

**Student journey map
как инструмент формирования компетенций
при подготовке будущих менеджеров**
**SJM as a tool for developing competences
in training future managers**

Авторы статьи

Макарова Вера Владимировна,
кандидат педагогических наук, доцент кафедры экономики и управления филиала ФГБОУ ВО «Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана», г. Мытищи, Российская Федерация
makarovavera93@mail.ru
ORCID: 0009-0001-2606-2256

Сергеева Марина Георгиевна,
доктор педагогических наук, профессор кафедры социальной педагогики Института иностранных языков ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», г. Москва, Российская Федерация
sergeeva198262@mail.ru
ORCID: 0000-0001-8365-6088

Authors of the article

Vera V. Makarova,
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Department of Economics and Management, branch of Bauman Moscow State Technical University, Mytishchi, Russian Federation
makarovavera93@mail.ru
ORCID: 0009-0001-2606-2256

Marina G. Sergeeva,
Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Department of Social Pedagogy, Institute of Foreign Languages, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russian Federation
sergeeva198262@mail.ru
ORCID: 0000-0001-8365-6088

Конфликт интересов

Конфликт интересов не указан

Conflict of interest statement

Conflict of interest is not declared

Для цитирования

Макарова В. В., Сергеева М. Г. Student journey map как инструмент формирования компетенций при подготовке будущих менеджеров // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2024. – № 10. – С. 336–348. – URL: <https://e-koncept.ru/2024/241173.htm> – DOI: 10.24412/2304-120X-2024-11173

For citation

V. V. Makarova, M. G. Sergeeva, SJM as a tool for developing competencies in training future managers // Scientific-methodological electronic journal "Koncept". – 2024. – No. 10. – P. 336–348. – URL: <https://e-koncept.ru/2024/241173.htm> – DOI: 10.24412/2304-120X-2024-11173

Поступила в редакцию <i>Received</i>	08.09.24	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	13.10.24
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	13.10.24	Опубликована <i>Published</i>	31.10.24



Аннотация

Современные положения системы высшего образования обусловлены трансформирующимися требованиями рынка труда. В соответствии с этим появляются новые, более гибкие методы обучения, которые учитывают потребности не только бизнеса, но и индивидуальные потребности студентов. Инструменты и методы заимствуются из других сфер применения. Так, из маркетинга в образование пришел инструмент *journey map*, который направлен на изучение учебного опыта и потребностей студента. Изучение образовательного пути студента отражает компетентностный подход, сутью которого является нацеленность на профессиональные и личностные способности. Цель статьи – определение этапов разработки *student journey map* (далее – SJM) как инструмента формирования компетенций при подготовке будущих менеджеров; а также разработка SJM по дисциплине «Маркетинг». В проведенном исследовании применялись теоретические и эмпирические методы, такие как анализ, синтез, обобщение, полуструктурированное интервью. В результате исследования были определены основные этапы разработки SJM, к которым относятся: определение целей и задач, сбор и анализ данных, создание портрета студента, определение ключевых действий студента, определение точек взаимодействия, анализ эмоций и потребностей, визуализация. Данные этапы могут быть применены при разработке SJM в любой области образования и на любом этапе, поскольку представляют собой системный план. Проведенное полуструктурированное интервью студентов позволило составить портрет студента первого курса, основными характеристиками которого являются: минимальные знания о маркетинге, стремление получать новые знания, активное использование социальных сетей, адаптация к новой социальной среде, стремление к коллективной деятельности, адаптация к требованиям университета, высокие технологичные требования. Теоретическая значимость исследования заключается в анализе литературы отечественных и зарубежных авторов, изучающих аспекты компетентностного подхода в образовании; синтезе и обобщении изученных понятий компетентностного подхода. Практическая значимость исследования представлена определением этапов разработки SJM при подготовке будущих менеджеров.

Abstract

Modern provisions of the higher education system are conditioned by the transforming requirements of the labor market. In accordance with this, new, more flexible teaching methods appear that take into account the needs of not only business, but also the individual needs of students. Tools and methods are borrowed from other areas of application. Thus, the *journey map* tool came from marketing to education, which is aimed at studying the educational experience and needs of the student. The study of the student's educational path reflects the competence approach, the essence of which is focus on professional and personal abilities. The aim of the article is to determine the stages of developing a student *journey map* (SJM) as a tool for forming competences while training future managers; as well as the development of SJM in the discipline "Marketing". The study used theoretical and empirical methods, such as analysis, synthesis, generalization, semi-structured interview. As a result of the study, the main stages of SJM development were identified, which include: defining goals and objectives, collecting and analyzing data, creating a student portrait, defining key student actions, defining interaction points, analyzing emotions and needs, visualization. These stages can be applied when developing SJM in any area of education and at any stage, since they represent a system plan. The conducted semi-structured interview of students allowed us to create a portrait of a first-year student, whose main characteristics are: minimal knowledge of marketing, desire to gain new knowledge, active use of social networks, adaptation to a new social environment, desire for teamwork, adaptation to university requirements, high technological requirements. The theoretical significance of the study lies in the analysis of the literature of domestic and foreign authors studying the aspects of the competence-based approach in education; synthesis and generalization of the studied concepts of the competence-based approach. The practical significance of the study is represented by the definition of the stages of SJM development in the preparation of future managers.

