

BALTIC RESEARCH INSTITUTE OF TRANSFORMATION
ECONOMIC AREA PROBLEMS

Proceedings of scientific and pedagogical internship

INNOVATIVE EDUCATIONAL TECHNOLOGIES: EUROPEAN EXPERIENCE AND ITS APPLICATION IN TRAINING IN ECONOMICS AND MANAGEMENT

February 3 – March 16, 2025

Riga, Latvia
2025

UDK 33(08)
In570

Internship organizing committee:

Anita Jankovska, PhD, Internship Program Manager Baltic Research Institute of Transformation Economic Area Problems (Latvia).
Oleh Holovko, PhD, Head of the Black Sea Scientific Research Institute of Economics and Innovation (Ukraine).

Each author is responsible for content and formation of his/her materials.

The reference is mandatory in case of republishing or citation.

Innovative educational technologies: European experience and its application in training in economics and management : Proceedings of scientific and pedagogical internship (February 3 – March 16, 2025, Riga, Latvia). Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2025. 328 p.

ISBN 978-9934-26-530-3

© Baltic Research Institute of Transformation Economic Area Problems, 2025

Contents

Halyna Aldankova
ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE GENERATION
OF PROFESSIONAL COMPETENCIES OF ADVERTISERS 1

Inna Aleksieienko
MODERN FINANCIAL MODELING TOOLS 4

Nadiia Andrusenko
DIGITALIZATION OF EDUCATION IN THE TRAINING
OF SPECIALISTS IN ENTREPRENEURSHIP AND TRADE 6

Serhii Arefiev
INNOVATIVE STRATEGIES FOR ENTERPRISE MANAGEMENT
IN THE DIGITAL ERA 9

Kateryna Bagatska
MUNICIPAL-OWNED ENTERPRISES CORPORATIZATION:
CHALLENGES AND PROSPECTS 12

Olha Bezpalenko
RANKING BANKS BY STRESS RESISTANCE:
TRANSFORMATIONAL PROCESSES 15

Nataliia Belei
OPTIMIZATION OF THE RECRUITMENT PROCESS
OF AGRICULTURAL WORKERS 17

Vasyl Bernykov
ADAPTATION OF GLOBAL ECONOMIC CONDITIONS
IN THE TRANSITION TO ELECTRIC MOBILITY 19

Liliia Bodenchuk
MODELS OF CRISIS MANAGEMENT
IN INVESTMENT MANAGEMENT:
RISKS, STRATEGIC RESPONSE AND ADAPTIVE MECHANISMS 21

Viktoriia Boiko
FORMATION OF AN INDICATORS SYSTEM
FOR EVALUATING THE PERFORMANCE
OF THE DEVELOPMENT OF ROAD TRANSPORT ENTERPRISES 23

Serhii Brovko
INNOVATIVE TOOLS FOR IMPROVING
THE HEALTH INSURANCE MARKET
IN THE CURRENT CONDITIONS OF TRANSFORMATION 26

Olena Borodina, Serhii Riabkov
TELEMEDICINE AS A TOOL FOR ECONOMIC EFFICIENCY
IN HEALTHCARE 30

Tetiana Miroshnichenko
THEORETICAL AND METHODOLOGICAL AGENDA
FOR IMPLEMENTING A PROCESS APPROACH
IN FORMING THE REGIONAL LABOR MARKET:
EPISTEOLOGICAL PARADIGMS 183

Oleksandra Muzychka
DIRECTIONS FOR IMPROVING THE QUALITY
OF BANKING ASSETS IN MODERN CONDITIONS 185

Valentin Myachin
PRINCIPLES OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT:
HISTORICAL EXPERIENCE AND CURRENT CHALLENGES 188

Tetiana Oliinyk
THE IMPACT OF WAR ON UKRAINE'S TOURISM INDUSTRY 190

Yana Ostapenko
INNOVATIVE EDUCATIONAL TECHNOLOGIES
FOR TRAINING MARKETING SPECIALISTS 193

Olena Parfentieva
IMPLEMENTATION OF THE «GREEN» LOGISTICS STRATEGY
IN THE ACTIVITIES OF THE TRANSPORT ENTERPRISE
AND FORECASTING ITS EFFECTIVENESS 196

