ринку; 2) здійснення факторного індексного аналізу еластичності попиту та пропозиції на ринку; 3) визначення тенденцій розвитку кон'юнктурної ситуації на ринку; 4) подання результатів дослідження ринку засобами інформаційної візуалізації	Групова робота	
Розвиток навичок аналізу інформації; презентації результатів дослідження		
Презентація результатів роботи в групах	Презентація в Power Point	
Підбиття підсумків п'ятого дня тренінгу, видача домашнього завдання	Доповідь викладача-тренера, вправа "Підбиття підсумків"	
		Готовність до використання набутих компетентностей щодо формування методичного забезпечення аналізу інформації

1	2	3
День шостий		
Відтворення результатів п'ятого дня тренінгу; налаштування тренінгової групи на роботу	Вступне слово викладача-тренера	Формування свідомості у здобувачів вищої освіти щодо практичної спрямованості завдань тренінгу
Стимулювання групової взаємодії	Вправа "Моя улюблена річ"	
Набуття навичок із дотримання правил роботи, відповідальності за ухвалення рішень	Виступ викладача-тренера	
Презентація результатів роботи	Доповідь	
Визначення сподівань учасників від шостого дня тренінгу	Вправа "Потяг"	
Презентація викладача-тренера щодо шостого дня тренінгу	Доповідь	
Визначення рівня знань методик аналізу стану ринку	Вправа на об'єднання в малі групи "Овочі", групова дискусія	Здатність формувати методичне забезпечення аналізу статистичної інформації та презентувати результати роботи
Презентація основних методик аналізу статистичної інформації для дослідження стану ринку	Мінілекція	
Формування компетентностей щодо методичного забезпечення аналізу інформації	Групова робота	
Розвиток навичок із презентації результатів дослідження	–	
Презентація результатів роботи в групах	Презентація в Power Point	
Підбиття підсумків шостого дня тренінгу, видача домашнього завдання	Доповідь викладача-тренера	Готовність до використання набутих компетентностей щодо формування методичного забезпечення аналізу статистичної інформації
День сьомий		
Відтворення результатів шостого дня тренінгу; налаштування тренінгової групи на роботу	Вступне слово викладача-тренера	Формування свідомості в здобувачів вищої освіти щодо практичної спрямованості завдань тренінгу
Презентація результатів роботи	Презентація	
Презентація викладача-тренера щодо сьомого дня тренінгу	Доповідь	

1	2	3
Визначення рівня знань статистичних моделей аналізу ринку	Вправа на об'єднання в малі групи "Пори року", групова дискусія	Здатність здійснювати міжрегіональні, міжнародні та інші порівняння стану ринку, визначати тенденції розвитку ринку
Презентація підходів і моделей аналізу ринку	Мінілекція	
Стимулювання групової взаємодії	Вправа "Паперові м'ячики (Сніжки)"	
Вибір, обґрунтування доцільності використання та побудова певних моделей для дослідження ринку	Групова робота	
Розвиток навичок із формування інформаційно-аналітичного забезпечення маркетингового дослідження ситуації на ринку; презентації результатів дослідження	–	
Презентація результатів роботи в групах	Презентація в Power Point	
Підбиття підсумків сьомого дня тренінгу, видача домашнього завдання	Вправа "Витязь на роздоріжжі", доповідь викладача-тренера	Готовність до використання набутих компетентностей щодо здійснення порівнянь стану ринку
День восьмий		
Відтворення результатів сьомого дня тренінгу; налаштування тренінгової групи на роботу	Вступне слово викладача-тренера; вправа "Вийди зі шкаралупи"	Формування свідомості в здобувачів вищої освіти щодо практичної спрямованості завдань тренінгу
Презентація роботи	Презентація	
Стимулювання навичок переконання	Вправа "Найкращий метод прогнозування"	
Презентація викладача-тренера щодо восьмого дня тренінгу	Доповідь	
Визначення рівня знань методів прогнозування та моделювання	Мозковий штурм	Здатність використовувати методи та моделі прогнозування під час дослідження ситуації на ринку
Презентація статистичних методів прогнозування та моделювання	Мінілекція	
Формування компетентностей щодо використання методів прогнозування й аналізу тенденції розвитку ринків, що досліджують	Групова робота	