Ключевые слова

student *journey map*, компетентностный подход, высшее образование, будущие менеджеры

Key words

SJM, competence-based approach, higher education, future managers

Благодарности

Публикация подготовлена в рамках НИР № 071720-0-000 «Психонейролингвистика в приложении к методике интенсификации процесса обучения иностранным языкам на основе междисциплинарных знаний».

Acknowledgements

The publication was prepared within the framework of research work No. 071720-0-000 "Psychoneurolinguistics as applied to methods for intensifying the process of teaching foreign languages based on interdisciplinary knowledge".

Введение / Introduction

Современные требования к молодым специалистам на рынке труда определяются технологическим развитием и цифровой трансформацией. Ключевые профессиональные навыки ориентированы на способность адаптироваться к быстрым изменениям. Во всех сферах деятельности важны мобильность и гибкость, однако чаще всего с этой задачей сталкиваются менеджеры разных уровней, которым необходимо не только самим подстраиваться под изменения, но и эффективно координировать работу своих сотрудников в условиях динамичной среды. Кроме адаптивности и гиб-

кости, как отмечает Г. А. Саймагамбетова, среди современных компетенций менеджеров важны технологическая грамотность, умение управлять командой, стрессоустойчивость и экологическая ответственность [1].

Перечисленные компетенции играют ключевую роль в профессии управленца, так как они позволяют продемонстрировать практические навыки, а не ограничиваться только теоретическими аспектами управления. В процессе подготовки управленческих кадров высшие учебные заведения все активнее применяют разнообразные инструменты и методы, такие как практические занятия, стажировки, деловые игры, квесты и симуляции.

Тем не менее возникающие проблемы требуют решений, адаптированных к современным условиям. А. С. Бугреева подчеркивает, что при формировании компетенций важно использовать электронные информационно-образовательные системы, которые позволяют участникам образовательного процесса обмениваться знаниями на протяжении всего обучения. Эти системы обладают множеством преимуществ и могут быть полезны при проведении анализа учебного опыта студентов. Административный персонал вуза и преподаватели могут использовать данные системы при проектировании и прогнозировании ключевых этапов обучения студентов, применяя полученные данные для внедрения наиболее эффективных методов и инструментов. В настоящее время существует множество современных образовательных инструментов, включая разработку образовательного пути, известного как *student journey map*, который зарекомендовал себя в онлайн- и корпоративном обучении. Поэтому важно рассмотреть значимость данного инструмента в системе высшего образования.

Обзор литературы / Literature review

Компетентностный подход к подготовке высококвалифицированных кадров по-прежнему занимает значимое место в системе образования как в государственных, так и в корпоративных университетах. Компетентностному подходу уделяли внимание многие отечественные и зарубежные исследователи на протяжении десятилетий. Д. Маклелланд в конце XX века пришел к выводу о том, что высокие интеллектуальные показатели недостаточны для эффективной работы специалиста; по его мнению, необходимо уделять внимание мотивации, которой данный специалист обладает, а также системе ценностей профессионала, которые будут являться основой при развитии компетенций [3]. Э. Ф. Зеер предполагал, что компетентностный подход позволяет ориентироваться на образовательные цели, обусловленные такими векторами, как самоопределение, социализация и развитие индивидуальности [4]. А. С. Родиков указывает на то, что компетентностный подход неразрывно связан с формированием ценностных установок, которые определяют область деятельности будущего специалиста и формируют профессиональные качества [5]. Г. И. Ибрагимов рассматривает профессиональную компетентность как совокупность трех элементов, таких как совершенствующееся знание, адаптирующийся метод и критическое мышление [6]. И. П. Мединцева определяет образовательную компетенцию как комплекс знаний, умений и навыков, подкрепленных практическим учебным опытом, направленных на конкретную сферу применения, используемых с целью повышения эффективности профессиональной деятельности [7]. Как отмечает Р. Х. Джураев, проектирование образовательного процесса при компетентностном подходе направлено на конечный результат, которым является сформированное знание [8].

Компетентностный подход применяется не только в образовании, также такой подход нашел применение в различных бизнес-ситуациях, а именно в сфере управления персоналом. О. Л. Чуланова описывает цель компетентностного подхода в HR-практике с точки зрения модели компетенций, отвечающей требованиям специалистов и организации, в которой они работают [9]. Модель компетенций включает в себя не только профессиональные навыки, но и личные качества сотрудников. В условиях корпоративного обучения компетентностный подход также применяется довольно широко. Помимо создания моделей компетенций, производится оценка персонала и выявляются слабые и сильные стороны каждого сотрудника, что в дальнейшем используется для проведения обучения, направленного на формирование и развитие необходимых для компании компетенций. Г. Д. Мирошин отмечает, что модель профессиональной компетенции обладает такими характеристиками, как универсальность применения, профессионально-личностная направленность, обобщенность профессиональных качеств [10]. Таким образом, компетентностный подход воплощает в себе цели образовательной деятельности и задачи, с которыми необходимо справляться компаниям на рынке труда.

С целью определения корректных результатов образовательной деятельности будущих менеджеров необходимо проанализировать, какие управленческие компетенции востребованы на рынке труда и на каком этапе образовательного процесса данные компетенции формируются. С. В. Титова разделяет компетенции управленческого персонала на специальные и базовые [11]. К специальным относятся те профессиональные навыки, которыми должен обладать каждый менеджер. Базовые характеризуются эмоциональными, интеллектуальными и коммуникативными качествами. Л. Спенсер определял управленческую компетентность как совокупность многих кластеров [12], к которым относятся личная эффективность, креативность, коммуникативность, стремление к результату и др. Дж. Ламри в своих трудах указывает на то, что управленческие компетенции совмещают в себе «жесткие» и «мягкие» навыки, которые дополняют друг друга и позволяют потенциальному профессионалу соответствовать занимаемой должности [13]. Д. Бойл считает, что владение знанием не всегда гарантирует успешное взаимодействие с другими, а соответственно, одного знания недостаточно для получения желаемого результата [14]. Обладая экспертностью, важно уметь применять ее при взаимодействии с другими людьми, в том числе в командной работе.

