ГЕЙМІФІКОВАНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ У ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ НА ЗАНЯТТЯХ З ДИСЦИПЛІНИ «ІНОЗЕМНА МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ»

GAMIFIED APPROACH TO THE FORMATION OF BUSINESS COMMUNICATION CULTURE IN HIGHER EDUCATION STUDENTS IN THE DISCIPLINE "FOREIGN LANGUAGE FOR PROFESSIONAL PURPOSES"

УДК 81'243:378.147
DOI https://doi.org/10.32782/2663-6085/2025/79.1.9

Долженко М.В.,
канд. пед. наук,
доцент кафедри іноземних мов
Університету імені Альфреда Нобеля

Стаття присвячена одній з актуальних проблем формування культури ділового спілкування, що є критично важливим завданням для ЗВО. У статті досліджується проблема пошуку ефективних методів та підходів, які б забезпечили формування у здобувачів вищої освіти необхідних комунікативних навичок для успішного ділового спілкування в міжкультурному просторі, підвищили їхню мотивацію та залученість до навчального процесу саме на заняттях з дисципліни «Іноземна мова професійного спрямування». Зазначається також, що традиційні методи викладання іноземних мов часто виявляються недостатніми для формування практичних комунікативних навичок, необхідних для успішної ділової взаємодії і гейміфікація розглядається як потенційно ефективний інструмент для досягнення поставлених цілей. Проаналізовано вже існуючи освітні сервіси, що використовують гейміфікований підхід для освіти. Проведений аналіз вітчизняної та зарубіжної науково-методичної літератури довів переваги такого підходу саме під час вивчення іноземної мови і зокрема дисципліни «Іноземна мова професійного спілкування», як технології в навчальному процесі для формування культури ділового спілкування у здобувачів вищої освіти. Розглянуто такі поняття, як «гейміфікований підхід» та «культура ділового спілкування». Визначено основні аспекти впливу гейміфікації на мотивацію, залученість та успішність здобувачів вищої освіти у вивченні іноземних мов, а також на покращення якості викладання та створення сприятливих умов навчання у закладах вищої освіти. Вказані основні переваги гейміфікованого підходу до формування культури ділового спілкування. В статті доведено актуальність та доцільність «колаборації традиційних та інноваційних методів навчання іноземних мов у сучасній освітній парадигмі», а також наведено приклади практичного застосування гейміфікації на заняттях з іноземної мови професійного спрямування, зокрема рольові ігри, симуляції, квести та вікторини, проведення конкурсу з розв'язання бізнес-кейсів англійською мовою, який сприяє розвитку ключових навичок ділового спілкування. У висновках зазначається, що гейміфікація є ефективним інструментом формування культури ділового спілкування у здобувачів вищої освіти, який дозволяє їм активно практикувати свої навички та отримувати цінний досвід та пропонується збагачувати навчальний процес різноманітними гейміфікованими завданнями для підвищення мотивації та зацікавленості здобувачів, а також наголошується, що у майбутніх дослідженнях доцільно зосередитися на аналізі того, як різні види гейміфікованого підходу у навчанні впливають на розвиток конкретних аспектів культури ділового спілкування.

Ключові слова: *формування культури ділового спілкування, гейміфікований підхід, іноземна мова професійного спілкування, здобувачі вищої освіти, традиційні та інноваційні методи навчання.*

The article is devoted to one of the topical problems of forming a culture of business communication, which is a critical task for higher education institutions. The article explores the problem of finding effective methods and approaches that would ensure the formation of higher education students' necessary communication skills for successful business communication in an intercultural space, increase their motivation and engagement in the educational process, particularly in the classroom of the discipline "Foreign Language for Professional Purposes". It is also noted that traditional methods of teaching foreign languages are often insufficient to form practical communication skills necessary for successful business interaction, and gamification is considered as a potentially effective tool to achieve these goals. The existing educational services that use a gamified approach to education have been analyzed. The analysis of domestic and foreign scientific and methodological literature has proved the advantages of this approach precisely during the study of a foreign language, and in particular the discipline "Foreign Language for Professional Communication", as a technology in the educational process for the formation of a culture of business communication among higher education students. The concepts of "gamified approach" and "culture of business communication" are considered. The basic aspects of the impact of gamification on the motivation, engagement and success of higher education students in learning foreign languages, as well as on improving the quality of teaching and creating favorable learning conditions in higher education institutions are defined. The main advantages of the gamified approach to the formation of a culture of business communication are indicated. The article proves the relevance and expediency of "collaboration of traditional and innovative methods of teaching foreign languages in the modern educational paradigm", and also provides examples of the practical application of gamification in foreign language classes for professional purposes, in particular role-playing games, simulations, quests and quizzes, conducting a competition in solving business cases in English, which contributes to the development of key business communication skills. In the conclusions, it is noted that gamification is an effective tool for forming a culture of business communication among higher education students, which allows them to actively practice their skills and gain valuable experience, and it is proposed to enrich the educational process with various gamified tasks to increase students' motivation and interest, and it is also emphasized that in future research it is advisable to focus on the analysis of how different types of gamified approach in learning affect the development of specific aspects of the culture of business communication.

