

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ У СФЕРІ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ

Нині система освіти України перебуває у стані глобальних трансформацій, зумовлених як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками. Виклики сучасності, такі як війна, демографічна криза, тривале дистанційне навчання, масовий виїзд потенційних вступників за кордон, а також зростаюча конкуренція на ринку освітніх послуг, вимагають впровадження інноваційних підходів для забезпечення якісної підготовки фахівців.

Штучний інтелект (ШІ) стає одним із ключових інструментів у вирішенні цих завдань, пропонуючи нові можливості для підвищення ефективності освітнього процесу. У сфері менеджменту і маркетингу, яка характеризується динамічністю, високим рівнем цифровізації та глобалізацією, використання ШІ може суттєво вплинути на якість освітніх послуг завдяки адаптивним навчальним платформам, автоматизації оцінювання знань, моделюванню реальних бізнес-сценаріїв та аналізу ринкових даних.

Розробка та впровадження інноваційних рішень на основі ШІ є надзвичайно актуальними завданнями для сучасної освіти, особливо у сфері менеджменту і маркетингу. Це не лише відповідає викликам сьогодення, а й створює базу для підготовки конкурентоспроможних фахівців, здатних адаптуватися до мінливих умов глобального ринку.

Стаття має на меті окреслити перспективи та виклики використання штучного інтелекту в контексті сучасних тенденцій розвитку освіти та приведення її у відповідність до вимог ринку праці. Особливо відчутний вплив ШІ у сфері менеджменту та маркетингу, де аналіз великих даних, автоматизація процесів та персоналізація навчання стають ключовими факторами успіху.

Провідні дослідники у сфері використання ШІ в сфері освіти [1] демонструють потенціал штучного інтелекту для трансформації вищої освіти. ШІ може зробити навчання більш ефективним, індивідуальним та цікавим. Однак, для успішного впровадження ШІ в освітній процес необхідно вирішити ряд викликів, пов'язаних

з технологіями, етикою та соціальною справедливістю. Значення ІІІ полягає у можливості персоналізації навчання, тобто дозволяє створювати індивідуальні навчальні траєкторії, адаптуючи матеріал до його темпу навчання, стилю сприйняття інформації та рівня знань. ІІІ може виконувати багато рутинних завдань, таких як перевірка домашніх завдань, оцінювання тестів, що дозволяє викладачам зосередитися на більш творчих завданнях, таких як менторство та розробка нових навчальних програм. Особливо зацікавлює те, що ІІІ може створювати інтерактивні навчальні матеріали, такі як симуляції, ігри та віртуальні лабораторії, що робить навчання цікавим та ефективним.

Іншим актуальним дослідженням, яке, безсумнівно, заслуговує на детальний розгляд є «Personalized data insights» [2], яке підкреслює важливість ІІІ на основі наступних ключових аспектів. Передусім ІІІ може допомогти створювати індивідуальні навчальні траєкторії для студентів бізнес-шкіл, адаптуючи матеріал до їхніх потреб та темпу навчання. Важливим у сучасних умовах є те, що ІІІ може використовуватися для створення реалістичних симуляцій бізнес-ситуацій, що дозволить студентам відпрацьовувати навички прийняття рішень в умовах, максимально наближених до реальних.

Ефективність прийняття рішень у сфері менеджменту і маркетингу в нинішніх умовах залежить від наявності оперативної інформації про стан зовнішнього та внутрішнього середовища, яка містить значні масиви даних, які без застосування сучасних технологій неможливо якісно і в короткі строки проаналізувати. ІІІ може допомогти аналізувати великі обсяги бізнес-даних, що дозволить студентам розвивати аналітичні навички, необхідні для роботи в бізнесі.

Сучасний бізнес характеризується не тільки значними потоками інформаційних даних, їх високою інтенсивністю, а також вимагає повсякденного вирішення рутинних завдань, вирішення яких вимагає значних витрат часу. В результаті на вирішення важливіших завдань не вистачає ні часових ні інтелектуальних сил відповідних фахівців. На допомогу в даному випадку також приходять ІІІ, який автоматизує рутинні завдання, звільняючи час викладачів та майбутніх фахівців у сфері менеджменту і маркетингу для більш творчої роботи.

Світ праці зазнає кардинальних змін під впливом цифрових технологій та штучного інтелекту. Для успішної роботи в сучасному динамічному середовищі фахівцям необхідний новий набір компетенцій. Крім традиційних знань та навичок, все більшої ваги набувають компетенції, формування та розвиток яких ефективно

підтримується ШІ, зокрема це: цифрова грамотність, аналітичне мислення, креативність та інноваційність, адаптивність, командна робота та комунікація тощо.