1	2	3
Розвиток навичок з аналізу інформації; презентації результатів дослідження	Презентація в Power Point	
Презентація результатів роботи в групах	Презентація в Power Point	
Підбиття підсумків восьмого дня тренінгу, видача домашнього завдання (6)	Вправа "Яких компетентостей ви набули сьогодні?", доповідь викладача-тренера	Готовність до використання набутих компетентостей щодо формування методичного забезпечення аналізу статистичної інформації
День дев'ятий		
Відтворення результатів восьмого дня тренінгу; налаштування тренінгової групи на роботу	Вступне слово викладача-тренера; вправа "Як ми схожі"	Формування свідомості в здобувачів вищої освіти щодо практичної спрямованості завдань тренінгу
Презентація роботи	Презентація	
Стимулювання концентрації уваги	Вправа "Найди пару"	
Презентація викладача-тренера щодо дев'ятого дня тренінгу	Доповідь	
Визначення рівня знань умов застосування різних видів моделей прогнозування	Мозковий штурм	
Презентація основних видів моделей прогнозування	Мінілекція	Здатність обґрунтовано вибирати адекватний цілям дослідження метод прогнозування
Формування компетентостей щодо обґрунтованого вибору адекватної моделі прогнозування та розрахунок прогнозного рівня показника	Групова робота	
Розвиток навичок аналізу інформації		
Презентація результатів роботи в групах	Презентація в Power Point	
Підведення підсумків дев'ятого дня тренінгу, видача домашнього завдання	Презентація груп, доповідь викладача-тренера, вправа "Побажання-віночок"	Готовність до використання набутих компетентостей щодо вибору адекватного цілям дослідження методу прогнозування

1	2	3
День десятий		
Відтворення результатів дев'ятого дня тренінгу; налаштування тренінгової групи на роботу	Вступне слово викладача-тренера; вправа "Приємно тебе бачити"	Формування свідомості в здобувачів вищої освіти щодо практичної спрямованості завдань тренінгу
Активізація роботи	Вправа "Рукоприкладання"	
Презентація викладача-тренера щодо десятого дня тренінгу	Доповідь	
Презентація домашнього завдання	Презентація в Power Point, рольова гра "Актуальне дослідження-звіт"	Здатність подавати результати дослідження за допомогою використання засобів інформаційної візуалізації. Готовність до використання набутих компетентностей щодо подання результатів
Розвиток навичок з узагальнення інформації та презентації результатів роботи	Презентація в Power Point	
Підбиття підсумків тренінгу, оцінювання тренінгу, учасників тренінгу	Доповідь викладача-тренера, анкетування	

4. Самостійна робота здобувачів вищої освіти в межах тренінгу

Зважаючи на обґрунтування компетентнісного підходу як певної спрямованості щодо вдосконалення СР, буде правомірним визначати:

об'єкт СР протягом тренінгу – як систему професійної підготовки здобувачів вищої освіти;

предмет СР протягом тренінгу – як педагогічні умови організації СР в аспекті компетентнісної моделі професійної підготовки здобувачів вищої освіти;

мету СР протягом тренінгу – як самостійне опрацювання окремих блоків програми тренінгу, пошук, систематизацію, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань здобувача вищої освіти з певного напрямку підготовки.

Основне завдання СР – утворення психолого-дидактичних умов розвитку інтелектуальної ініціативи й мислення у здобувачів вищої освіти.

Основний принцип організації СР в межах тренінгу – переведення всіх здобувачів вищої освіти на індивідуальну роботу, що передбачає

перехід від формального виконання окремих завдань (за пасивної ролі здобувача вищої освіти) до пізнавальної активності та формування власної думки під час розв'язання поставлених проблемних питань та виконання завдань.

Управління СР в межах тренінгу здійснюють за умов взаємозв'язку таких його функцій, як: мотивація – планування – організація – контроль.

Організація СР в межах тренінгу становить єдність двох взаємозв'язаних видів СР:

аудиторної СР;

позааудиторної СР.

Як аудиторну, так і позааудиторну СР, своєю чергою, розподіляють на: академічну роботу (із виконання поставлених завдань); творчу роботу (що спонукає до самостійного мислення та систематизації здобутих раніше знань, із метою виконання певного завдання чи розв'язання проблеми).

Ураховуючи спрямованість тренінгу на індивідуалізацію завдань, що має виконати здобувач вищої освіти задля розкриття своїх професійних і творчих здібностей, буде правомірним у подальшому акцентувати увагу на таких формах СР: самоорганізація й самоосвіта; пошук необхідної інформації за темою тренінгу; проведення аналітичних розрахунків;

виконання розрахунково-графічних робіт із використанням ППП, презентація завдань (проблемних питань); складання аналітичного звіту та інших видів звітів із тренінгу.

Кожну з перелічених форм, на думку викладача-тренера та в погодженні із програмою тренінгу, може бути презентовано як індивідуальне або групове завдання.

