

Список використаних джерел:

1. Іваненко О. П. Роль маркетингу в формуванні корпоративної культури та ідентичності бренду. Науковий вісник “Українського університету бізнесу та права”. Харків, 2020. С. 45-52.
2. Петренко В. С. Комунікація та брендинг: взаємозв’язок та вплив на корпоративну ідентичність. Економіка та управління підприємства. Київ, 2019. С- 112 – 118.
3. Сидоренко О. М. Прогнозування та обговорення перспектив розвитку маркетингу в контексті формування корпоративної культури та ідентичності бренду. Наукові праці Черкаського державного університету. Черкаси, 2021. С. 78 – 85.

SUMMARY

The role of marketing in shaping corporate culture and identity is to support and enhance the values, beliefs, and practices that characterize the organization, and to promote their implementation among employees and consumers. Marketing serves as a means of communicating these values and ways of doing things, maintaining connections with employees and customers. This includes the use of various marketing tools such as advertising, public relations, corporate sponsorship, and others, to support and reflect the values and identity of the company.

This approach helps to maintain unity within the organization, attract and retain talented employees, as well as preserve and enhance the brand's position in the eyes of consumers.

Key words: marketing, corporate culture, identity, communication, business, value.

УДК 615.1:37.091.3

**ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ ВИКЛАДАННЯ ВИБІРКОВОЇ ОСВІТНЬОЇ
КОМПОНЕНТИ «ТІМБІЛДІНГ» НА КАФЕДРІ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ**

Малий В. В., Бабічева Г. С, Пестун І. В., Рогуля О. Ю., Бондарєва І. В.

Національний фармацевтичний університет, Україна

babicheva.ann5@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Актуальність вивчення тімбілдіну здобувачами вищої освіти обумовлена зростанням ролі комунікативних навичок, необхідністю розвитку взаєморозуміння та підвищення ефективності співпраці у навчальних та професійних сферах діяльності. Враховуючи важливість soft skills для розкриття потенціалу здобувачів вищої освіти, саме знання з командоутворення сприяють покращенню взаємодії та комунікацій між учасниками групи або колективу, формуванню навичок конструктивного спілкування

у команді тощо.

Мета даної роботи — висвітлення особливостей методики викладання вибіркової освітньої компоненти (ОК) «Тімбілдінг» на кафедрі фармацевтичного менеджменту та маркетингу в умовах онлайн навчання.

Викладання ОК «Тімбілдінг» на кафедрі започатковано у 2023–2024 н. р., методичне підґрунтя якого склали розроблений навчально-методичний комплекс та використання під час освітнього процесу сучасних інтерактивних методів навчання, засобів візуалізації, елементів проблемного навчання.

Про успішність викладання свідчать високий рівень оцінювання результатів навчання, опанування здобувачами вищої освіти першого курсу компетентностей у сфері розбудови та розвитку команд та їх позитивні відгуки. За результатами анкетування встановлено, що здобувачі вищої освіти задоволені якістю викладання, змістовністю та результативністю ОК «Тімбілдінг».

Ключові слова: тімбілдінг, навички командоутворення, soft skills, здобувачі вищої освіти, кафедра фармацевтичного менеджменту та маркетингу, онлайн навчання.

Вступ. Вивчення основ тімбілдіngu як вибіркової освітньої компоненти (ОК) надає важливий імпульс для розвитку здобувачів вищої освіти, оскільки це сприяє формуванню базових навичок командної роботи та комунікативних вмінь, а також покращенню соціально-емоційного благополуччя студентства [1]. Впровадження принципів тімбілдіngu створює сприятливе підґрунтя для міжособистісної взаємодії та вчить майбутніх фахівців фармації ефективно працювати в командах. Це особливо важливо в контексті сучасних викликів, де командна робота та спільне прийняття рішень постають ключовими компетентностями [2, 3].