В связи с тем что цифровые технологии развиваются со стремительной скоростью, требования к управленцам в различных областях также пересматриваются. Однако универсальные компетенции обязательны во всех сферах управления. К универсальным компетенциям менеджеров, по мнению С. Кордашенко, относятся стратегическое мышление, управление изменениями, эмоциональный интеллект, управление удаленными сотрудниками, организация и проведение переговоров и др. [15] В соответствии с ФГОС ВО, категории универсальных компетенций по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» включают в себя проектные навыки, командную работу, управленческую культуру и др. [16] Однако для того, чтобы все компетенции, необходимые будущим менеджерам, были сформированы, высшие учебные заведения применяют такие инструменты, как карты компетенций, или модели компетенций, в которых изложена структура соответствия необходимых компетенций изучаемым дисциплинам.

С. А. Сафонцев рассматривает модель компетенции выпускника как интегральную совокупность ключевых компетенций, позволяющих определить необходимые модели поведения будущего специалиста, которые должны быть освоены в результате изучения учебных дисциплин [17]. По мнению В. В. Цивун, модель компетенций современного менеджера должна включать в себя такие блоки, как целеполагание, стратегическая оценка, конкурентная борьба, разрешение конфликтных ситуаций [18]. Модель компетенций не просто описывает знаниевый результат, но и показывает, как этот результат может быть достигнут, через описание поэтапного формирования той или иной компетентности. Что касается карты компетенций, то данный инструмент направлен на оценку уровня владения различными компетенциями, благодаря которому можно определить сильные и слабые стороны студента. Н. В. Носырева обращает внимание на то, что карта компетенции дает возможность разработать показатели и критерии оценки результата, а также определить формы и методы контроля образовательного процесса [19]. Н. А. Дука также рассматривает карты компетенций как инструмент оценки полученных результатов [20]. Такой подход предполагает, что компетенции разбиваются на компоненты, которые можно оценить количественным и качественным методом, благодаря чему формируется вывод о владении компетентностью в целом. Карта компетенций, в отличие от модели компетенций, не включает в себя рассмотрение методов и технологий обучения, однако она наиболее точно описывает результаты образовательной деятельности. Дэви Цз Кит Нг обращает внимание на то, что при подготовке будущих менеджеров наиболее распространенные проблемы – отсутствие мотивации и сложность цифровой трансформации [21]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что модель и карта компетенций неразрывно сопровождают учебный процесс, дополняя друг друга. Однако ни один из этих инструментов не описывает сценарий формирования профессиональных компетенций, не рассматривает маршрут студента, который формируется не только в стенах высшего учебного заведения, не учитывает его личный опыт. Таким инструментом в современных условиях индивидуализации траектории обучения через цифровую среду может стать SJM, инструмент, активно применяющийся в онлайн-образовании.

SJM, или карта пути студента, представляет собой схематичный маршрут студента на протяжении всего образовательного процесса в рамках одного образовательного продукта. В. А. Егорова рассматривает данный инструмент как сценарий учебного опыта [22]. При разработке SJM учитываются проблемы, с которыми сталкивается студент. Они могут носить технический характер, психологический или когнитивный. Учебные дорожные карты, о которых писал Н. И. Пак, представляющие индивидуальные траектории обучения, являются довольно трудозатратным процессом [23], однако при разработке SJM речь идет о целевой аудитории (группе студентов) со схожими характеристиками: все сложные моменты, на которых спотыкаются студенты, можно усреднить и прописать максимально близкий маршрут для целой группы студентов. О. В. Игумнова описывает дорожные карты освоения дисциплины как набор систематических шагов по принципу «от общего к частному» [24]. Движение от стратегической цели освоения образовательного продукта к конкретным темам и заданиям позволяет изучить опыт студента и обнаружить основные этапы, а также изучить места, в которых студент чувствует себя неуверенно, теряет мотивацию или не справляется с поставленной ему задачей. Л. Аширова считает, что при обучении управленческим дисциплинам такой подход является актуальным, поскольку

функции управления являются на первый взгляд размытыми и не предполагают изучения конкретных научных областей, как в случае с инженерными специальностями [25]. В связи с этим будущие менеджеры могут сталкиваться с рядом проблем, касающимися их самоопределения, дальнейшей карьерной траектории, целеполагания.

При проектировании SJM важно проработать основные этапы обучения, которые могут быть представлены модулями, разделами, темами. По мнению Л. В. Захаровой, модульное обучение позволяет студентам развить самостоятельность, а также сделать упор на индивидуальные образовательные задачи [26]. Ю. В. Булгаков считает, что каждый этап обучения в рамках отдельной учебной дисциплины, он же модуль, должен сопровождаться конкретными целями, достижение которых отражается в результате – сформированной компетентности [27]. Также на каждом этапе необходимо прописать действия студента, какие задания он должен выполнять, в каком формате. Изучив конкретные действия, можно влиять на мотивацию студента, увеличивать вовлеченность в образовательный процесс. Н. А. Дука утверждает, что активные методы обучения в рамках образовательной деятельности положительно влияют на уровень вовлеченности студентов [28]. Изучение эмоций студентов также является неотъемлемой частью разработки SJM, поскольку именно эмоции и чувства – важный компонент мотивации и, соответственно, вовлеченности в образовательный процесс. При испытываемых трудностях студенту гораздо сложнее настроиться на продолжение и завершение обучения. В соответствии с этим проработка сложных моментов и упрощение их возможными инструкциями или путем обратной связи позволяют избежать тех рисков, из-за которых падает успеваемость в группе.