5. Система контролю за набутими компетентностями та оцінювання результативності тренінгу

Усі звіти перевіряють на наявність плагіату й допускають до захисту з коректними текстовими запозиченнями не більше ніж 25 %. Порушеннями академічної доброчесності вважають: академічний плагіат, самоплагіат, фабрикацію, фальсифікацію, списування, обман. За порушення

академічної доброчесності здобувачі вищої освіти можуть бути притягненими до академічної відповідальності: повторного проходження оцінювання (контрольна робота, модуль тощо); повторного проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми. Політика щодо пропусків занять.

Система контролю й оцінювання результатів комплексного тренінгу містить дві частини: контроль та оцінювання позааудиторної самостійної роботи здобувачів вищої освіти, яка спрямована на виконання домашніх завдань, й аудиторної самостійної роботи, що спрямована на виконання завдань тренінгу.

Оцінювання тренінгу охоплює дві частини:

оцінювання самого тренінгу;

оцінювання успішності здобувача вищої освіти – учасника тренінгу.

Критерії оцінювання тренінгу такі:

оцінювання процесу проведення тренінгу (активності учасників, регламенту, структури, умов проведення, організації проведення, атмосфери проведення);

оцінювання змісту тренінгу (відповідності тематиці, професійній спрямованості, правильності підбору вправ);

оцінювання роботи тренера (управління аудиторією, злагодженості роботи, компетентності);

оцінювання результативності тренінгу (сформованих компетентностей, відповідності між досягнутими результатами й очікуваннями учасників).

Інформацію про ефективність тренінгу можна дістати за допомогою бланків зворотного зв'язку (анкет). Далі наведено приклад такої анкети, яку роздають учасникам тренінгу в останній день, вони її заповнюють, а потім анкету аналізують викладачі-тренери з метою усунення можливих недоліків.

Вихідна анкета учасника

1. Що на тренінгу сподобалося Вам найбільше й чому (тематика навчання, процес навчання, робота тренера, учасники, місце проведення)?

2. Що не сподобалося й чому (тематика, побудова програми, робота тренера, організація тренінгу, місце проведення тощо)?

3. Чи дістали Ви відповіді на питання, із якими прийшли на тренінг?

4. Шляхом позначки відповідного числа, дайте оцінку корисності наданої інформації (у відсотках) або напишіть своє число: ___

100	80	60	40	20	0
-----	----	----	----	----	---

5. Як би Ви оцінили такі пункти? (4 – дуже добре, 3 – достатньо, 2 – слабо, 1 – дуже погано):

відповідність тематиці _____

професійна спрямованість _____

правильність підбора вправ _____

управління аудиторією тренером _____

злагодженість роботи тренера _____

компетентність тренера _____

6. Яким чином Ви зможете використати здобуті знання та набуті навички?

7. Чи вплинула участь у тренінгу на Ваше сприйняття навчального матеріалу?

Так Ні Дуже мало

8. Як Ви оцінили б тренінгове навчання та роботу тренера загалом за 10-бальною шкалою, де 1 – дуже погано, 10 – відмінно?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

9. Ваші побажання тренеру: _____

10. Ваші побажання організаторам тренінгу _____

Дякуємо!

Оцінювання учасників тренінгу здійснюють кожен день за визначеними критеріями та після закінчення тренінгу за допомогою розрахунку коефіцієнта результативності:

$$K_{рез} = \sum \text{Вага фактору} \times \text{ступінь вияву.}$$

Фактори оцінювання, критерії роботи учасника тренінгу та їхні ваги наведено в табл. 4.

Таблиця 4

Критерії оцінювання учасників тренінгу

№	Фактори	Зміст факторів	Критерії	Ваги
1	2	3	4	5
1	Знання	Знання основних визначень, алгоритму дій	Правильність виконання завдань на розуміння основних понять статистичного спостереження, методів і методик аналізу ситуації на ринку	0,15
2	Уміння	Уміння виконувати завдання, презентувати роботу	Правильність виконання завдань на застосування знань здійснення групування, прогнозування та аналізу ситуації на ринку, уміння презентувати роботу	0,30
3	Комунікація	Уміння роботи в команді, організація та контроль за роботою в команді, доведення до відома колективу інформації, уміння слухати	Відсутність конфліктів, доброзичливість, якості лідера	0,20
4	Автономність	Готовність виконувати завдання в групі, самостійно виконувати завдання, відповідати за роботу групи, уміння самостійного ухвалювати рішень, високий рівень самостійності виконання	Правильність виконання домашнього завдання, участь у роботі групи	0,10
5	Участь	Відвідуваність, здатність брати ініціативу та формулювати власний підхід до розв'язання ситуацій, здатність уносити корективи в процес досягнення цілей, креативність	Відвідуваність, активність на тренінгу, кількість виступів	0,10