Специфіка навчального контенту з тімбілдіngu потребувала відходу від традиційної методики викладання організаційно-управлінських освітніх компонент, оскільки перед викладачем під час проведення лекційних та практичних занять постала необхідність формування не тільки компетентностей з тімбілдіngu, а й знайомства та згуртованості здобувачів з різних академічних груп, які обрали ОК «Тімбілдінг». Використання набутих знань з ОК «Тімбілдінг» допомагає здобувачам вищої освіти вже з першого курсу розвивати навички ефективних комунікацій, розбудови команди, розв'язання проблем; сприяє формуванню лідерських якостей, розвитку емоційного інтелекту, соціальній адаптації в освітньому середовищі та успішному вступу в професійне життя.

Мета. Метою даної роботи є висвітлення особливостей методики викладання вибіркової ОК «Тімбілдінг» на кафедрі фармацевтичного менеджменту та маркетингу в умовах онлайн навчання.

Матеріали та методи досліджень. У роботі використані метод логіко-змістовного формування проблеми, системний і статистичний методи, контент-аналіз публікацій у наукових і практично-орієнтованих фахових виданнях, метод анкетного опитування, табличні та графічні засоби наочного представлення отриманих даних.

Результати досліджень. Колективом кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу розроблено навчально-методичний комплекс вибіркової ОК «Тімблдінг» і впроваджено у процес підготовки здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю «226 Фармація, промислова фармація» на освітній програмі «Фармація» у 2023–2024 н. р. Слід відмітити, що при розробці ОК «Тімблдінг» враховано побажання здобувачів вищої освіти, які під час соціологічного опитування висловили побажання включити в перелік вибірових ОК освітньої програми, ця ініціатива була підтримана студентським самоврядуванням. Враховуючи актуальність пропозиції, кафедрою успішно започатковано викладання даного ОК для здобувачів першого курсу, серед яких 73,7 % обрали саме «Тімблдінг» з-поміж чотирьох альтернативних вибірових компонент [4].

Метою викладання ОК «Тімблдінг» визначено формування у здобувачів теоретичних знань та практичних навичок і вмінь, необхідних для ефективної співпраці у командному середовищі, та опанування компетентностей у сфері розбудови та розвитку команд для досягнення спільних цілей. У структурі ОК «Тімблдінг» є два змістових модуля: «Теоретико-методичні аспекти тімблдінгу» та «Практичні засади і технології тімблдінгу», вивчення яких сприяє набуттю здобувачами концептуальних та методологічних знань стосовно інструментів і технологій командоутворення, розвитку лідерських якостей, комунікативних навичок, взаємодії в команді, вирішення проблем і прийняття рішень для підвищення ефективності командної роботи.

У процесі розробки навчально-методичного забезпечення ОК «Тімблдінг» використано результати опрацювання значної кількості науково-популярних та фахових інформаційних джерел з командоутворення, а також різноманітні тімблдінгові техніки, психологічні тести, тематичні вправи та ситуаційні кейси. Основною проблемою, яка потребувала вирішення, постало питання організації навчання з тімблдінгу в умовах онлайн формату здобуття освіти, оскільки традиційно командоформуючі заходи потребують безпосередньої присутності учасників. Ефективним засобом налагодження групової діяльності виявилось застосування сучасних інтерактивних методів навчання з використанням програмних сервісів та Інтернет-ресурсів.

Наприклад, завдяки платформі Zoom під час відпрацювання навичок командної роботи всіх здобувачів ділили на команди (мікрогрупи) та

застосовували окремі сесійні зали для виконання навчального завдання або спільного проєкту. Слід відмітити, що саме у мікрогрупі формується особлива атмосфера мотивації та підтримки членів команди, що сприяє їх згуртованості та можливості проявити лідерські якості, а також дозволяє виявити несумісних учасників і обрати способи їх неконфліктної взаємодії.