Современные зарубежные исследователи изучают проблему разработки SJM в условиях высшего образования. Так, например, Н. Аль Субхи выделяет шесть фаз путешествия студента, к которым относит информационную, базовую, консультационную, образовательную, завершающую, рефлексивную [29]. Такой подход рассматривает построение пути студента, начиная с выбора университета и заканчивая трудоустройством. А. Людвичак рассматривает построение SJM как ценность высшего образования, в создании которой участвуют сами студенты, что делает данный инструмент максимально релевантным при образовательном взаимодействии и позволяет адаптировать обучающие процессы [30]. По мнению Э. Янг, SJM представляет собой визуальный маршрут студента, который позволяет анализировать основные этапы образовательного пути студента, а также выявлять тенденции и закономерности [31].

Таким образом, инструмент SJM демонстрирует необходимые действия студента, направленные на усвоение целевых знаний и навыков на каждом этапе обучения, с учетом индивидуальных предпочтений учащегося, в том числе его потенциальной карьерной траектории. При подготовке будущих менеджеров стоит иметь в виду разнообразие карьерных траекторий, которые могут быть учтены данным инструментом. Благодаря применению SJM в высшем образовании можно учесть индивидуальные стремления студентов, спрогнозировать возможные риски и препятствия, с которыми сталкиваются будущие менеджеры.

Методологическая база исследования / Methodological base of the research

Цель исследования – определить этапы разработки SJM как инструмента формирования компетенций при подготовке будущих менеджеров; разработать SJM по дисциплине «Маркетинг».

Методы исследования: анализ литературы отечественных и зарубежных авторов, изучающих аспекты компетентностного подхода в образовании; синтез и обобщение изученных понятий компетентностного подхода; полуструктурированное интервью со студентами I курса направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» Мытищинского филиала МГТУ им. Н. Э. Баумана.

Результаты исследования / Research results

В результате проведенного анализа литературы отечественных и зарубежных авторов, рассматривающих применение инструментов компетентностного подхода в высшем образовании, был выявлен поэтапный план разработки SJM при формировании компетенций будущих менеджеров, представленный в таблице.

План разработки SJM

Этап	Характеристика
Определение целей и задач	На данном этапе прописываются конкретные аспекты образовательного процесса, которые необходимо улучшить
Сбор данных и анализ	Текущий этап предназначен для проведения интервью, наблюдения за студентами, определения их потребностей и ожиданий в соответствии с установленной ранее целью
Создание портрета студента	Данный этап характеризуется выявлением схожих качеств студента и созданием среднестатистического профиля студента, на которого будет направлена создаваемая SJM
Определение ключевых действий студента	На данном этапе необходимо спланировать основные действия студента при взаимодействии с учебной программой, прописать все задания, которые будет выполнять студент
Определение точек взаимодействия	Предполагается определить все возможные точки контакта, такие как офлайн-взаимодействия с преподавателем и другими студентами, групповая и проектная работа, онлайн-инструменты взаимодействия
Анализ эмоций и потребностей	На данном этапе описываются эмоции, с которыми сталкиваются студенты на протяжении всего образовательного процесса в рамках учебной программы, а также способы повышения мотивации к продолжению и завершению образовательного курса
Визуализация	Данный этап характеризуется схематичным представлением карты пути студента с детальным описанием каждого этапа образовательного процесса

Представленный план разработки SJM позволяет сгенерировать карту пути студента по дисциплине «Маркетинг», которая по учебному плану направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» в Мытищинском филиале МГТУ им. Н. Э. Баумана изучается на I курсе.

Целью разработки SJM является формирование и развитие следующих компетенций:

- способность осуществлять анализ маркетинговой среды организации;
- способность проводить маркетинговые исследования;
- способность разрабатывать комплекс маркетинга.

Проведенное групповое интервью со студентами I курса позволило определить их потребности и ожидания в рамках учебного процесса. Более половины опрошенных студентов отметили, что наиболее активно вовлекаются в учебный процесс, когда выполняют задания в командах. 76% студентов считают необходимым качеством мар-

кетолога креативность. Абсолютно все студенты согласны с утверждением, что усвоение нового материала наиболее эффективно при интерактивном обучении. Во время проведения интервью студенты отмечали, что уже знакомы с маркетинговой деятельностью, и называли свои любимые бренды. Также были выявлены сферы интересов студентов для того, чтобы в дальнейшем преподаватель смог приводить примеры из бизнеса, направленного на эти сферы. Проведенное интервью позволило создать портрет студента, представленный на рис. 1.

