

Сучасний маркетинг характеризується міждисциплінарними зв'язками та інтегрує в собі методологічні аспекти різних наук: економіки, філософії, соціології, менеджменту, унаслідок чого трансформуються його принципи, збагачується інструментарій та розвиваються технології. Спираючись на філософську та соціальну природу маркетингу, налагоджуються взаємовигідні довгострокові взаємовідносини закладу вищої освіти з суб'єктами ринку, що стає можливим за умов належно організованої та цілеспрямованої маркетингової діяльності, впровадження маркетингової концепції на всіх рівнях управління.

Ураховуючи економічну природу освітнього продукту, який на ринку набуває форму змішаного блага, необхідно є інтеграція інструментарію комерційного та некомерційного маркетингу. Таким чином, традиційні для сфери послуг елементи «ціна» (price), «збут» (place), «просування» (promotion), «фізичні свідчення» (physical evidence) доцільно доповнити новими елементами «унікальна пропозиція» (proposition) та «соціальний маркетинг» (social-marketing). У результаті сформовано інтегровану модель комплексу маркетингу продуктів вищої освіти «5P+S», яка відображає філософію створення споживчої цінності освітніх продуктів як змішаних благ. Її використання в закладах вищої освіти дозволить приймати управлінські рішення і формувати унікальні конкурентні переваги на ринку праці за рахунок підвищеної споживчої цінності та відповідності пропонованих продуктів індивідуальним, колективним та суспільним потребам формування інтелектуального капіталу.

УДК 004.9:378.1

**Л.М. Янчева**, канд. екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

**О.Є. Чатченко**, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

## **SMART-ТЕХНОЛОГІЇ У ВИЩІЙ ОСВІТІ**

XXI століття – це століття, коли інформаційні технології стають невід'ємною частиною життєвого простору людини. Сьогодні з упевненістю можна констатувати факт існування нового цифрового (мережевого) покоління людей, для яких мобільний телефон, комп'ютер та Інтернет є такими ж природними елементами їх життєвого простору, як природа і суспільство.

Сучасна вища освіта характеризується високим ступенем динамізму: постійно пропонуються нові методики навчання і перевірки знань, впроваджуються нові технології ознайомлення студентів з аспектами їх майбутньої професії. Здатність освіти до постійних змін обумовлена необхідністю відповідності рівня підготовки майбутніх фахівців вимогам ринку праці та формування сучасної креативної особистості. Розкриття творчих можливостей, завершення процесу професійного самовизначення та самоактуалізації, підвищення рівня інтелектуальної та соціальної гнучкості – всі ці аспекти освітнього процесу закладів вищої освіти передбачають застосування smart-технологій.

Одним із перших учених, який ввів абревіатуру smart, був Пітер Друкер – економіст, публіцист, педагог, відомий теоретик менеджменту ХХ століття. У результаті поступово сформувалися різні напрями застосування smart-технологій: у першу чергу, економіка і менеджмент, потім сфера соціології та комунікацій і нарешті – освіти.

Сьогодні відбувається процес формування smart-спільноти, тобто соціальна організація нового типу, в якій освічені люди використовують у своїй діяльності новітні технічні засоби, що дозволяють ефективно вести роботу і підтримувати ділові, дружні взаємини. Особливим діяльнісним союзом закладів вищої освіти (студентів і викладачів) є Smart education, мета якої – здійснення освітнього процесу шляхом комплексного застосування нових технологій.

У дослідженнях зарубіжних учених (Н.В. Дніпровської, К.О. Янковської, І.В. Шевцової) подано досить широке поняття smart, яке дозволяє закріпити його в методологічному апараті освіти. Смарт – це властивість системи або процесу, яка проявляється у взаємодії з навколишнім середовищем, і наділяє системи і/або процес здатністю:

- негайного реагування на зміни в зовнішньому середовищі;
- адаптації до умов, які трансформуються;
- самостійного розвитку і самоконтролю;
- ефективному досягненню результату.

Концепція smart в освіті виникла в результаті проникнення в наше життя різноманітних «розумних» пристроїв, що підвищують ефективність професійної діяльності (смартфон, розумний будинок, смарткар – інтелектуальний автомобіль, смартборди – інтерактивна інтелектуальна електронна дошка, smart-система самодіагностики жорсткого диска комп'ютера). Smart має на меті підвищення рівня інтелектуальності пристроїв, які формують навколишнє середовище для того чи іншого виду діяльності. Як властивість, smart дозволяє миттєво адаптувати об'єкт або процес до змін у навколишньому

середовищі, що робить його найбільш затребуваним у сучасному соціальному розвитку і, особливо, в освіті. Формування нової концепції smart-освіти полягає в досягненнях інформаційних і комунікаційних технологій, що дозволяють досягти нових економічних і соціальних ефектів у системі освіти й отримати нову ефективність.