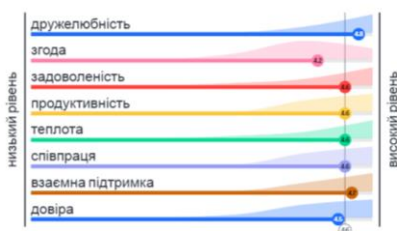
Викладач мав можливість спостерігати за командною роботою здобувачів у різних сесійних залах та консультивати за потреби. Виконання вправ та завдань у мікрогрупах допомагало здобувачам вдосконалювати навички спілкування, співпраці та конструктивного обговорення, що є важливим для майбутньої професійної діяльності, особливо під кутом зору взаємодії з відвідувачами аптек та колегами.

Практичні і семінарські заняття передбачали виконання групових завдань, здебільшого у формі різноманітних вправ, тренінгів, дискусій, круглих столів, інтелектуальних батлів, змагань, ігор тощо. Наприклад, цікавий інструмент Gigsawplanet дозволяє створювати пазли та проводити змагання серед команд під час їх складання; командна гра «Катастрофа» сприяє згуртуванню учасників і прийняттю ефективного командного рішення; вправи «Вавилонська вежа», «Розумова психогімнастика», «П'ять спільних ознак», «Творчий тімблдинг» і багато інших формують навички командної взаємодії, розподілу ролей, розвивають творчі здібності тощо.

За допомогою інтерактивних дошок Zoom або Miro здобувачі працювали разом над створенням інтерактивних плакатів, постерів, презентацій. З використанням онлайн ресурсу Canva здобувачі розробляли інтерактивне відео або презентацію, готували командні проєкти, які стимулюють творче мислення та розвивають вміння шукати альтернативні рішення.

Використання онлайн-інструменту для створення інтерактивних презентацій Mentimeter дозволило проводити інтерактивне опитування, будувати хмари слів, отримувати моментальний зворотний зв'язок від здобувачів під час лекцій і практичних занять (рис. 1).

Оцінка психологічної атмосфери у команді



Яка тема або теми найбільше сподобались і запам'ятались?

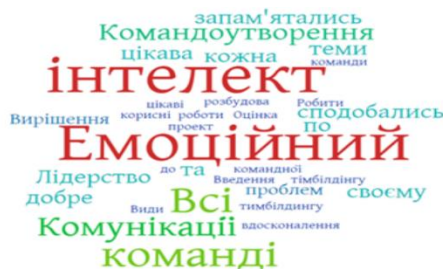


Рис. 1. Приклад використання онлайн-інструменту Mentimeter для зворотного зв'язку під час викладання ОК «Тімблдинг»

Зокрема, можливість використовувати Mentimeter як засіб рефлексії дає змогу не тільки оцінювати заняття, а також визначати та враховувати інтереси та потреби здобувачів і залучати їх до процесу планування та вибору групових форм взаємодії, навчальних вправ, тренінгів тощо.

Під час практичних занять здобувачі створювали привабливі та функціональні візуалізації, завдяки яким покращувалося сприйняття навчального матеріалу, що робило його зрозумілим для всіх учасників команди. Враховуючи, що будь-яка форма візуалізації інформації містить елементи проблемності, це стимулювало здобувачів об'єднуватися задля досягнення мети та вирішення проблем, застосовувати критичне мислення. Наприклад, під час занять використовували метод «Шести капелюхів», який дозволяє розглядати проблему чи ситуацію під різним кутом зору, представляючи кожен з них за допомогою «капелюхів» різного кольору, кожен з яких відповідає певному виду мислення.

Слід відмітити, що під час вивчення ОК «Тімблдінг», зокрема таких тем, які лідерство, комунікації у командоутворенні, інструменти тімблдіngu, активно залучаються до співпраці представники психологічної служби університету і фахівці фармацевтичних компаній для проведення різноманітних тренінгів та вправ, відпрацювання технік. Здобувачі знайомляться з правилами та принципами побудови ефективної команди та прикладами тімблдіngu у фармацевтичній компанії; вивчають психологічні аспекти лідерства, комунікативних навичок та емоційного інтелекту в процесі командної взаємодії; набувають практичний досвід використання інструментів тімблдіngu та методів прийняття колегіальних рішень.

Отже, тімблдінг допомагає здобувачам навчитися творчо працювати у команді для досягнення спільних цілей, розподіляти обов'язки та вирішувати конфлікти, що є особливо важливим у майбутній професійній діяльності.

