

**О.П. Афанасьєва**, ст. викл. (*ХДУХТ, Харків*)

## **ВИКОРИСТАННЯ ВІДЕОКОНТЕНТУ ПІД ЧАС ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»**

Викладання маркетингу у сучасній вищій школі передбачає застосування специфічних вимог до методики і організації навчального процесу, залишаючи досить мало місця його традиційним формам (лекції + семінарські заняття). На перший план виступають активні форми і підходи, передусім, так званий «кейс стадіз» (CS case studys). Під час підготовки CS найбільш доцільно використовувати відеоконтент, тобто підготовлені відео власного виробництва чи підібрані за певною тематикою на різних відео ресурсах (YouTube, Vimeo та ін.).

Згідно досліджень психологів, близько 65% людей – візували, тому практично будь-який тип якісного відеоконтенту має високі показники емоційного залучення глядача, збільшуючи швидкість і глибину взаємодій з матеріалом, що вивчається. Послідовні серії відеоконтенту допомагають розширити можливості для взаємодії і отримати більш високу віддачу під час засвоєння навчального матеріалу студентами. Можливо, саме відеоконтент повинен стати основою маркетингової освіти в майбутньому.

За допомогою відео можна максимально наочно візуалізувати об'єкт або процес, створити настрій і передати емоції, а набагато важче спонукати студентів «читати між рядків» – задуматися про концептуальні цілі та ідеї, приховані за красивою картинкою. Щоб звернути увагу студентів на неочевидні речі і, в результаті, зробити відео ефективним засобом навчання і розвитку мислення слід звернути увагу на наступні стратегії:

- відеолекція з супроводом викладача;
- відео як імпульс для комунікації;
- відео як матеріал для розвитку критичного мислення;
- відео як спосіб розвинути навички пошуку інформації в Інтернеті.

Відеолекція з супроводом викладача має на меті перетворити перегляд відео в активний освітній процес, залучити студентів до того, що відбувається на екрані. На початку перегляду кожного відео слід задати студентам питання щодо його змісту. Це допоможе створити необхідний настрій: вони вже будуть знати, про що піде мова і на що

конкретно звернути увагу. Під час перегляду викладач може коментувати ролик, звертаючи увагу студентів на найважливіші моменти. При перегляді в аудиторії – усно, при дистанційному перегляді – попередньо додавши у відео субтитри або анотації. Також буде корисним вставити у відео (протягом всього ролика чи тільки в кінці) питання з множинним вибором або з відкритою відповіддю. Це можна зробити за допомогою спеціальних програм.

Відео як основа для комунікації дозволяє вибудувати «місток» між досліджуваною темою і особистим досвідом і знаннями студентів. Крім того, це стимулює взаємодію між студентами, що можна організувати у вигляді роботи в парах чи групової роботи.

Після перегляду відео слід запропонувати студентам висловитися (при роботі в аудиторії) або залишити коментар під відео (при роботі в режимі дистанційної освіти при виконанні домашнього завдання). Кожному студенту слід дати завдання, обґрунтувати власну думку в своєму коментарі з певного питання – можна розділити навчальну групу на кілька робочих груп або придумати для кожного студента індивідуальне запитання.

Буде цікавіше, якщо підготувати не один, а кілька відеороликів на одну тему, наприклад, на тему «Мотиви рекламних повідомлень», і розділити студентів на групи, кожній з яких дістанеться свій. Тоді вони зможуть обмінятися один з одним новою інформацією, а не обговорювати один і той же всім відомий відеоконтент.

Відео як матеріал для формування критичного мислення, як і будь-який інший тип освітнього контенту, повинен не тільки дати нові знання, але і сприяти формуванню різних компетентностей, що дуже важливо для майбутніх маркетологів. Слід запропонувати студентам сформулювати, порівняти і протиставити концепції, представлені в відео (або в декількох відео). Разом можна скласти список подібностей і відмінностей, доказів «за» і «проти».

Відео як імпульс для розвитку навичок пошуку інформації в Інтернеті передбачає завдання знайти в мережі відеоролик, який підтримує, доповнює або спростовує інформацію із запропонованого відео. Потім можна використовувати знайдені студентами відеоролики як матеріал для обговорення в аудиторії.

Отже, використання відеоконтенту під час викладання дисципліни «Маркетинг» зробить заняття цікавими та ефективними у підготовці висококваліфікованих фахівців з маркетингу.