Автори «Artificial Intelligence in Marketing Education: A Review» [3] підкреслюють високу важливість ШІ у підготовці маркетологів. Вона розглядає різні застосування ШІ, такі як прогнозування поведінки споживачів, таргетована реклама та персоналізація маркетингових кампаній. Штучний інтелект відкриває нові можливості для маркетингу, і підготовка фахівців, які зможуть ефективно використовувати ці можливості, є одним з ключових завдань сучасної освіти.

Таким чином, у сучасних умовах відкриваються наступні перспективи використання ШІ у сфері підготовки фахівців у сфері менеджменту і маркетингу. Одним із важливих напрямів використання штучного інтелекту в освітньому процесі є адаптація навчальних програм відповідно до рівня знань студентів. Інтелектуальні системи можуть здійснювати аналіз результатів навчання, що дозволяє вчасно коригувати навчальні плани та забезпечити індивідуальний підхід до кожного студента. Застосування таких систем дозволяє виявити слабкі місця у знаннях студентів і на основі цього змінювати тематику або глибину вивчення конкретних дисциплін. Крім того, ШІ може надавати персоналізовані рекомендації щодо вибору дисциплін, що дозволяє студентам формувати індивідуальні освітні траєкторії в залежності від їх інтересів та потреб на ринку праці.

Штучний інтелект значно спрощує і прискорює процес оцінювання знань студентів. За допомогою алгоритмів ШІ можна автоматизувати перевірку тестових завдань, есе та кейсів, що дає змогу викладачам зекономити час та забезпечити об'єктивність оцінок. Такі системи можуть враховувати не лише правильність відповідей, але й структуру викладу, логічну послідовність та інші аспекти, що дозволяють точніше оцінити рівень знань студентів. Важливим аспектом є також використання ШІ для аналізу освітнього прогресу, що дає змогу виявляти проблеми на ранніх етапах навчання та вчасно коригувати процес навчання.

Для розвитку практичних навичок у галузі менеджменту та маркетингу активно використовуються ШІ-платформи для моделювання бізнес-ситуацій, таких як управління проектами або маркетингові кампанії. Ці інструменти дозволяють студентам отримати досвід роботи в умовах, наближених до реальних, без ризику для бізнесу. Віртуальні помічники, що використовують технології ШІ, можуть стати потужним інструментом для розвитку

управлінських і маркетингових навичок, надаючи студентам персоналізовані поради, допомогу в плануванні та реалізації проєктів, а також допомагаючи у прийнятті управлінських рішень.

Використання ШІ пов'язане з відповідними ризиками та викликами впровадження ШІ в освітній процес. Одним із найбільших викликів, що постають перед впровадженням ШІ в освітній процес, є етичні питання, зокрема питання конфіденційності даних студентів. Використання великих масивів персональних даних потребує ретельного контролю і забезпечення їх захисту від несанкціонованого доступу. Іншим важливим викликом є технічні бар'єри, зокрема відсутність необхідної інфраструктури для реалізації повноцінних рішень на основі ШІ, що може обмежити впровадження нових технологій у деяких навчальних закладах. Також важливою є потреба у перепідготовці викладачів, які повинні мати відповідні навички для роботи з новими інструментами і технологіями.

Поруч із викликами, впровадження штучного інтелекту в освітній процес відкриває широкі перспективи для підвищення якості навчання. Завдяки інтерактивним методам навчання та персоналізованому підходу можна значно покращити залучення студентів та їхні результати. Персоналізовані навчальні траєкторії дозволяють кожному студенту отримувати освіту, яка максимально відповідає його потребам і інтересам. Крім того, використання ШІ сприятиме формуванню конкурентоспроможних випускників, які володітимуть розвиненими цифровими навичками та здатні швидко адаптуватися до змінюваного ринку праці. Розвиток інноваційних методів викладання, таких як симуляції, інтерактивні платформи і віртуальні помічники, може зробити освітній процес більш ефективним і захоплюючим для студентів.

Література:

1. Hu S., Ke F., Vyorkina D., Hu P., Luby S., O'Shea J. Artificial intelligence in higher education: Applications, challenges, and policy development and further considerations. In: Higher Education: Handbook of Theory and Research. Springer Nature Switzerland, 2024. P. 1–52. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-51930-7_13-1
2. Kamdem Y. S. Personalized data insights: How machine learning is revolutionizing everyday business decisions. International Journal of Scientific Research and Management. 2024. Vol. 12, No. 10, EM18. DOI: <https://doi.org/10.18535/ijrm/v12i10.em18>
3. Elhajjar S., Karam M. S., Borna S. Artificial intelligence in marketing education programs. Journal of Marketing Education. 2020. Vol. 42, No. 1. P. 2–13. DOI: <https://doi.org/10.1080/10528008.2020.1835492>