З метою оцінки ефективності викладання ОК «Тімблдінг» на заліковому занятті було проведено анкетування здобувачів першого курсу. Абсолютно всі здобувачі надали позитивну відповідь стосовно того, що їм було дуже цікаво вивчати тімблдінг та вони дізналися багато нової інформації.

Результати відповідей на питання щодо складності опанування ОК свідчать, що для 74,3 % опитаних вивчати тімблдінг було дуже легко, а для решти (25,7 %) — в цілому легко, але окремі теми і завдання було засвоїти складніше.

Також здобувачам було запропоновано обрати твердження, які відтворюють їх думку стосовно вивчення тімблдіngu (рис. 2). Встановлено, що 28,6 % здобувачам вивчення ОК допомогло краще познайомитися з

**XI МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ДИСТАНЦІЙНА КОНФЕРЕНЦІЯ
«МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У СКЛАДІ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ, НАУКИ, ОСВІТИ, ПРАКТИКИ»**

однокурсниками та швидше адаптуватися до навчання в університеті, для 20 % — є корисним для подальшого навчання, для 20 % — є важливим для особистого розвитку, для 8,6% — є важливим для подальшої професійної діяльності, а 11,4 % здобувачів взагалі не знали що таке тімбілдінг до вивчення ОК.

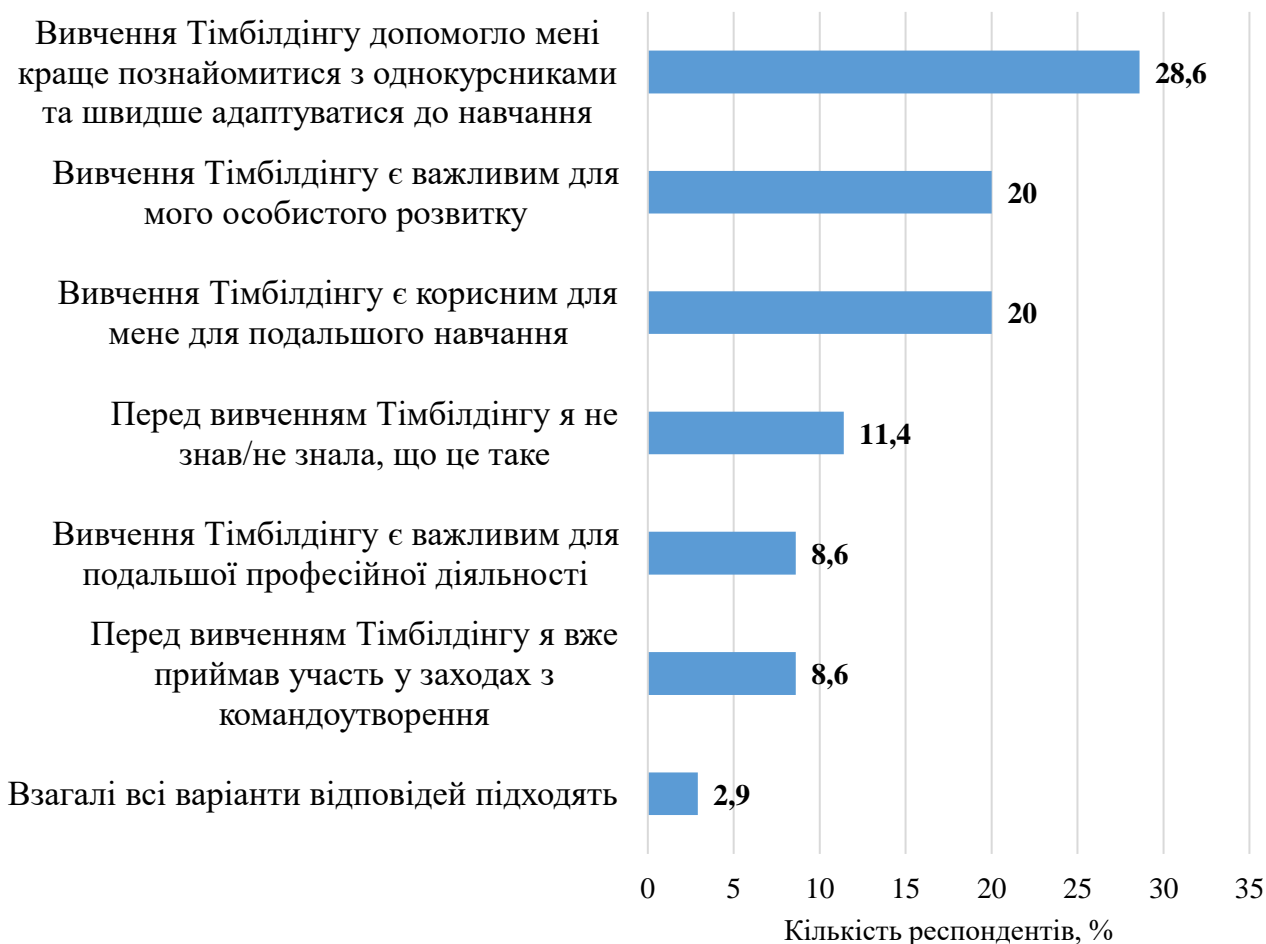


Рис. 2. Вибір здобувачами тверджень стосовно вивчення ОК «Тімбілдінг»

На питання чи стало перешкодою вивчення тімбілдіngu в онлайн форматі, більшість здобувачів (62,9 %) надали негативну відповідь, 2,9 % надали позитивну відповідь, а для 34,3 % опитаних навчання онлайн дало навіть більше можливостей для виконання завдань з тімбілдіngu.

За даними анкетування отримані результати оцінки рівня оволодіння навичками з командоутворення за 5-ти бальною шкалою, де «0» — не засвоїв, «5» — засвоїв дуже добре і можу використовувати на високому рівні (рис. 3).

Більшість здобувачів оцінюють власний рівень опанування майже всіх навичок з тімбілдіngu на 4 та 5 балів. Зокрема найвищі оцінки отримали такі навички, як «активно слухати інших, висловлювати свої думки та ідеї з повагою до інших учасників», «приймати обґрунтовані рішення на основі спільної думки та консенсусу», «застосовувати навички тімбілдіngu в практичних ситуаціях», «визначати цілі та завдання команди для досягнення спільних результатів».