1	2	3	4	5
6	Звіт	Зміст, оформлення, захист, терміни виконання, презентація	Відповідність результатів роботи групи поставленим вимогам, якісна презентація	0,05
7	Самостійна робота	Систематичність, своєчасність, обсяг, якість, особистий вклад, самостійність	Систематичність, своєчасність, обсяг, якість, особистий вклад, самостійність	0,10

Ступінь вияву фактору оцінюють таким способом:

оцінку "0" ставлять, якщо фактор не виявили;

оцінку "0,25" ставлять, якщо фактор радше не виявили, ніж виявили;

оцінку "0,5" ставлять, якщо фактор виявили на половину від еталону;

оцінку "0,75" ставлять, якщо фактор скоріш виявили, ніж не виявили;

оцінку "1" ставлять, якщо фактор виявили повною мірою.

Наведена система оцінювання діяльності здобувачів вищої освіти під час тренінгу дозволяє об'єктивно оцінити рівень сформованих у них компетентностей, а отже, зробити висновок щодо ефективності проведеного тренінгу, співвідношення між досягнутими результатами та очікуваннями учасників.

Рекомендована література

Основна

1. Афанасьєв М. В., Гондарєва І. В., Тищенко Д. О. Тренінг формування компетенцій з економіки підприємства : навч. посіб. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2010. 328 с.

2. Геращенко І. М., Крамаренко С. М. Маркетинг як інструмент підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства // Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 3 – 4 бер. 2020 р., м. Харків. м. Торунь. Харків : ФОП Панов А. М., 2020. С. 102–103. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/23770>.

3. Городняк І. В. Поведінка споживача : навч. посіб. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с.

4. Збірник тестів із маркетингу / за ред. Є. Й. Майовця. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 416 с.

5. Софієнко А. В., Шукліна В. В., Набока Р. М. Теоретичний маркетинг : навч. посіб. 2-ге вид., переробл. і допов. Херсон : Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с.

6. Ус М. І. Маркетинг вражень в умовах креативної економіки // Трансформація соціальних інститутів в інформаційному суспільстві : 27 тези допов. IV конгресу соціологічної асоціації України, м. Харків, 28 – 29 жовт. 2021 р. Харків : Соціологічна асоціація України, 2021. С. 284–286. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27742>.

Додаткова

7. Кордзая Н. Р. Основи інтернет-маркетингу : навч. посіб. – Херсон : Олді-плюс, 2018. 184 с.

8. Ларіна Я. С., Рябчик А. В. Поведінка споживачів : навч. посіб. Херсон : Олді-Плюс, 2020. 284 с.

9. Маркетинг : підручник / Буряк Р. І., Збарський В. К., Ларіна Я. С. та ін. Київ : ЦП "Компринт", 2019. 750 с.

10. Kotler P., Keller K. Marketing management. 16 th Global Edition, Pearson Higher Ed., 2021. 605 p.

Інформаційні ресурси

11. "Маркетинг в Україні" / Науковий журнал / Доступно з <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>.
12. "Маркетинг і менеджмент інновацій" / Науковий журнал / Доступно з <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>.
13. "Маркетинг: теорія і практика" / Науковий журнал / Доступно з http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mtip/index.html.
14. "Головне управління статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
15. Українська Асоціація Маркетингу. Офіційний сайт. URL: <http://uam.in.ua/>.
16. Американська асоціація маркетингу. Офіційний сайт. URL: <https://www.ama.org>.

Зміст

Вступ.....	3
1. Підготовчий етап тренінгової діяльності.....	6
2. Змістова структура тренінгу	7
3. Організаційна та загальна структура тренінгу.....	8
4. Самостійна робота здобувачів вищої освіти в межах тренінгу.....	18
5. Система контролю за набутими компетентностями та оцінювання результативності тренінгу	19
Рекомендована література.....	24
Основна	24
Додаткова	24
Інформаційні ресурси	25

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

КОМПЛЕКСНИЙ ТРЕНІНГ

**Методичні рекомендації
для здобувачів вищої освіти
спеціальності 075 "Маркетинг"
освітньої програми "Маркетинг"
першого (бакалаврського) рівня**

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладачі: **Гриневич** Людмила Володимирівна
Бойко Наталя Олександрівна
Мірзоєв Джавід Ширзад огли

Відповідальний за видання *Л. В. Гриневич*

Редактор *О. Г. Доценко*

Коректор *В. О. Дмитрієва*

План 2024 р. Поз. № 76 ЕВ. Обсяг 27 с.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*