Key words: *formation of a culture of business communication, gamified approach, foreign language for professional purposes, higher education students, traditional and innovative teaching methods.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасному світі, що швидко глобалізується, успішна професійна діяльність все більше залежить від здатності фахівців ефективно комунікувати в міжкультурному середовищі. Це особливо актуально для випускників вищих навчальних закладів, які повинні бути готові до роботи в міжнародних компаніях, ведення переговорів з іноземними партнерами, участь у міжнародних проектах тощо. Таким чином, формування культури ділового спілкування, що включає знання етикету, стратегій ведення переговорів, презентаційних навичок та вміння вирішувати конфліктні ситуації в діловому контексті є критично важливим завданням вищої освіти.

Традиційні методи викладання іноземних мов, хоча й забезпечують певний рівень знань граматики та лексики, часто виявляються недостатніми для формування практичних комунікативних навичок, необхідних для успішної ділової взаємодії. Здобувачі вищої освіти часто відчувають брак мотивації та залученості до процесу навчання, що негативно впливає на результати.

Отже, проблема полягає у пошуку ефективних методів та підходів, які б забезпечили формування у здобувачів вищої освіти необхідних комунікативних навичок для успішного ділового спілкування в міжкультурному контексті, підвищили їхню мотивацію та залученість до навчального процесу. Вирішення цієї проблеми має важливе значення як для розвитку педагогічної науки, так і для практичної підготовки конкурентоспроможних фахівців, здатних успішно діяти в умовах глобалізованого світу. Застосування гейміфікації в даному контексті розглядається як потенційно ефективний інструмент для досягнення поставлених цілей. На думку K. Kapp, термін «гейміфікація» пояснюється як використання гри на основі механіки, естетики та ігрового мислення, щоб залучити людей, мотивувати дії, сприяти навчанню та вирішенню проблем [4, с. 89].

Гейміфікація в освіті – це процес поширення гри на різні сфери освіти, який дозволяє розглядати гру і як метод навчання, і як форму виховної роботи, і як засіб організації цілісного освітнього процесу [1, с. 238].

І коли звертаємося до питання пошуку ефективних методів та підходів формування культури ділового спілкування у здобувачів вищої освіти для успішного в майбутньому діловому спілкуванні в міжкультурному контексті, то ми вважаємо, що дуже ефективним є саме використання різних методів гейміфікації у формуванні комунікативних навичок під час вивчення дисципліни «Іноземна мова професійного спрямування».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Мотиваційну складову гейміфікації вивчав Yu-kai Chou [5]. Janaki Mythily Kumar та Mario Herger докладно розглянули етапи створення гейміфікованої системи [3, с. 58].

Реалізувати елементи гейміфікації в навчальному процесі можна за допомогою освітніх сервісів, які збільшуються з кожним роком.

Існує велика кількість сервісів, що використовують гейміфікацію для освіти, наприклад:

– Alice (https://www.alice.org/);

– Scratch (https://scratch.mit.edu/) – середовища для вивчення основ алгоритмізації та програмування у ігровій формі;

– CodeSchool (http://codeschool.uzhnu.edu.ua/) – сервіс навчання програмуванню з елементами гейміфікації;

– Spongelab (https://www.spongelab.com/landing/) – платформа для персоналізованої наукової освіти;

– Quizlet (https://quizlet.com/) – цікавий і ефективний спосіб вивчення англійської мови;

– Kahoot! (https://kahoot.com/) – безкоштовний онлайн-сервіс для створення інтерактивних навчальних ігор;

– Quizizz (https://quizizz.com/) та багато інших [1, с. 238].

