

Загородня К.

здобувачка вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні спеціальності 073 «Менеджмент»

Горпинченко О.В.

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

ОСВІТНІ ТРЕНДИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Освіта змінюється з небаченою швидкістю. Те, що ще недавно здавалося революційним, сьогодні стало буденністю. Люди прагнуть не просто дипломів, а практичних навичок, що допомагають орієнтуватися у світі постійних змін. Саме тому сучасні освітні тенденції суттєво впливають на розвиток маркетингового менеджменту, де знання, технології та креативність поєднуються для ефективного розуміння ринку. Освітня еволюція формує нову культуру мислення - адаптивну, гнучку й орієнтовану на практику.

Гібридне навчання та мікронавчання стали провідними тенденціями. Поєднання онлайн- і офлайн-освіти дозволяє навчатися у зручному темпі, а короткі курси, вебінари й практичні модулі забезпечують швидке засвоєння нових інструментів. Для фахівців з маркетингово менеджменту це означає можливість одразу застосовувати знання на практиці, створювати рекламні кампанії чи аналізувати поведінку споживачів. Такий формат розвиває самостійність, гнучкість і здатність швидко реагувати на зміни [1].

Сучасна освіта дедалі більше орієнтована на практичне застосування. Студенти беруть участь у реальних проєктах, розробляють стратегії, аналізують ринок і співпрацюють з бізнесом. Це допомагає не просто засвоювати знання, а розуміти, як функціонує бізнес і як будуються стосунки між брендом і аудиторією. Практичний підхід сприяє формуванню впевненості та готовності до реальних професійних викликів.

Важливою тенденцією є персоналізація навчання, що завдяки цифровим технологіям дозволяє обирати індивідуальний темп і напрям освіти. Освітні платформи, алгоритми штучного інтелекту та інтерактивні програми дозволяють адаптувати процес навчання до індивідуальних потреб. Паралельно з цим, дедалі важливішими стають набувають м'які навички - комунікація, критичне мислення, креативність та емоційний інтелект, адже успіх у команді залежить від уміння взаємодіяти та розуміти інших [2].

Концепція безперервного навчання стає нормою сучасності. Освіта не завершується отриманням диплому - це процес, що триває все життя: через самоосвіту, курси, менторство та практичний досвід. Це стає невід'ємною частиною кар'єрного розвитку кожного, хто працює у сфері маркетингового менеджменту.

Підсумовуючи, можна зазначити, що сучасні освітні тенденції формують нову культуру навчання - гнучку, динамічну та орієнтовану на людину. Вони виховують покоління експертів, які можуть стратегічно мислити, розуміти цінність даних і технологій, а також залишатися креативними. Сьогодні успіх маркетингового менеджменту залежить не лише від знань, але й від здатності навчатися, розмірковувати та адаптуватися. Ці якості стають ключовими сильними сторонами для професіоналів нового покоління.

Література:

1. Борисенко О.С. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. - К.: НАУ, 2022, С.100-105.
2. Галета Я. В., Козленко В. Г. Технологія освітнього маркетингу як напрям управлінської діяльності. Наукові записки. Серія: Педагогічні науки, (205), 2022. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_p_2022_205_5