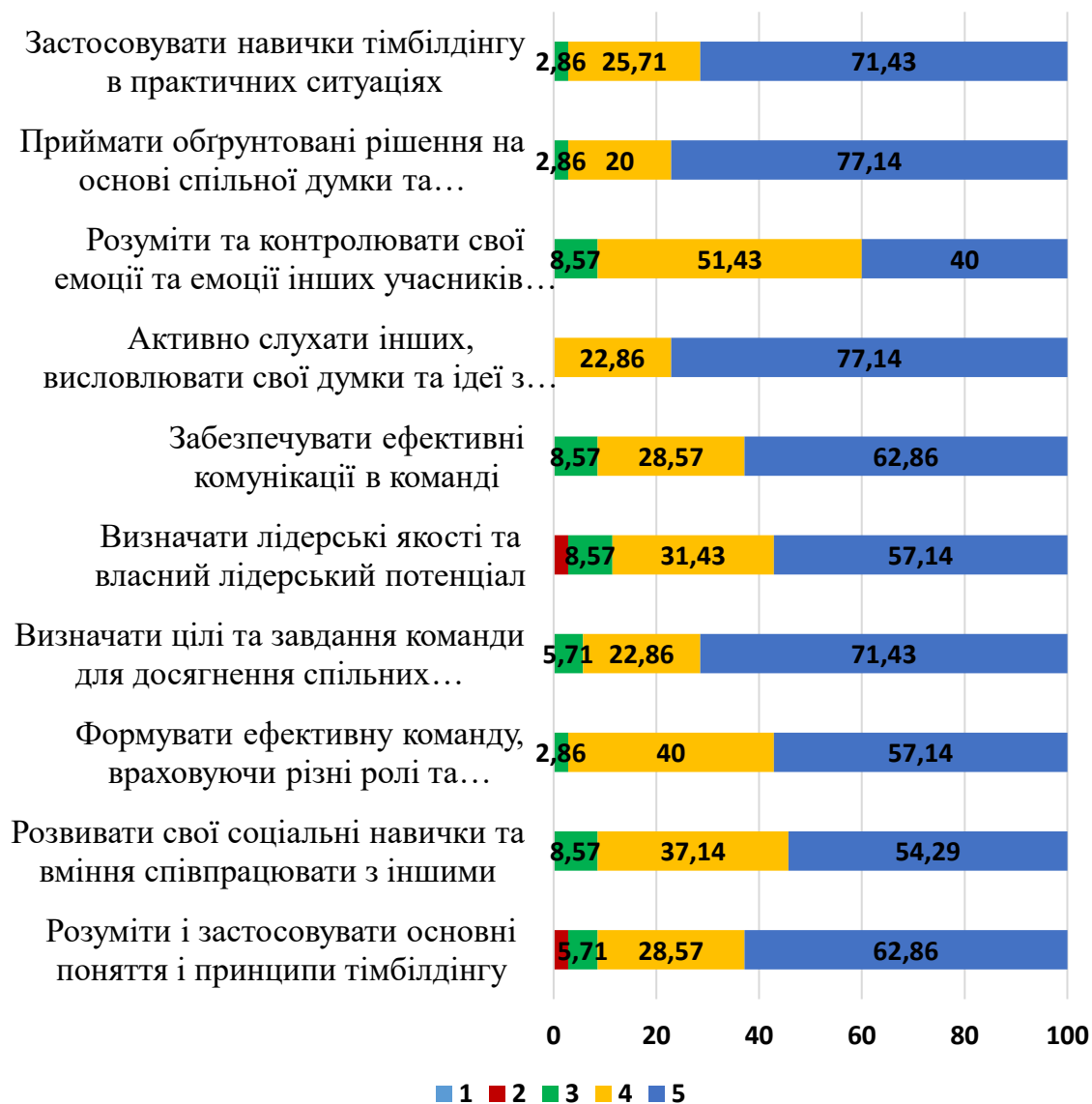


Рис. 3. Оцінка здобувачами рівня оволодіння навичками з тімбілдінгу

Також анкета містила відкрите питання стосовно того, що сподобалося і не сподобалося здобувачам при викладанні ОК «Тімбілдінг». Узагальнені результати представлені у таблиці.

У процесі анкетування, здобувачі назвали теми, які їм найбільше запам'ятались і сподобались (наприклад, командоутворення, емоційний інтелект, комунікації та лідерство у команді, вирішення проблем). Також частими були відповіді, що всі теми сподобались, всі теми по своєму цікаві.

За даними анкетування встановлено, що всі 100 % здобувачів порадять іншим здобувачам вивчати ОК «Тімбілдінг» на кафедрі фармацевтичного менеджменту та маркетингу, а 94,3 % опитаних бажають продовжити вивчення вибіркового ОК, які пропонує кафедра фармацевтичного менеджменту та маркетингу на старших курсах.

Позитивні та негативні аспекти при викладанні ОК «Тімбілдінг»

Що сподобалось?	Що не сподобалось?
<ul style="list-style-type: none">✓ Все дуже сподобалось.✓ Робота в командах, групові завдання.✓ Цікаві завдання, командні ігри, велика різноманітність завдань, тести.✓ Співпраця з однокурсниками.✓ Методика і цікавий формати викладання, інтерактивність.✓ Чудова та дружня атмосфера на заняттях.✓ Дуже сподобався викладач та його підхід до кожного здобувача.✓ Доступність та ясність викладання.✓ Дружний колектив і ставлення до кожної людини з розумінням.✓ Нові цікаві та корисні знання.	<ul style="list-style-type: none">✓ Нічого, все сподобалось.✓ Не має відповіді на це питання.✓ Онлайн навчання.✓ Інколи не було бажання працювати з кимось в одній групі.✓ Деякі завдання важко робити в онлайн форматі.✓ Це чудовий предмет, тут не може щось не подобатись.

