

ПОРТФОЛІО-ПРОГРАМИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ПРАКТИЧНИХ НАВИЧОК МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ В США

Олексій Губський,

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
спеціальність Освітні, педагогічні науки,
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна, Харків, Україна
<https://orcid.org/0009-0001-5727-8535>

Анотація. В епоху комбінованого навчання, офлайн- та онлайн-режимів традиційні форми і методи втрачають свою ефективність. Поганий зв'язок, відсутність доступу до викладачів, відсутність фокусу на точкових запитах ринку та розвиток штучного інтелекту не тільки стратегічно впливає на якість отриманих знань, але й змінює процес навчання тут і зараз. Для підготовки фахівців, які дійсно зможуть відповідати теперішнім і майбутнім вимогам бізнесу, треба шукати нові способи і методи навчання, які, в першу чергу, будуть підкреслювати користь для здобувачів, а вже потім були інструментами контролю якості навчання.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова освіта, портфоліо, навчання через досвід, проектний метод, портфоліо програми

***Abstracts.** In the era of blended learning, offline and online, traditional forms and methods are losing their effectiveness. Poor connectivity, lack of access to teachers, lack of focus on specific market demands, and the development of artificial intelligence not only strategically affect the quality of knowledge gained but also change the learning process here and now. To train specialists who can truly meet current and future business requirements, we need to look for new ways and methods of teaching that will primarily emphasize the benefits for students, and only then will they be tools for quality control.*

***Keywords:** marketing, marketing education, portfolio, experiential learning, project based learning, portfolio program*

Актуальність. Традиційна маркетингова освіта в США часто передбачає зосередження на лекціях, читанні підручників, обговоренні конкретних ситуацій та іспитах, що, безумовно забезпечує важливу теоретичну базу. Студенти вивчають основні поняття, такі як «маркетинг», «маркетинг-мікс», «4Р», «цифровий маркетинг», «сегментування ринку», «теорії поведінки споживачів», «основні принципи маркетингових досліджень» і багато інших. Як зазначають Левін та Патрік: «Традиційні системи освіти, орієнтовані на час, часто надають пріоритет часу перебування в аудиторії, а не засвоєнню знань, що призводить до різних результатів навчання в межах фіксованого часу. Це може призвести до того, що студенти просуюються по навчальній програмі зі значними прогалинами в знаннях, навіть маючи прохідні оцінки. Наприклад, студент, який отримав оцінку «В» за курс, може не розуміти 15-20 % матеріалу. Як наслідок, студенти можуть перейти до наступних курсів недостатньо підготовленими» (Levine & Patrick, 2019). При цьому можуть виникати і інші проблеми:

- Розрив між теорією і практикою. Хоча випускники і можуть розуміти, що таке маркетингова стратегія (чи будь-яке інше поняття), але вміння впровадити маркетингову стратегію в життя в умовах обмежених фінансів та змінного середовища є дуже складним для випускників.

- Недостатність володіння маркетинговими програмами та системами, такими як аналітичні платформи, CRM-системи,

програми для креативної роботи та системи для запуску та менеджменту рекламних кампаній.

- Лімітовані навички створення креативних концепцій і їх реалізації в реальному бізнесі.

- Перешкоди в репрезентації компетентностей, а саме нездатність традиційного резюме та співбесід фундаментально показати, чи компетентний спеціаліст чи ні.

Метою дослідження є визначення методів мінімізації зазначених проблем традиційного підходу до маркетингової освіти.

Для того, щоб ліквідувати зазначені недоліки традиційного підходу, заклади освіти почали використовувати такі методи, як проєктне навчання та навчання через досвід. Деякі ЗВО побудували всю свою роботу навколо одного з різновидів навчання через досвід – портфоліо програми. Доцільно визначити, що проєктне навчання (Project Based Learning, PBL) – це метод навчання, в якому студенти навчаються, активно беручи участь у реальних та особистісно значущих проєктах (PBL Works, 2025). Що стосується визначення навчання через досвід (Experiential learning) – це процес трансформації, де знання створюються через трансформацію досвіду (Felicia, 2011). Щоб більше детально зрозуміти, як відбувається цей процес трансформації, доцільно звернутися до циклу знань запропонований Колбом, який складається з:

- Конкретний досвід – відправна точка циклу.
- Рефлексивне спостереження – аналіз/рефлексія досвіду.
- Абстрактна концептуалізація – підбиття підсумків чи винесення висновків із досвіду.
- Активне експериментування – планування/випробування того, що ви дізналися (Kolb, 1984).