Перенесення цієї концепції на освіту знаходиться в початковій стадії, терміни і основні поняття проходять процес формування. Розуміння smart стосовно сфери освіти коливається від використання смартфонів та інших аналогічних пристроїв для доставки знань учням до формування інтегрованого інтелектуального віртуального середовища навчання, в тому числі з використанням пристроїв категорії smart.

Smart-суспільство ставить перед університетами нову глобальну задачу: підготовку кадрів, що володіють креативним потенціалом, які вміють думати і працювати в новому світі. Для цього їх треба вчити новим практичним навичкам: комунікувати в соціальних мережах, відбирати корисну інформацію, працювати з електронними джерелами, складати особисті бази знань, що вимагає зміни в організації навчального процесу. Зміст концепції smart-університетів у кожній країні трактується по-різному, проте у всіх випадках зводиться до ряду нових ефектів, що задовольняють потреби зацікавлених сторін в умовах нового типу суспільства.

Smart-університет передбачає:

- гнучкість навчання в інтерактивному освітньому середовищі;
- персоналізацію й адаптацію навчання;
- вільний доступ до контенту в усьому світі.

Smart-навчання реалізується з використанням технологічних інновацій та Інтернету, який надає студентам можливість придбання професійних компетенцій на основі системного багатовимірного бачення і вивчення дисциплін з урахуванням їх багатоаспектності і безперервного оновлення змісту. Навчання в smart-університеті повинно бути максимально включеним у життя слухача, носити неформальний характер і ґрунтуватися на технологіях, які сьогодні звичні для всіх. Щоб встигати за змінами, що відбуваються і зростаючими запитами студентів smart-університетам необхідно відповідати наступним вимогам: гнучкість, пристосованість, якісні показники, інновації.

Серед учених (А.О. Алетдінова, А.А. Мельниченко) є різні підходи до трактування поняття smart-освіти:

- smart як освітнє, інтелектуальне середовище;

– smart як сукупність навчальних закладів і професорсько-викладацького складу (з яким складно погодитися, швидше за все, це слід розглядати як певну інфраструктуру освіти, у цьому випадку в ЗВО);

– smart як новий вид, новий підхід до освіти, що дозволяє досягати або більш високих результатів, або більш ефективними способами;

– smart як розвиток особистості людини в контексті формування нових smart-компетентностей.

Обговорювані характеристики smart-освіти зводяться не лише до використання сучасних інформаційних і цифрових технологій, а й до підвищення інтелектуальності освітнього середовища, де відбувається деяка колаборація суб'єктів і об'єктів освіти, яка підтримується на рівні можливостей електронного середовища та відповідного інструментарію. Характеристики smart-освіти:

1. Безшовність як можливість забезпечення сумісності між різним програмним забезпеченням і системами. Безшовність дозволяє надавати рівні можливості для навчання незалежно від пристроїв, які використовувались, забезпечуючи можливість реалізації безперервності навчального процесу і цілісності навчальної інформації.

2. Незалежність від часу і місця організації навчання, мобільність, безперервність і простота доступу до навчальної інформації та взаємодії суб'єктів.

3. Автономність викладачів і студентів за рахунок використання мобільних пристроїв доступу до навчальної та організаційної інформації.

4. Використання різних мотиваційних моделей в освітньому процесі.

5. Взаємозв'язок між індивідуальними і організаційними цілями роботодавців і освітніх організацій.

6. Оцінка демонстрованих змін компетенцій – результативність освітнього процесу вимірюється не стільки отриманими знаннями, скільки можливістю їх застосовувати на практиці.

7. Гнучке навчання з точки зору переваг й індивідуальних можливостей студента (можливість налагоджувати навчання згідно з індивідуальними параметрами студента, в тому числі, таких як початкові знання, досвід і навички; стиль навчання; фізіологічні та психологічні стани в конкретний момент навчання та ін.).

Smart-технології стають на сьогодні якісною методичною платформою для реалізації різних цілей, у тому числі освітніх і професійних.