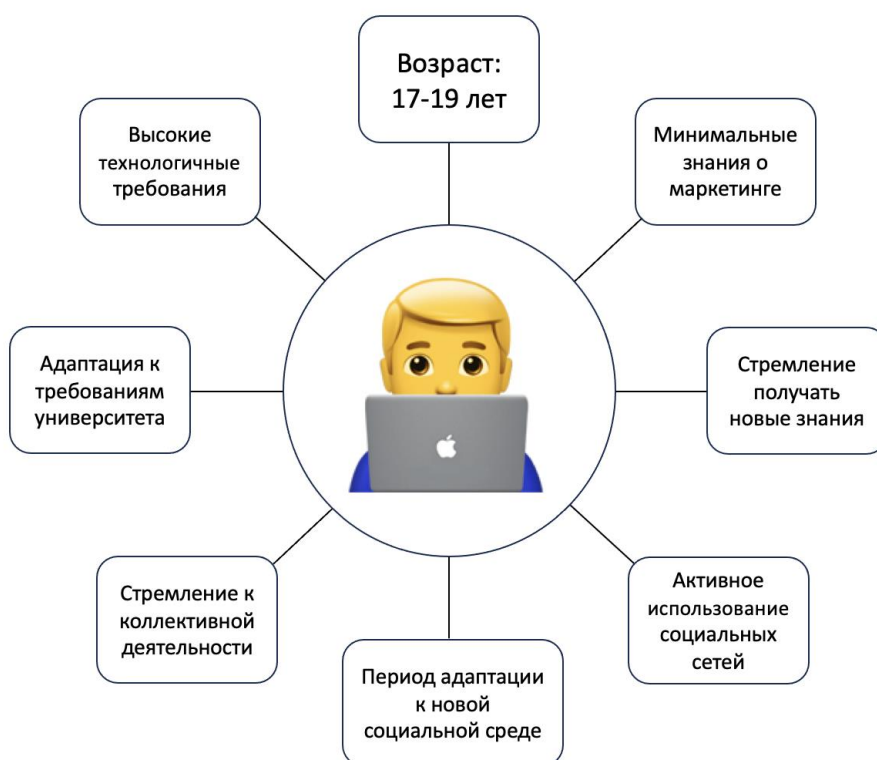


Рис. 1. Портрет студента I курса

Выявленный портрет студента позволит подобрать формы и методы обучения в рамках учебной программы. Дисциплину «Маркетинг» можно разделить на семь основных этапов, в рамках которых студенты будут выполнять конкретные действия, направленные на освоение знаний и формирование компетенций (см. рис. 2).

Первым этапом является ознакомление с программой обучения и преподавателем, определение целей обучения, итоговой аттестации. На данном этапе у студентов присутствует интерес к новой области знания и отсутствуют страхи сложных задач, поскольку обучение начинается с изучения общих теоретических положений и концепций маркетинга. Первым заданием является соотнесение конкретных бизнес-примеров с изученными концепциями. Задание не оценивается в рейтинге студентов, поскольку его целью является вовлечение студентов в процесс обсуждения. На данном этапе создается групповой чат в мессенджере для активного взаимодействия группы с преподавателем, для обсуждения выданных заданий и организационных моментов.

Вторым этапом является изучение теоретических аспектов маркетинговой деятельности, основное действие студентов – выполнение домашнего задания в команде с целью подготовки презентации и доклада по теории маркетинга. Также на данном этапе предполагается публичное выступление студентов в аудитории. На данном

этапе возможно появление неуверенности в правильности выполнения домашнего задания, в связи с чем преподаватель должен четко описать требования к заданию и ознакомить студентов с критериями оценки.



Рис. 2. SJM по дисциплине «Маркетинг»

Третьим этапом является выполнение студентами первой части индивидуального курсового проекта, суть которого – анализ маркетинговой среды организации, выбранной студентами. Часто этот этап сопровождается положительными эмоциями, поскольку студенты сами выбирают компанию для исследования. Помимо теоретического обеспечения, преподаватель консультирует студентов по различным видам анализов: STEEP, SWOT, анализ стейкхолдеров, конкурентов, целевой аудитории и формы позиционирования. Важна поддержка студентов на протяжении выполнения всех выданных заданий.

На четвертом этапе студенты выполняют вторую часть курсового проекта, которая направлена на проведение маркетингового исследования. Задачей преподавателя является предоставление конкретного плана проведения исследования, ознакомление студентов с формами анкетирования, поскольку в большинстве случаев это первый опыт студентов. Осуществляется внутригрупповое взаимодействие, поскольку студенты анкетировуют друг друга, обмениваются мнениями по темам исследования. Также студенты должны представить проанализированные результаты проведенного исследования в форме дашборда. Студенты сталкиваются с трудностями при проявлении творческого подхода, однако большинство старается представить информацию в современном деловом стиле.

Пятым этапом является выполнение третьей части курсового проекта, в которой анализируется конкретный продукт или услуга выбранной ранее компании, разрабатывается маркетинговый комплекс. Данный этап максимально похож на третий, поскольку продолжают лекционные и практические занятия, направленные на освоение ранее озвученных компетенций. Студенты чаще всего теряют внутреннюю

мотивацию, поэтому требуется регулярное вовлечение студентов в образовательный процесс через интерактивные формы обучения, такие как деловые игры, викторины, кейс-стади и др.

На шестом этапе студентами осуществляется оформление и защита курсового проекта. Часто студенты испытывают трудности на данном этапе, поэтому преподаватель должен объяснить требования к структуре работы и процедуре защиты. Также необходимо описать критерии оценки курсового проекта для того, чтобы студенты объективно понимали возможные ошибки данного этапа.