Yevheniya Parfenyuk
GENESIS OF THEORETICAL CONCEPTS
OF COMPETITION DEVELOPMENT 199

Oksana Perchuk
THE IMPACT OF THE NEW INTERNATIONAL AUDITING
STANDARDS (ISA) ON AUDITORS' PRACTICE 201

Svitlana Pysarenko
THEORETICAL PRINCIPLES OF MANAGEMENT
OF PURCHASING ACTIVITIES OF A TRADING ENTERPRISE 204

Larysa Poliatykina
METHODOLOGICAL AND ORGANIZATIONAL BASIS
OF THE ACCOUNTING AND CONTROL PROCESS
OF BUDGETARY INSTITUTIONS IN UKRAINE 206

Ivan Prymachenko
STRATEGIC DIRECTIONS
FOR UKRAINE'S ECONOMIC RECOVERY
IN THE POST-WAR PERIOD 209

Lyudmila Prysiazhna
INFORMATION AND COMMUNICATION SUPPORT
FOR ENTERPRISE DEVELOPMENT MANAGEMENT
IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION 211

Yana Ostapenko
Candidate of Economic Science, Docent,
Associate Professor at the Department of Economic Policy,
Marketing and Business Analytics
State Tax University

Остапенко Я.О.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної політики, маркетингу та бізнес-аналітики
Державного податкового університету

DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-530-3-65

INNOVATIVE EDUCATIONAL TECHNOLOGIES FOR TRAINING MARKETING SPECIALISTS

ІННОВАЦІЙНІ ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ

Сучасний маркетинг постійно змінюється під впливом нових технологій, цифровізації та змін у поведінці споживачів. Це вимагає від майбутніх маркетологів не тільки знань класичних концепцій, але й розуміння новітніх технологій, володіння цифровими інструментами та навичками аналітики даних. Саме тому навчальні заклади активно впроваджують інноваційні освітні технології, які роблять навчальний процес інтерактивним, ефективним і наближеним до реального бізнес-середовища.

Однією з ключових інновацій у сфері освіти є використання онлайн-платформ для навчання. В Україні активно розвиваються онлайн-курси та програми для підготовки маркетологів, такі як Coursera, Udemy, EdX та локальні платформи, що пропонують спеціалізовані курси з цифрового маркетингу, SMM, SEO, контент-маркетингу, аналітики та інших важливих напрямків.

Основним трендом у сфері освіти стала цифровізація. Вона охоплює різні аспекти навчального процесу:

– лекції в онлайн-форматі (через Zoom, Microsoft Teams, Google Meet);

– електронні освітні платформи (Moodle, Google Classroom, Coursera, Prometheus, EdEra, Udemy);

– віртуальні навчальні лабораторії, що дозволяють працювати з реальними кейсами та симуляціями маркетингових процесів;

– вебінари та онлайн-курси від провідних маркетингових компаній.

Використовуючи мобільні додатки, здобувачі мають зворотній зв'язок від викладачів, беруть участь у вебінарах та майстер-класах, отримують доступ до навчальних матеріалів, а також виконують завдання, проходять тести та оцінюють свої результати в будь-який час і в будь-якому місці,

Онлайн-ігри та віртуальні платформи для моделювання маркетингових кампаній, допомагають студентам розвивати креативність і аналітичне мислення.

Використання гейміфікації у навчальному процесі підвищує мотивацію здобувачів і дозволяє більш ефективно засвоювати матеріал. Платформи на кшталт Kahoot, Quizizz та Duolingo сприяють кращому засвоєнню маркетингових термінів. Використовуючи бізнес-симуляції, такі як Markstrat та Simbound, майбутні фахівці опанують реальні маркетингові стратегії у віртуальному середовищі.