У великій мірі, реалізацію зазначеного циклу за Колбом можна знайти в портфоліо-програмах, який поширений серед шкіл, що готують маркетингових спеціалістів, спеціалістів з рекламу та дизайну. Портфоліо – це «артефакт», який поряд з іншими «артефактами», створюють здобувачі освіти під час навчання. Дослідники Лоренцо та Ітелсон визначають портфоліо, або е-портфоліо, як «оцифровану колекцію артефактів, включаючи демонстрації, ресурси та досягнення, які

представляють особу, групу, спільноту чи організацію» (Lorenzo & Ittelson, 2005). Портфоліо-програми, у свою чергу – це навчальні програми, які мають кінцеву ціль створення портфоліо робіт, де буде зібрано обраний досвід здобувача освіти, який може бути використаний для репрезентації набутих компетентностей перед потенційним роботодавцем. Чен та Лайт зазначають, що портфоліо також заохочує здобувачів представляти й інтегрувати свій формальний і неформальний навчальний досвід, а також указують, що навчання відбувається в процесі створення портфоліо (Chen & Light, 2010). Лайт також указує, що ще однією вагомою причиною використання методу портфоліо є те, що він забезпечує логічну структуру для здобувачів для документування та усвідомлення відповідальності за свій навчальний досвід. Здобувачі можуть легко ділитися та обмінюватися своїм навчальним досвідом з іншими, просто поділившись посиланням. Здатність вербалізувати й рефлексувати свої досягнення, здатність формулювати висновки та рефлексувати над своїми досягненнями й демонструвати, як ці досягнення пов'язані між собою, стає дуже корисною навичкою при працевлаштуванні (Light & Chen & Ittelson, 2012).

Розглянемо декілька прикладів, успішного впровадження портфоліо-програм:

- Miami Ad School – глобальна мережа шкіл, що пропонує портфоліо-програми в таких сферах, як арт-дирекція, копірайтинг, цифровий дизайн, стратегічне планування та стратегія для соціальних мереж, та відома своїм практичним, галузевим підходом та можливостями для стажування. Школа вказує на високий рівень працевлаштування випускників, які отримують роботу в агенціях та інших компаніях по всьому світу (Miami Ad School, 2025). Фокусує увагу на практичному розвитку навичок та зв'язках з індустрією.

- VCU Brandcenter – пропонує ступінь магістра з бізнесу/брендингу. Має окремі напрямки (арт-дирекція, копірайтинг, стратегія, дизайн досвіду, креативний бренд-менеджмент). Також має надзвичайно високі показники працевлаштування протягом декількох місяців після закінчення навчання у провідних агентствах та компаніях по всьому світу (VCU Brandcenter, 2025).

- Denver Ad School – робить наголос на створенні портфоліо для копірайтингу та арт-дирекції за допомогою реальних і змодельованих проєктів та наставництва від професіоналів галузі. Як і в інших школах, що фокусуються на портфоліо, успіх вимірюється якістю створеного портфоліо та подальшим працевлаштуванням. Спрямовує свою роботу на формуванні готовності фахівця до роботи та практичному застосуванні здобутих у школі знань (Denver Ad School, 2025).

Більшість традиційних університетів, які готують маркетингових спеціалістів, також наголошують, що вони готують спеціалістів, які будуть відповідати вимогам ринку. Доцільно порівняти портфоліо-школи та традиційні ЗВО, щоб зрозуміти, чи є насправді відмінність.

Розкрито, що показники працевлаштування зазвичай вище у портфоліо-шкіл, ніж у традиційних університетів (Табл. 1).

Хоча традиційна маркетингова освіта закладає фундаментальні знання, формує деякі уміння та навички, вона часто не може забезпечити випускників саме практичним досвідом, необхідними для багатьох сучасних маркетингових ролей, особливо в креативній та технологічній сферах. Експериментальні методи навчання допомагають подолати цю прогалину.

Зроблено висновок, що портфоліо-програми – це вузько-спеціалізована й інтенсивна форма практичного навчання, яка виявилася надзвичайно ефективною для конкретних кар’єрних шляхів у маркетингу та рекламі.

Таблиця 1

Порівняння показників портфоліо шкіл та традиційних університетів (Central Washington University, 2025), (Brandcenter, 2025), (Niche, 2025), (Denver Ad School, 2025)

<i>Особливість</i>	<i>Випускники портфоліо шкіл</i>	<i>Випускники традиційних університетів</i>
Освітній фокус	Інтенсивне практичне навчання для конкретних творчих/маркетингових ролей (наприклад, арт-директор, копірайтер,	Ширша теоретична та практична основа маркетингу (4Р, дослідження, поведінка споживачів,

	стратег, UX-дизайнер). Навчання через створення портфоліо.	стратегія) + загальна бізнес-освіта. Готує до різноманітних ролей з меншою специфікою.
Типові місця, де випускники шукають роботу	Рекламні агенції, дизайн-студії, внутрішні креативні відділи, технологічні компанії.	Управління брендом/ продуктом, маркетингові дослідження, цифровий маркетинг, продажі, маркетингова аналітика, PR, реклама в компаніях в будь яких індустріях та нішах.
Показники працевлаштування	Найчастіше 3-6 місяців після закінчення навчання.	Найчастіше 6 місяців та більше.
Показник працевлаштування випускників (у %)	85-95 % для випускників, які шукають роботу за фахом.	75-90 % для випускників, які шукають роботу за фахом. Показник може різнитися, так як і сама підготовка охоплює ширші сфери.
Основні ризики	Показники відображають успіх у вузькій сфері. Значною мірою залежать від якості програми та зв'язків. Інтенсивний цикл навчання.	Зазначений показник охоплює широкий спектр галузей. Визначення «працевлаштований за фахом» є менш точним. Індивідуальні результати широко варіюються.