Проведений аналіз вітчизняної та зарубіжної науково-методичної літератури показав, що дослідженням ідеї гейміфікації в навчальному процесі присвячено достатньо велика увага та доведено переваги такого підходу саме під час вивчення іноземної мови. Праці Kapp K.M., Deterding S., Hunicke R., LeBlanc M., Zubek R., McGonigal J., Werbach K., Hunter D., які є основоположними в галузі гейміфікації та досліджують її теоретичні та практичні аспекти, розглядають різні моделі гейміфікації, ігрові механіки та їхній вплив на навчальний процес. Тож, вивчивши досвід вітчизняних науковців та праці дослідників інших країн ми вважаємо абсолютно перспективним реалізувати елементи гейміфікації як технології в навчальному процесі для формування культури ділового спілкування у здобувачів вищої освіти на заняттях з дисципліни «Іноземна мова професійного спрямування».

Загальну теорію культури ділового спілкування у своїх комплексних працях розглядають такі науковці, як Ю. Козак, О. Кондратенко, В. Ковалевський, В. Осипова, І. Сайтарли та інші. Праці С. Бичко, О. Коваленко, С. Сисоєвої, які досліджують формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців різних спеціальностей, часто акцентують увагу на інтерактивних методах навчання та розвитку навичок міжкультурної взаємодії. В дослідженнях цієї галузі розглядаються різні підходи та методи розвитку комунікативних навичок, зокрема в контексті професійної підготовки та фокусуються на методиках та підходах до навчання іноземної мови з урахуванням професійних потреб здобувачів вищої освіти.

І найважливішим з цього аспекту дослідження, на нашу думку, є ідея, яку ми підтримуємо і впроваджуємо в повсякденній практиці під час навчання іноземній мові – це трактування вирішення проблеми ефективного та результативного залучення набутого іншомовного вміння та навичок у виконанні професійної комунікативної діяльності Крюкової Ю. Д., яка в своїй статті «Інновація vs традиція чи діалектичний синтез протилежностей (на прикладі викладання іноземних мов студентам нелінгвістичних спеціальностей у ЗВО)» зосереджує увагу на своєрідній колаборації традиційних та інноваційних методів навчання іноземних мов у сучасній освітній парадигмі, в якій дуже яскраво доведено, що «за останні десятиліття з'явилася/-ться численна кількість різноманітних інноваційних рішень щодо покращення рецептивних, продуктивних навичок, ефективності засвоєння матеріалу, враховування віку, рівня володіння мовою, особливостей пам'яті, типу особистості, індивідуальних рис здобувачів при засвоєнні іншомовного контенту. Проте все ще існують традиційні підходи, котрі лишаються незмінними крізь століття та які перманентно мігрують із однієї сучасної методики в іншу, формуючи своєрідний ґрунт, фрейм, основу, фундамент, куди й закладаються ті чи інші зерна інновації» [2, с. 150].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Хоча існує багато досліджень про гейміфікацію в освіті загалом та про формування комунікативних навичок, бракує робіт, які б фокусувалися саме на розвитку культури ділового спілкування (етикеті, стратегії переговорів, конфлікт-менеджменті) за допомогою гейміфікації саме на заняттях з іноземної мови професійного спрямування. Більшість досліджень зосереджені на загальних комунікативних навичках або на вивченні лексики та граматики.

Вивчаючи досвід науковців, які присвятили свої дослідження саме проблемам гейміфікованому підходу до вивчення іноземних мов, треба зазначити, що все ще недостатньо розроблений інструментарій для вимірювання впливу гейміфікації на такі аспекти, як знання ділового етикету країн, мова яких вивчається та вміння вести переговори іноземною мовою, здатність вирішувати конфлікти в міжкультурному контексті.

Треба зазначити, що існують різні види ігрових механік та елементів (бали, бейджи, рівні, змагання, рольові ігри, симуляції). Недостатньо досліджений вплив конкретних типів гейміфікації на формування окремих компонентів культури ділового спілкування. Наприклад, чи ефективніші рольові ігри для розвитку навичок ведення переговорів, а вікторини – для засвоєння ділового етикету?