Седьмым и завершающим этапом является экзамен по дисциплине. При подготовке к экзамену многие студенты испытывают негативные эмоции, в связи с чем стоит ввести балльно-рейтинговую систему оценивания, чтобы у студентов был шанс заработать необходимые баллы на протяжении всего образовательного процесса, а не только в день экзамена. Такой подход позволит равномерно распределить силы студентов и заранее знать, на какой результат можно рассчитывать на экзамене.

Разработанная карта пути студента помогает отследить не только действия студентов, но и их эмоциональное состояние, что позволяет корректировать образовательные методы и задания. SJM можно применять как к исключительно образовательному процессу, так и к внеучебной деятельности. Однако для этого требуется другой уровень взаимодействия, а карта должна быть разработана административными структурными подразделениями высшего учебного заведения, занимающимися жизнедеятельностью и учебным процессом студентов.

Заключение / Conclusion

Использование SJM как инструмента формирования компетенций будущих менеджеров представляет собой стратегически важный шаг в высшем образовании. Данный инструмент позволяет не только визуализировать и анализировать опыт обучения, но и выявлять ключевые моменты, которые способствуют развитию необходимых компетенций.

Выявленный план разработки SJM включает в себя семь этапов, к которым относятся определение целей и задач, сбор и анализ данных, создание портрета студента, определение ключевых действий студента, определение точек взаимодействия, анализ эмоций и потребностей, визуализация. Портрет студента первого курса позволил выявить такие потребности студентов, как изучение новой информации, внедрение социальных сетей в образовательный процесс, адаптация к новой социальной среде и требованиям университета, включение в командную работу, которые учитывались в разработке SJM по дисциплине «Маркетинг».

Анализ различных этапов обучения позволяет определить области, требующие улучшения, и создать индивидуализированные траектории развития для каждого студента. В результате это не только повышает качество образования, но и способствует формированию гибких и компетентных менеджеров. Внедрение SJM в процесс высшего образования станет важным шагом к созданию более эффективной и ориентированной на результат системы обучения, способствующей успешной адаптации выпускников в динамично меняющемся мире бизнеса.

Ссылки на источники / References

1. Саймагамбетова Г. А. Необходимость трансформации профессии менеджера в условиях цифровизации // Вопросы науки и образования. – 2024. – № 4. – С. 170–175.

2. Бугреева А. С. Информационно-образовательная система как инструмент формирования и развития профессиональных и универсальных компетенций в высшей школе // Мир науки, культуры, образования. – 2024. – № 4. – С. 37–39.
3. McClelland D. C. Testing for competence rather than for «intelligence» // American psychologist. – 1973. – № 1. – Р. 1–14.
4. Зеер Э. Ф. Компетентностный подход к образованию // Образование и наука. – 2005. – № 3. – С. 27–40.
5. Родиков А. С. О ценностях компетентностного подхода в педагогике // Вестник ВятГУ. – 2010. – № 3. – С. 25–31.
6. Ибрагимов Г. И. Компетентностный подход в профессиональном образовании // ОТО. – 2007. – № 3. – С. 361–365.
7. Мединцева И. П. Компетентностный подход в образовании // Педагогическое мастерство. – URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/65/3148/>
8. Джуграев Р. Х. Оценка сформированности образовательных компетенций // SAI. – 2024. – № 16. – С. 8–14.
9. Чуланова О. Л. Актуальность компетентностного подхода в управлении персоналом // Интернет-журнал Науковедение. – 2014. – № 5(24). – С. 109–112.
10. Мирошин Д. Г. Компетентностно-ориентированный подход в практике развития кадрового потенциала предприятий в условиях корпоративного обучения // Символ науки. – 2015. – № 12-2. – С. 168–179.
11. Титова С. В. Модель компетенций управленческого персонала // Мир современной науки. – 2013. – № 1 (16). – С. 55–60.
12. Спенсер Л., Спенсер С. Компетенции на работе. – М.: Гиппо, 2010. – 384 с.
13. Lamri J. Reconciling Hard Skills and Soft Skills in a Common Framework: The Generic Skills Component Approach // J Intell. – 2023. – № 11(6). – С. 107–118.
14. Boyle D. M., Carpenter B. W., Mahoney D. P. Developing the Communication Skills Required for Sustainable Career Success // Management Accounting Quarterly. – 2017. – № 19. – Р. 111–131.
15. Кордашенко С. Какие руководители нужны бизнесу в 2024 году, а какие останутся вне игры // РБК. – URL: <https://pro.rbc.ru/demo/656db5f79a794724f65e80f0>
16. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. – URL: https://fgosvo.ru/uploadfiles/FGOS%20VO%203++/Bak/380302B_3_31082020.pdf
17. Сафонцев С. А., Черных О. В. Интегративный подход к измерению компетентности как латентной переменной. – Ростов н/Д.: Изд-во РКСИ, 2011. – 76 с.
18. Цивун В. В., Панасюк М. О. Модель компетенций менеджера в условиях экономики знаний // Креативная экономика. – 2016. – № 7. – С. 869–882.
19. Носырева Н. В. Карта компетенций как метод качественной оценки // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии. – 2013. – № 35-1. – С. 66–71.
20. Дука Н. А., Дука Т. О. Карты компетенций в оценке результатов повышения квалификации педагога // Человек и образование. – 2013. – № 4 (37). – С. 118–123.
21. Davy Tsz Kit Ng, Anthony Chun Hin Ching, Sau Wai Law. Online learning in management education amid the pandemic: A bibliometric and content analysis // The International Journal of Management Education. – 2023. – № 21. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1472811723000344>
22. Егорова В. А. SJM (SJM): как составить и использовать карту пути студента // Zenclass. – URL: <https://zenclass.ru/ponyatno/student-journey-map>
23. Пак Н. И., Дорошенко Е. Г., Хегай Л. Б. Учебные дорожные карты как средство личностно ориентированного обучения // Образование и наука. – 2015. – № 8. – С. 97–111.
24. Игумнова О. В. Виды «дорожных карт» освоения дисциплины // Теория и практика социогуманитарных наук. – 2020. – № 4 (12). – С. 27–32.
25. Ашырова Л., Хангулыев Х. Модернизация системы подготовки финансовых менеджеров: новые подходы и методы // Всемирный ученый. – 2024. – № 22. – С. 520–526.
26. Захарова Л. В. Технология модульного обучения // Экономика и социум. – 2023. – № 10 (113)-2. – С. 603–605.
27. Булгаков Ю. В., Комаров А. П., Шестернина В. В. О содержании и проектировании модульного обучения // Общество: социология, психология, педагогика. – 2017. – № 6. – С. 71–76.
28. Дука Н. А., Стомба А. А. Об исследовании вовлеченности студентов педагогического университета в образовательный процесс // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – 2016. – № 3 (12). – С. 85–87.
29. Al Subhi N., Pandurengan V., Bell D. Modelling the student journey using customer journey mapping: moments of truth in the educational journey // UK Academy for Information Systems. – 2023. – № 5. – Р. 46–61.
30. Ludwiczak A. Improving service quality at universities through SJMPing // Management. – 2023. – № 27(2). – Р. 82–99.