Висновки. Отже, впровадження ОК «Тімбілдінг» в освітню програму «Фармація» для здобувачів вищої освіти першого курсу спеціальності «226 Фармація, промислова фармація» обумовлено сучасними вимогами до фахівців на ринку праці та сприяє всебічному розвитку і підготовці здобувачів до майбутніх викликів у професійному і особистому житті. Використання сучасних інтерактивних методів навчання, засобів візуалізації, елементів проблемного навчання дозволило організувати викладання ОК на кафедрі фармацевтичного менеджменту та маркетингу на високому методичному рівні в умовах онлайн формату здобуття освіти. За результатами анкетування здобувачів вищої освіти встановлено, що здобувачі задоволені якістю викладання, змістовністю та результативністю ОК «Тімбілдінг», про що свідчать високі оцінки рівня оволодіння практичними навичками та позитивні відгуки.

Список використаних джерел:

1. Долженков О. О., Сакалюк О. О. Командоутворення як метод управління колективом у закладі освіти. *Теорія і методика управління освітою*. 2019. Вип. 10. С.171–176.
2. Інструменти командоутворення. Кифяк В. [та ін.]. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т імені Юрія Федьковича, 2022. 165 с.
3. Кучеренко А. Тімбілдінг як інноваційний метод ефективного розвитку колективу. *Психологія*. 2022. № 1 (92). С. 98–104.
4. Малий В. В., Пестун І. В., Рогуля О. Ю., Жадько С. В., Бабічева Г. С., Шуванова О. В. Практичні аспекти компетентнісного підходу до викладання

вибіркових освітніх компонентів на кафедрі фармацевтичного менеджменту та маркетингу Національного фармацевтичного університету. *Тенденції розвитку фармацевтичної освіти в нових реаліях* : матер. Всеукраїнської наук.-практ. конф., м. Житомир, 30 листопада 2023 року. С. 84–100.

SUMMARY

The relevance of studying team building by students of higher education is due to the growing role of communication skills, the need to develop mutual understanding and improve the effectiveness of cooperation in educational and professional spheres of activity. Taking into account the importance of soft skills for revealing the potential of higher education seekers, it is the knowledge of team building that contributes to the improvement of interaction and communication between members of a group or team, formation of constructive communication skills in a team, etc.

Purpose of this work is to highlight the peculiarities of the teaching methodology of the selective educational component «Team Building» at the Department of Pharmaceutical Management and Marketing in the online education conditions.

Teaching of the educational component «Team Building» at the department was started in 2023-2024, the methodological basis of which was the developed educational and methodological complex and use modern interactive teaching methods, visualization tools, elements of problem-based learning during the educational process. The success of teaching is evidenced by the high level of assessment of learning outcomes, mastery of competencies in the field of team building and development by higher education applicants in the first year, and their positive feedback. Based on the results of the survey, it was established that the higher education applicants are satisfied with the quality of teaching, content and effectiveness of the educational component «Team Building».

Keywords: team building, team building skills, soft skills, higher education students, department of pharmaceutical management and marketing, online training.

УДК 615.1:339.1:316:61

ВИВЧЕННЯ СКЛАДОВИХ ІМІДЖУ АПТЕЧНИХ МЕРЕЖ НА ОСНОВІ ОПИТУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

Малий В. В., Жадько С. В., Бабічева Г. С., Мкртічян Д. А.

Національний фармацевтичний університет, Україна

svzhadkopharm@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Важливим маркетинговим завданням аптечних мереж є формування іміджу, що відповідає запитам і цінностям цільової аудиторії. Метою роботи є вивчення складових іміджу аптечних мереж на основі опитування споживачів.

Встановлено, що імідж аптеки є важливим для значної частки споживачів, аптека