Культура ділового спілкування також залежить від специфіки конкретної професійної галузі. Тому потрібно дослідити, як адаптувати ігрові механіки та контент до різних культурних контекстів, щоб уникнути непорозумінь та забезпечити ефективне навчання. І ще одним важливим аспектом цієї проблеми є те, що більшість досліджень оцінюють короткостроковий ефект від застосування гейміфікації. Тож перспективним у майбутньому вважаємо потребу у дослідженні збереження сформованих навичок з часом та як гейміфікація впливає на подальшу професійну діяльність випускників вищих навчальних закладів.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є розглянути існуючий в освітній практиці механізм трактування складових таких понять, як «гейміфікований підхід» та «культура ділового спілкування»; проаналізувати вплив гейміфікації на мотивацію, залученість та успішність здобувачів вищої освіти у вивченні іноземних мов, а також на покращення якості викладання іноземних мов та створення сприятливих умов навчання у закладах вищої освіти; обґрунтувати ефективність застосування гейміфікованого підходу для формування культури ділового спілкування у здобувачів та поділитись власним досвідом практичного впровадження гейміфікації на заняттях з дисципліни «Іноземна мова професійного спрямування».

Виклад основного матеріалу дослідження. В освітній практиці поняття «***гейміфікація***» часто трактується досить широко, що призводить до різноманітних інтерпретацій. Ми переконані, що важливо розрізняти головні три аспекти, а саме такі як:

– **створення ігрового досвіду,** яке передбачає не просто додавання окремих ігрових елементів, а створення цілісного ігрового середовища, де навчання відбувається через активну участь, дослідження, вирішення проблем та досягнення цілей;

– **використання ігрових елементів в неігровому контексті,** яке передбачає застосування таких елементів, як бали (нарахування балів за виконання завдань, активність на заняттях, досягнення певних результатів), бейджи (вручення віртуальних або реальних бейджів, сертифікатів, дипломів за досягнення певних успіхів), таблиці лідерів (створення рейтингів здобувачів вищої освіти на основі їхніх досягнень, що стимулює змагання та підвищує мотивацію), рівні, завдання, змагання, винагороди, сюжетні лінії (розробка навчальних завдань у формі ігрових сценаріїв або квестів, де вони повинні виконувати різні завдання для досягнення певної мети, а також створення ситуацій, що імітують реальні професійні ситуації, де здобувачі можуть практикувати свої навички в безпечному середовищі), тощо;

– **використання ігор в навчальних цілях (Game-Based Learning)** для досягнення навчальних цілей.

До складових поняття «***культура ділового спілкування***» в науково-методичній літературі зазвичай включають:

– **діловий етикет –** знання та дотримання правил поведінки, спілкування та зовнішнього вигляду в діловому контексті (форми звертання, вітання, представлення, ведення переписки, поведінка на зустрічах та переговорах);

– **комунікативні навички –** вміння ефективно спілкуватися усно та письмово, слухати, вести переговори, презентувати інформацію, аргументувати свою позицію, вирішувати конфлікти;

– **міжкультурну комунікацію –** знання особливостей ділової комунікації в різних культурах, вміння враховувати культурні відмінності та адаптуватися до різних комунікативних стилів;

– **професійну етику –** дотримання професійних стандартів та норм поведінки, відповідальність, чесність, конфіденційність.

Зазначимо, що формування культури ділового спілкування традиційно здійснюється за допомогою теоретичного ознайомлення з основами ділового етикету, комунікації та міжкультурної взаємодії під час лекційних занять та семінарів, а відпрацювання практичних навичок ділового спілкування через рольові ігри, симуляції, кейс-стаді, дискусії здійснюється саме під час практичних занять, коли розглядаються та аналізуються конкретні приклади з практики ділового спілкування. Гарним варіантом надбання практичних знань здобувачами вищої освіти є запрошення практиків на заняття або проведення он-лайн зустрічей з представниками бізнесу, які діляться своїм досвідом та знаннями.

Нашою метою є довести, що гейміфікація може бути ефективно використана для формування культури ділового спілкування, оскільки вона дозволяє створити інтерактивне та захопливе навчальне середовище, де здобувачі вищої освіти можуть практикувати свої навички ведення переговорів, презентацій, вирішення конфліктів, дотримуючись правил ділового етикету.