Зосереджуючись на створенні робіт професійної якості під керівництвом практиків, ці програми випускають спеціалістів, які не лише добре знають свою галузь, але й демонструють у ній високі здібності. Високий рівень працевлаштування та галузевий

успіх випускників авторитетних портфоліо-програм підкреслює ефективність цього методу.

Джерела:

1. Levine, Eliot; Patrick, Susan (2019). What Is Competency-Based Education? An Updated Definition.
 2. PBL Works. What is Project Based Learning? Дата звернення: 3 березня 2025. URL : <https://www.pblworks.org/what-is-pbl>
 3. Felicia, P. (2011). Handbook of Research on Improving Learning and Motivation Through Educational Games: Multidisciplinary Approaches. Ukraine : Information Science Reference.
 4. Kolb, David (1984). Experiential Learning: Experience As The Source Of Learning And Development.
 5. Lorenzo, G., & Ittelson, J. (2005). An overview of e- portfolios. In D. Oblinger (Ed.), *ELI Paper* Boulder, CO: EDUCAUSE Learning Initiative. URL : <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ELI3001.pdf>
 6. Chen, H. L., & Light, T. P. (2010). Electronic portfolios and student success: Effectiveness, efficiency, and learning. Washington, DC: Association of American Colleges & Universities.
 7. Light, T. P., Chen, H. L., & Ittelson, J. C. (2012). *Documenting learning with ePortfolios: A guide for college instructors* (1st ed.). San Francisco, CA : Jossey-Bass.
 8. Miami Ad School. All about Miami ad school. URL : <https://miamiadschool.com/about/>
 9. Brandcenter. Masters's Program. URL : <https://brandcenter.vcu.edu/program/masters-program/>
 10. Denver Ad School. We get you up to agency speed. URL : <https://www.denveradschool.com/how-dad-works>
 11. Central Washington University. First Destination Survey. URL : <https://careerservices.cwu.edu/first-destination-survey/>
 12. Brandcenter. Placement. URL : <https://brandcenter.vcu.edu/program/masters-program/placement/>
 13. Niche. Miami Ad School – New York Graduation Rate and Average Graduate Income. URL : <https://www.niche.com/colleges/miami-ad-school-new-york/after-college/>
 14. Denver Ad School. DAD vs. The world. URL : <https://www.denveradschool.com/compare>
-

Здоров'я та освіта XXI століття / Health and Education XXI

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНА НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНА БІБЛІОТЕКА
ІМЕНІ В.О. СУХОМЛИНСЬКОГО
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА
ПОЛІТЕХНІКА»
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ А.С. МАКАРЕНКА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКИЙ
КОЛЕГІУМ» ІМЕНІ Т.Г. ШЕВЧЕНКА
ЧОРНОМОРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ПЕТРА МОГИЛИ
МІЖНАРОДНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ БЕЗПЕКИ, ЕКОЛОГІЇ
ТА ЗДОРОВ'Я



**НАУКОВО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ СУПРОВІД
ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ
В КРИЗОВИХ УМОВАХ /
SCIENTIFIC AND INFORMATIONAL SUPPORT
OF PROFESSIONAL TRAINING OF SPECIALISTS
IN CRISIS CONDITIONS**

*Матеріали
II науково-практичного семінару*

*20 березня 2025 року
м. Київ*

УДК 378:37.091.12

*Рекомендовано до друку Вченою радою
гуманітарно-педагогічного факультету
Національного університету біоресурсів і природокористування України
(протокол № 9 від 17 травня 2025 року)*

Науково-інформаційний супровід професійної підготовки фахівців в кризових умовах: матеріали II науково-практичного семінару (20 березня 2025 року, м. Київ); відп. ред. і укл. Н. О. Терентьєва. Київ: Редакційно-видавничий відділ НУБіП України, 2025. 252 с.

Відповідальний редактор і укладач:

Терентьєва Н. О., доктор педагогічних наук, професор [Національний університет біоресурсів і природокористування України]

Рецензенти:

Бахмат Н. В., доктор педагогічних наук, професор [Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка]

Білик В. Г., доктор педагогічних наук, професор [Український державний університет імені Михайла Драгоманова]

ISBN 978-617-8598-13-6

Збірник репрезентує авторські матеріали, представлені в рамках проведення II науково-практичного семінару з міжнародною участю «Науково-інформаційний супровід професійної підготовки фахівців в кризових умовах», які органічно розкривають різні аспекти окресленої проблематики.

Матеріали стануть у нагоді науковим, науково-педагогічним, педагогічним, медичним працівникам, фахівцям в галузі фізичної культури і спорту, здобувачам усіх рівнів вищої освіти, учителям-практикам і керівникам закладів освіти.

© Автори публікацій, 2025

© НУБіП України, 2025