31. Young A., Dawes L., Senadji B. Using journey maps as a holistic, reflective approach to capture student engineering identity experiences // *European Journal of Engineering Education*. – 2024. – № 49. – P. 22–44.
-
1. Sajmagambetova, G. A. (2024). "Neobhodimost' transformacii professii menedzhera v usloviyah cifrovizacii" [The need to transform the managerial profession in the context of digitalization], *Voprosy nauki i obrazovaniya*, № 4, pp. 170–175 (in Russian).
 2. Bugreeva, A. S. (2024). "Informacionno-obrazovatel'naya sistema kak instrument formirovaniya i razvitiya professional'nyh i universal'nyh kompetencij v vysshej shkole" [Information and educational system as a tool for the formation and development of professional and universal competences in higher education], *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya*, № 4, pp. 37–39 (in Russian).
 3. McClelland, D. C. (1973). "Testing for competence rather than for "intelligence", *American psychologist*, № 1, pp. 1–14 (in Russian).
 4. Zeer, E. F. (2005). "Kompetentnostnyj podhod k obrazovaniyu" [Competence-based approach to education], *Obrazovanie i nauka*, № 3, pp. 27–40 (in Russian).
 5. Rodikov, A. S. (2010). "O cennostyah kompetentnostnogo podhoda v pedagogike" [On the values of the competence approach in pedagogy], *Vestnik VyatGU*, № 3, pp. 25–31 (in Russian).
 6. Ibragimov, G. I. (2007). "Kompetentnostnyj podhod v professional'nom obrazovanii" [Competence-based approach in professional education], *OTO*, № 3, pp. 361–365 (in Russian).
 7. Medinceva, I. P. "Kompetentnostnyj podhod v obrazovanii" [Competence-based approach in education], *Pedagogicheskoe masterstvo*. Available at: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/65/3148/> (in Russian).
 8. Dzhuraev, R. H. (2024). "Ocenka sformirovannosti obrazovatel'nyh kompetencij" [Assessment of the development of educational competences], *SAI*, № 16, pp. 8–14 (in Russian).
 9. Chulanova, O. L. (2014). "Aktual'nost' kompetentnostnogo podhoda v upravlenii personalom" [The relevance of the competency-based approach in personnel management], *Internet-zhurnal Naukovedenie*, № 5(24), pp. 109–112 (in Russian).
 10. Miroshin, D. G. (2015). "Kompetentnostno-orientirovannyj podhod v praktike razvitiya kadrovogo potentsiala predpriyatij v usloviyah korporativnogo obucheniya" [Competence-oriented approach in the practice of developing the human resources potential of enterprises in the context of corporate training], *Simvol nauki*, № 12-2, pp. 168–179 (in Russian).
 11. Titova, S. V. (2013). "Model' kompetencij upravlencheskogo personala" [Model of managerial personnel competences], *Mir sovremennoj nauki*, № 1 (16), pp. 55–60 (in Russian).
 12. Spenser, L., & Spenser, S. (2010). *Kompetencii na rabote* [Competences at work], Gippo, Moscow, 384 p. (in Russian).
 13. Lamri, J. (2023). "Reconciling Hard Skills and Soft Skills in a Common Framework: The Generic Skills Component Approach", *J Intell*, № 11(6), pp. 107–118 (in English).
 14. Boyle, D. M., Carpenter, B. W., & Mahoney, D. P. (2017). "Developing the Communication Skills Required for Sustainable Career Success", *Management Accounting Quarterly*, № 19, pp. 111–131 (in English).
 15. Kordashenko, S. "Kakie rukovoditeli nuzhny biznesu v 2024 godu, a kakie ostanutsya vne igry" [What kind of leaders does business need in 2024, and which ones will be left out of the game], *RBK*. Available at: <https://pro.rbc.ru/demo/656db5f79a794724f65e80f0> (in Russian).
 16. *Federal'nyj gosudarstvennyj obrazovatel'nyj standart vysshego obrazovaniya – bakalavriat po napravleniyu podgotovki 38.03.02 Menedzhment* [Federal State educational standard of higher education – Bachelor's degree in the area of training 38.03.02 Management]. Available at: https://fgosvo.ru/upload-files/FGOS%20VO%203++/Bak/380302B_3_31082020.pdf
 17. Safoncev, S. A., & Chernyh, O. V. (2011). *Integrativnyj podhod k izmereniyu kompetentnosti kak latentnoj peremennoj* [An integrative approach to measuring competence as a latent variable], Izd-vo RKSI, Rostov n/D., 76 p. (in Russian).
 18. Civun, V. V., & Panasyuk, M. O. (2016). "Model' kompetencij menedzhera v usloviyah ekonomiki znaniy" [Model of managerial competences in the context of knowledge economy], *Kreativnaya ekonomika*, № 7, pp. 869–882 (in Russian).
 19. Nosyreva, N. V. (2013). "Karta kompetencij kak metod kachestvennoj ocenki" [The competence map as a method of qualitative assessment], *Lichnost', sem'ya i obshchestvo: voprosy pedagogiki i psihologii*, № 35-1, pp. 66–71 (in Russian).
 20. Duka, N. A., & Duka, T. O. (2013). "Karty kompetencij v ocenke rezul'tatov povysheniya kvalifikacii pedagoga" [Competence maps in assessing the results of teacher advanced training], *Chelovek i obrazovanie*, № 4 (37), pp. 118–123 (in Russian).
 21. Davy Tsz Kit Ng, Anthony Chun Hin Ching, & Sau Wai Law (2023). "Online learning in management education amid the pandemic: A bibliometric and content analysis", *The International Journal of Management Education*, № 21. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1472811723000344> (in English).