Важливо зазначити, що ефективне застосування гейміфікації вимагає ретельного планування та розробки навчальних матеріалів, враховуючи специфіку аудиторії, навчальні цілі та контекст. Серед переваг гейміфікованого підходу до формування культури ділового спілкування можна віднести основні п'ять аспектів, а саме:

– **підвищення мотивації та залученості** (ігрова форма навчання сприяє підвищенню інтересу здобувачів вищої освіти до вивчення іноземної мови професійного спрямування, оскільки гра є природним та цікавим для людини способом пізнання світу і саме гейміфікація створює позитивну емоційну атмосферу на заняттях, що сприяє кращому засвоєнню матеріалу та активній участі у навчальному процесі);

– **розвиток практичних комунікативних навичок** (гейміфіковані завдання, такі як рольові ігри, бізнес-симуляції, дебати та презентації, дозволяють здобувачам практикувати свої комунікативні навички в умовах, наближених до реальних, вони вчаться ефективно спілкуватися в різних ділових ситуаціях, таких як проведення переговорів, презентація проектів, спілкування з клієнтами та партнерами);

– **формування міжкультурної компетентності** (на заняттях з іноземної мови професійного спрямування гейміфікація сприяє розвитку міжкультурної компетентності здобувачів вищої освіти, оскільки ігрові ситуації часто моделюють міжкультурні взаємодії і вини вчаться розуміти та поважати культурні відмінності, адаптуватися до різних культурних контекстів та ефективно спілкуватися з уявними «представниками інших культур»);

– **розвиток критичного мислення та креативності** (ігрова форма навчання сприяє розвитку критичного мислення, вмінню знаходити нестандартні рішення та адаптуватися до змінних умов);

– **зміцнення командного духу та співпраці** (багато гейміфікованих завдань передбачають роботу в команді, що сприяє розвитку навичок співпраці, взаємодопомоги та підтримки, а також надають досвід у вірному розподілі ролей та відповідальності під час досягнення спільної мети).

Далі нам хотілось би поділитись власним досвідом практичного застосування гейміфікації на заняттях з іноземної мови професійного спрямування. На фоні існування великої кількості онлайн-платформ та мобільних додатків, які пропонують інтерактивні ігри та завдання для вивчення іноземних мов як для побутової сфери (communication skills for everyday life) та загальної англійської (General English), так і виключно для професійної галузі, яка, в свою чергу, окрім знань загальної англійської потребує вивчення фахової лексики (Professionally-oriented English), для урізноманітнення навчального процесу та підвищення зацікавленості здобувачів вищої освіти до навчання, викладач має використовувати всі можливі ресурси. Спочатку наведемо приклади традиційного застосування гейміфікації на заняттях з іноземної мови професійного спрямування викладачами кафедри іноземних мов Університету імені Альфреда Нобеля:

– **рольова гра «Ділові переговори»** під час якої здобувачі вищої освіти отримують ролі представників різних компаній та повинні провести переговори, наприклад, щодо укладання угоди з іноземною компанією і викладач використовує елементи змагання (оцінює досягнення домовленостей) та винагороди (бонусні бали за успішну комунікацію);

– **симуляція «Презентація проекту»** – це коли здобувачі готують та презентують проекти

перед «інвесторами» (іншими одногрупниками або запрошеними експертами). Викладач оцінює якість презентації, яка представлена англійською мовою, вміння відповідати на запитання та переконувати аудиторію;

− **квест «Міжнародна конференція»** передбачає виконання завдань, пов'язаних з підготовкою та участю, наприклад, в міжнародній конференції. Викладач пропонує такі завдання, як написання листів, реєстрація, підготовка доповіді, участь у дискусіях, тощо. За успішне виконання завдань «учасники конференції» отримують бали та, зазвичай, просуваються по рівнях;

− **вікторина «Культура ділового спілкування» –** це такий вид вікторини, коли питання охоплюють різні аспекти ділового етикету як рідної країни, так і специфічні особливості інших культур, з якими доводиться контактувати. Зазвичай вона включає в себе знання про форми вітань та прощань в різних культурах, правила представлення, використання титулів та звертань, особливості візитівок, дрес-код (як одягатися відповідно до ситуації та культурних норм), правила поведінки за столом, ведення переговорів, телефонний етикет, ділове листування, подарунки, міміку та жести, культурні табу та особливості національного характеру.