Інтеграція таких інструментів, як штучний інтелект, Google Analytics і SEMrush, надає можливість аналізувати ринок, прогнозувати поведінку споживачів і

оптимізувати свої маркетингові стратегії. Згідно з дослідженням Gradus Research та dentsu Ukraine, представленим у вересні 2024 року, 89% українських маркетологів вже використовують інструменти ШІ у своїй роботі. Більшість із них мають початковий або середній рівень володіння цими технологіями, причому 62% почали їх застосовувати протягом останнього року. Основні сфери використання ШІ включають копірайтинг (41%), дизайн (33%) та пошук інформації (31%) [1]. Це свідчить про швидке впровадження ШІ в маркетингову практику та необхідність відповідної підготовки фахівців.

В Україні інтенсивно впроваджуються курси, які дозволяють здобувачам опановувати інструменти ШІ для роботи в маркетингу.

Невід'ємною частиною маркетингових стратегій стали соціальні мережі. Отримати практичні навички у сфері цифрового маркетингу, студенти зможуть вивчаючи алгоритми контенту, аналізуючи ефективність реклами та створюючи унікальні маркетингові кампанії у Facebook, LinkedIn, Instagram та TikTok.

Аналітика даних стає ключовим елементом сучасного маркетингу [3]. Тому навчальні заклади в Україні впроваджують курси з аналізу великих даних, які дозволяють здобувачам:

– опановувати використання Google Analytics, Power BI, Tableau для аналізу маркетингових кампаній;
– розуміти принципи SEO, SEM, таргетованої реклами;
– аналізувати поведінку споживачів за допомогою CRM-систем (HubSpot, Salesforce);
– використовувати інструменти для збору даних (Python, SQL).

Освоївши спеціалізовані сервіси та автоматизовані CRM майбутні маркетологи зможуть ефективно аналізувати дані, оптимізувати бізнес-процеси та покращувати взаємодію з клієнтами.

Новим напрямком впровадження інноваційних технологій при підготовці маркетологів є віртуальна та доповнена реальність. Завдяки віртуальним бізнес-кейсам можливо проаналізувати маркетингові стратегії великих компаній у реальному часі, AR-додатки допоможуть створювати інтерактивні маркетингові кампанії, VR-тури можуть використовуватися для вивчення рітейл-маркетингу та поведінки покупців у магазинах [2].

Важливим елементом освіти є проєктна діяльність, яка передбачає співпрацю здобувачів із реальними компаніями. Це може бути:

– участь у маркетингових хакатонах та стартап-інкубаторах;
– розробка рекламних кампаній та стратегій для реальних клієнтів;
– стажування у міжнародних та українських компаніях;
– менторські програми від досвідчених маркетологів та підприємців.

Завдяки такому підходу студенти отримують практичний досвід ще до завершення навчання.

На нашу думку, важливими кроками ефективного впровадження інноваційних освітніх технологій при підготовці фахівців з маркетингу у вищих навчальних закладах України є:

– модернізація освітніх програм відповідно до європейських стандартів, розширення можливостей для онлайн-навчання;
– підготовка викладачів до використання сучасних технологій у навчальному процесі;
– розширення співпраці з бізнесом для залучення здобувачів до реальних маркетингових проєктів;
– створення інноваційних лабораторій у закладах освіти, де студенти зможуть експериментувати з цифровими інструментами маркетингу.

Це сприятиме підготовці фахівців з маркетингу, які відповідатимуть сучасним викликам ринку та володітимуть актуальними компетенціями.

Література:

1. Використання штучного інтелекту в маркетингу. URL: https://gradus.app/en/open-reports/use-artificial-intelligence-marketing/

2. Дембіцька С., Кобилянський О., Васаженко Н. Вплив інноваційних освітніх технологій на підготовку фахівців в умовах динамічного розвитку ринку праці. *Педагогіка безпеки.* 2024. № 9(1). С. 1–7. DOI: https://doi.org/10.31649/2524-1079-2024-9-1-001-007

3. Федорченко А., Гречаний О. Вплив цифрових технологій на зміну функцій та компетентностей маркетологів. *Економіка та суспільство.* 2024. № 61. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-76

Izdevniecība “Baltija Publishing”
Valdeķu iela 62 – 156, Rīga, LV-1058

Iespiests tipogrāfijā SIA “Izdevniecība “Baltija Publishing”
Parakstīts iespiešanai: 2025. gada 21. marts
Tirāža 200 eks.