22. Egorova, V. A. "SJM (SJM): kak sostavit' i ispol'zovat' kartu puti studenta" [SJM: How to make and use a student journey map], *Zenclass*. Available at: <https://zenclass.ru/ponyatno/student-journey-map> (in Russian).
23. Pak, N. I., Doroshenko, E. G., & Hegaj, L. B. (2015). "Uchebnye dorozhnye karty kak sredstvo lichnostno orientirovannogo obucheniya" [Learning Roadmaps as a Means of Personalized Learning], *Obrazovanie i nauka*, № 8, pp. 97–111 (in Russian).
24. Igumnova, O. V. (2020). "Vidy "dorozhnykh kart" osvoeniya discipliny" [Types of "road maps" for mastering a discipline], *Teoriya i praktika sociogumanitarnykh nauk*, № 4 (12), pp. 27–32 (in Russian).
25. Ashyrova, L., & Hangulyev, H. (2024). "Modernizatsiya sistemy podgotovki finansovykh menedzherov: novye podhody i metody" [Modernization of the financial managers training system: new approaches and methods], *Vsemirnyy uchenyy*, № 22, pp. 520–526 (in Russian).
26. Zaharova, L. V. (2023). "Tekhnologiya modul'nogo obucheniya" [Modular learning technology], *Ekonomika i sotsium*, № 10 (113)-2, pp. 603–605.
27. Bulgakov, Yu. V., Komarov, A. P., & Shesternina, V. V. (2017). "O soderzhanii i proektirovanii modul'nogo obucheniya" [On the content and design of modular training], *Obshchestvo: sociologiya, psikhologiya, pedagogika*, № 6, pp. 71–76 (in Russian).
28. Duka, N. A., & Stovba, A. A. (2016). "Ob issledovanii вовлеченности студентов pedagogicheskogo universiteta v obrazovatel'nyy process" [On the study of the involvement of pedagogical University students in the educational process], *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya*, № 3 (12), pp. 85–87 (in Russian).
29. Al Subhi, N., Pandurengan, V., & Bell, D. (2023). "Modelling the student journey using customer journey mapping: moments of truth in the educational journey", *UK Academy for Information Systems*, № 5, pp. 46–61 (in English).
30. Ludwiczak, A. (2023). "Improving service quality at universities through SJMpings", *Management*, № 27(2), pp. 82–99 (in English).
31. Young, A., Dawes, L., & Senadji, B. (2024). "Using journey maps as a holistic, reflective approach to capture student engineering identity experiences", *European Journal of Engineering Education*, № 49, pp. 22–44 (in English).

Вклад авторов

В. В. Макарова – проведение полуструктурированного интервью со студентами I курса направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» Мытищинского филиала МГТУ им. Н. Э. Баумана, разработка SJM по дисциплине «Маркетинг».

М. Г. Сергеева – определение этапов разработки SJM как инструмента формирования компетенций при подготовке будущих менеджеров, анализ литературы отечественных и зарубежных авторов, изучающих аспекты компетентностного подхода в образовании, синтез и обобщение изученных понятий компетентностного подхода.

Contribution of the authors

V. V. Makarova – conducting a semi-structured interview with first-year students of the training program 38.03.02 "Management" of the Mytishchi branch of the Bauman Moscow State Technical University, developing SJM for the discipline "Marketing".

M. G. Sergeeva – definition of the stages of SJM development as a tool for the formation of competences in the training of future managers, analysis of the literature of domestic and foreign authors studying aspects of the competence approach in education, synthesis and generalization of the studied concepts of the competence approach.