Цікавою практикою є також проведення викладачами нашої кафедри **конкурсу з розв'язання бізнес-кейсів англійською мовою**, який вже став традиційним поза аудиторним заходом в Університеті імені Альфреда Нобеля. Цей конкурс дає змогу перевірити здібності здобувачів вищої освіти в англомовній комунікації, командній роботі, знання бізнес-концепцій, креативність, вміння відстоювати свою позицію, аргументувати й ефективно просувати свої ідеї. Цього навчального року змагались п'ять команд, серед яких були здобувачі другого, третього та четвертого курсів спеціальностей «Міжнародні економічні відносини», «Маркетинг», «Менеджмент» і «Туризм». В новинах на сайті університету також можемо прочитати цілком позитивний відгук про те, що «кейс-батл став справжнім майданчиком для розкриття талантів й обміну ідеями. Виступи були переконливими й професійними, а підходи до вирішення проблеми – оригінальними». Команди посіли призові перше, друге та третє місця, а також були номіновані за такими категоріями, як «Strategic Thinking», «Creative Problem Solving», «Outstanding Presentation Skills», «Adaptability & Flexibility» та «Collaboration Excellence». Звісно, що проведення таких заходів сприяє формуванню культури ділового спілкування, оскільки вони створюють інтерактивне та захопливе навчальне середовище, а ще й святковий настрій та позитивні емоції від передчуття отримання нагороди переможця. Але треба розуміти, що блискучі виступи здобувачів на конкурсі – це результат кропіткої роботи викладачів, які під час проведення занять з дисциплін «Іноземна мова», «Ділова іноземна мова» та «Іноземна мова професійного спрямування», використовуючи всі можливі ресурси: методи навчання іноземній мові (Grammar-Translation Method, Audio-lingual Method, Direct Method, Test-Teach-Test, Task-based learning, Content and Language Integrated Learning (CLIL) – метод, який є чудовим помічником під час вивчення іншої галузі знань, а англійська є своєрідним інструментом – «іноземною мовою професійного спрямування»), прийоми та підходи (Communicative Approach, Lexical Approach, STEM-education, Gamified Approach).

Висновки і подальші перспективи в цьому напрямку. Із нашого дослідження можемо зробити висновки, що гейміфікація є ефективним інструментом формування культури ділового спілкування у здобувачів вищої освіти, який дозволяє їм активно практикувати свої навички та отримувати цінний досвід на заняттях з дисципліни «Іноземна мова професійного спрямування». В нашій статті ми запропонували практичні рекомендації щодо ефективного використання гейміфікованого підходу до формування культури ділового спілкування у здобувачів, враховуючи специфіку аудиторії та навчальні цілі. Ми пропонуємо збагачувати навчальний процес різноманітними гейміфікованими завданнями для підвищення мотивації навчання та зацікавленості здобувачів вищої освіти, яких ми маємо переконати, що володіння культурою ділового спілкування сприяє покращенню ефективності міжнародних бізнес-комунікацій, підвищує їх конкурентоспроможність на ринку праці, забезпечуючи необхідними навичками для успішної роботи в міжнародних компаніях. Ми також вважаємо, що подальші дослідження в цьому напрямку можуть бути спрямовані на вивчення впливу різних видів гейміфікації на формування окремих компонентів культури ділового спілкування, а також на розробку та апробацію нових гейміфікованих навчальних матеріалів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Долженко М.В., Волобуєва П.С. Використання принципів гейміфікації під час виховання культури ділового спілкування на заняттях з ділової іноземної мови. **«**Теорія і практика професійного становлення фахівця в інноваційному соціокультурному просторі»: матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції науково-педагогічних, педагогічних працівників і молодих учених, Дніпро, 5–6 квітня 2023 р. [Електронне видання]. Дніпро: Університет ім. Альфреда Нобеля, 2023. 285 с. С. 237–241. https://ir.duan.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d6081a08-0870-42a4-98f9-64e165f8e9d3/content

2. Крюкова Ю.Д. Інновація vs традиція чи діалектичний синтез протилежностей (на прикладі викладання іноземних мов студентам нелінгвістичних

спеціальностей у ЗВО). Науковий журнал Причорноморського науково-дослідницького інституту економіки та інновацій «Інноваційна педагогіка», 2024. Випуск 75. С. 148–153. DOI https://doi.org/10.32782/2663-6085/2024/75.28

3. Janaki K., Mario H. Gamification at work: designing engaging business software. Springer, 2013. 168 p.

4. Kapp K.M. The Gamification of Learning and Instruction: CaseBased Methods and Strategies for Training and Education. New York: Pfieffer: An Imprint of John Wiley&Sons, 2012. 215 p.

5. Yu-kai Chou. Gamification & Behavioral Design. URL: http://yukaichou.com/gamification-examples/octalysis-completegamification-framework/ (accessed date: 20.03.2023).