

УДК 004.8:004.9:378.147:339.138

Каленіченко Анастасія

Здобувачка вищої освіти відділення №3 бізнес-комунікацій, права та туризму

Фахового коледжу інженерії, управління та землевпорядкування

Державного некомерційного підприємства

«Державний університет «Київський авіаційний інститут»

Науковий керівник: Гоменюк Віта, викладач вищої категорії

**ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА ІНТЕГРАЦІЯ ШТУЧНОГО
ІНТЕЛЕКТУ У НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС З МАРКЕТИНГУ:
МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ СТУДЕНТІВ**

Ключові слова: цифрові технології, модернізація освіти, інтелектуальні технології, штучний інтелект, цифрові компетентності.

У ХХІ столітті цифрові технології стають основою модернізації освіти, зокрема у сфері підготовки майбутніх маркетологів. Штучний інтелект відкриває нові можливості для розвитку навчального процесу, адже дозволяє поєднати академічні знання з практичними цифровими навичками, які є ключовими у сучасному маркетинговому середовищі [1]. Актуальність теми зумовлена потребою у формуванні у студентів цифрових компетентностей, що відповідають вимогам ринку праці та тенденціям цифровізації економіки [2]. Сучасні компанії очікують від випускників не лише теоретичної підготовки, а й здатності швидко орієнтуватися у нових цифрових інструментах, аналізувати великі масиви даних, працювати з автоматизованими системами та створювати інноваційні маркетингові рішення [3].

Мета дослідження полягає у вивченні можливостей використання інструментів штучного інтелекту в освітньому процесі підготовки майбутніх маркетологів і розробці підходів до формування у них сучасних цифрових навичок і компетентностей [1; 2].

Результатами досліджень встановлено, що інтеграція інтелектуальних технологій у навчальний процес сприяє підвищенню ефективності та гнучкості освітнього середовища [1; 4]. Одним із найперспективніших інструментів є чат-боти, які здатні виконувати функцію «віртуальних наставників» і забезпечувати студентам швидкий доступ до необхідної інформації, індивідуальні консультації, нагадування про завдання чи дедлайни та постійний зворотний зв'язок [1; 5]. Це дозволяє не лише персоналізувати навчання, а й підтримувати дисципліну та мотивацію до самостійної роботи.

Значний потенціал має використання генеративного штучного інтелекту у створенні навчальних і маркетингових матеріалів [5]. Студенти можуть практикувати написання рекламних текстів, розробку слоганів, створення візуальних банерів чи навіть сценаріїв відеороликів. Це відкриває простір для креативності, формує навички роботи з сучасними цифровими інструментами і готує майбутніх фахівців до виконання реальних завдань у професійній діяльності [3].

Окремої уваги заслуговує поява нових освітніх форматів. Міні-курси у форматі коротких відео (short video), подкасти та інтерактивні картки забезпечують можливість швидкого і зручного засвоєння знань [4; 5]. Вони відповідають стилю споживання інформації молоддю, роблять навчальний процес більш динамічним та дозволяють студентам повертатися до матеріалу у зручний час. Такі підходи поєднують академічний зміст із практичною цінністю, сприяючи розвитку навичок самоосвіти [2; 5].

Соціальні мережі TikTok та YouTube Shorts набувають значення не лише як канали поширення навчальних матеріалів, а й як майданчики для аналізу маркетингових трендів [3; 5]. Дослідження популярних відео, вивчення реакції аудиторії, розбір кейсів успішних рекламних кампаній дозволяють студентам формувати аналітичне мислення та критично оцінювати актуальні інструменти просування [4; 5]. Завдяки цьому освітній процес наближається до реальних умов роботи у сфері маркетингу, де цифрові комунікації відіграють ключову роль.

Важливим напрямом є інтеграція штучного інтелекту у роботу систем управління навчанням (LMS). Такі платформи, як STRUM від Genesis, дозволяють формувати індивідуальні траєкторії розвитку, автоматично підлаштовувати складність завдань, відстежувати успішність студентів і формувати аналітичні звіти для викладачів [1; 2; 5]. Це сприяє підвищенню якості освітнього процесу, розвитку відповідальності за власні результати та формуванню навичок самоорганізації, що є важливими для майбутніх маркетологів [3; 4; 5].

Отже, інтеграція штучного інтелекту у систему підготовки маркетологів не обмежується лише автоматизацією навчальних завдань, а створює якісно нове освітнє середовище, орієнтоване на індивідуальні потреби студентів і запити ринку праці [1; 5]. Це дозволяє поєднати традиційну академічну підготовку з формуванням цифрових компетентностей, що забезпечує високу конкурентоспроможність випускників [2; 3; 5]. У перспективі використання інтелектуальних технологій у навчанні сприятиме не лише підвищенню ефективності освітнього процесу, а й формуванню покоління фахівців, здатних адаптуватися до швидких змін у глобальному цифровому середовищі [4; 5].

Список використаних джерел:

1. Міністерство освіти і науки України. Цифровізація освіти в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку . – URL: <https://mon.gov.ua> (дата звернення: 28.09.2025).
2. Гриценко І. І. Штучний інтелект у публічному управлінні: виклики та можливості. *Державне управління: теорія та практика*. 2022. № 2. С. 45–53.
3. Національна академія наук України. Штучний інтелект: розвиток і застосування в Україні. Київ : Наукова думка, 2020. 312 с.
4. UNESCO. Artificial Intelligence in Education: Challenges and Opportunities. – Paris : UNESCO Publishing, 2019. 84 p.
5. Giannini S. Generative AI and the Future of Education. – Paris : UNESCO Publishing, 2023. 72 p.

УДК 342.951

Касюн Ольга

Здобувачка вищої освіти факультету права, публічного управління і
менеджменту

Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла
Коцюбинського

Дзевелюк Марина

кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри публічного управління та
менеджменту

Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла
Коцюбинського

ПРИМИРЕННЯ СТОРІН В АДМІНІСТРАТИВНОМУ ПРОЦЕСІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Ключові слова: інститут примирення сторін, медіація, арбітраж, адміністративний процес.

Актуальність. Адміністративне судочинство покликане забезпечувати захист прав, свобод і законних інтересів учасників публічно-правових відносин. Водночас сучасні тенденції розвитку правової системи України, інтеграція у європейський правовий простір та поширення альтернативних способів вирішення спорів (ADR) підкреслюють важливість використання інституту примирення сторін у адміністративному процесі. Розгляд примирення як додаткового механізму врегулювання спорів стає важливим питанням для подальшого розвитку ефективного та сучасного адміністративного судочинства в Україні. Питання примирення сторін активно досліджуються вітчизняними та зарубіжними науковцями, які акцентують увагу на перспективності застосування цього інституту в адміністративному судочинстві та підкреслюють їх значення для підвищення ефективності захисту прав у публічно-правових відносинах. **Метою** дослідження є вивчення інституту