

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОСВІТІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Корман І.І.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу*

*Уманського національного університету садівництва
м. Умань, Україна*

У глобальній практиці для сприяння позитивним змінам та переходу до інноваційних трансформацій використовуються різноманітні інструменти, такі як фінансово-економічні, науково-технічні, соціокультурні та цільові технології. Кожен новий етап у розвитку освітнього простору країн світу супроводжується формуванням нових стратегічних і тактичних планів, а також створенням системи наукових принципів регулювання та мотивації.

В умовах розвитку цифрового суспільства, стрімких змін технологій, нової якості соціуму сучасна освіта базується на високотехнологічних засобах навчання, характеризується значною мобільністю, універсальністю та фундаментальністю та переживає цифрову трансформацію. Світова наука потребує вчених, здатних розв'язувати глобальні наукові проблеми, розвивати загальнонаукові теорії та володіти сучасними цифровими технологіями. Міжнародний ринок праці вимагає кваліфікованих фахівців, що володіють гнучкою та оперативною системою знань із можливостями їх застосування в суміжних галузях, здатних швидко адаптуватися до технологічних змін, готових до удосконалення та оновлення власного освітнього рівня та застосовувати цифрові інструменти. На такий виклик темпів розвитку технологій та світової інтеграції сучасна вища освіта має відповідати кардинальними змінами в освітніх процесах, зокрема змінювати зміст та технології навчання [1; 2].

При викладанні економічних дисциплін, у тому числі маркетингу, інтеграція цифрових трендів може реалізовуватися за декількома напрямками.

В першу чергу це використання цифрових каналів для реклами інноваційних освітніх програм, використання соціальних мереж та онлайн-спільнот для залучення студентів, створення персоналізованих маркетингових кампаній для різних цільових аудиторій. Електронна комунікація зі студентами може забезпечуватися за рахунок

використання електронних листів, чат-ботів та інших цифрових інструментів, проведення вебінарів і он-лайн заходів для просування освітніх послуг. В межах навчального процесу перспективним є розвиток освітніх платформ, просування онлайн-курсів через різноманітні цифрові канали.

Важливим напрямом також є використання аналітики в освіті: збір та аналіз даних про студентську активність для покращення ефективності маркетингових стратегій, використання аналітики для визначення популярних напрямків і курсів.

Ведення сайтів навчальних закладів, сторінок в соціальних мережах сприяє створенню та підтриманню іміджу освітнього закладу як лідера в інтеграції цифрових технологій. Таким чином можна залучати і використовувати відгуки студентів для формування позитивної репутації, привертати увагу партнерів у сфері бізнесу, технологій та наукових установ для спільної інтеграції цифрових технологій в освітній процес.

Врахування цих аспектів дає можливість розробити комплексну маркетингову стратегію для успішної інтеграції цифрових технологій в освітній простір та їх подальше впровадження в економіку знань.

Список використаних джерел:

1. Модернізація освіти в цифровому вимірі : монографія / за наук. ред. Н. Морзе, О. Буйницької. Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2021. 300 с.
2. Цифрові технології в освіті: сучасний досвід, проблеми та перспективи : монографія / за заг. ред. д-рки екон. наук, проф. Т.А. Васильєвої, д-ра екон. наук, проф. Ю.М. Петрушенка. Суми : Сумський державний університет, 2022. 150 с.
3. Інноваційні технології в сучасному освітньому просторі : колективна монографія / За заг. редакцією Г.Л. Єфремової. Суми : Вид-во СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2020. 444 с.