

УДК 378. 339.138(075.8)

О.В. Жегус, д-р. екон. наук, проф. (ДБТУ, Харків)

АКТУАЛІЗАЦІЯ ЗНАНЬ ТА КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ» В УМОВАХ НОВОЇ ЕРИ МАРКЕТИНГУ

Сучасний маркетинг, який в процесі еволюції вже поєднав технології з глибоким людським підходом, вимагає трансформації освітніх програм для підготовки майбутніх маркетологів. Вони все більше мають ставати крос-функціональними фахівцями, поєднуючи знання з маркетингу, управління, економіки, психології споживачів з цифровими навичками та технологіями. Крім зазначених, важливим є розвиток компетентностей, необхідних для успішної діяльності в сучасному турбулентному і надскладному бізнес-середовищі. Серед них ключовими є адаптивне та критичне мислення, а також креативність та здатність до емпатії (рис.).

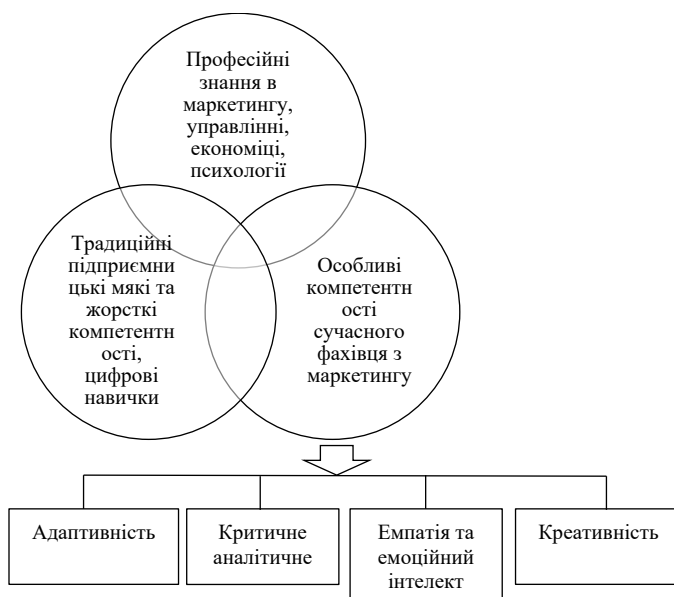


Рисунок - Сучасна модель компетентностей та знань фахівця з маркетингу

Оскільки запити стейкхолдерів у сфері вищої освіти [1], зокрема майбутніх працевлагодотворенців, державних інституцій, суспільних організацій

все більше стосуються здатності сучасних фахівців до імплементації принципів соціальної відповідальності та сталого розвитку, маркетологи нової генерації мають бути готові враховувати етичні аспекти своєї діяльності, її впливу на екологію та соціальні аспекти, тому актуальним завданням у сфері вищої освіти є розвиток навичок з ESG-принципів та створення маркетингових стратегій для стійкого розвитку бізнесу.

Актуалізація знань та компетентностей студентів спеціальності «Маркетинг» є ключовим елементом для підготовки затребуваних та конкурентоспроможних фахівців у новій реальності Маркетингу 5.0, який надзвичайно швидко вже еволюціонує до Маркетингу 6.0. Це вимагає постійної інтеграції в освітні програми засобів для осолодіння студентами новітніми цифровими технологіями, практичними навичками їх використання для вирішення маркетингових завдань, етичними підходами в бізнесі та формування готовності до безперервного навчання.

У своїй новій книзі Ф. Котлер називає Маркетинг 6.0. як «Metamarketing», наголошуючи на подальшій стрімкій цифровізації людства з переходом взаємодії між бізнесом та споживачами у Метавсесвіт [2]. Підготуватися до настання епохи Маркетингу 6.0 необхідно вже зараз, активно доповнюючи освітню програму маркетологів навчальними дисциплінами, що пов'язані зі штучним інтелектом та цифровізацією [3].

Викликом для вищої освіти є швидкість оновлення знань та технологій, тому навички, здобуті на початку навчання, будуть застарівати навіть у процесі навчання, що вимагає гнучкості навчального процесу та постійної актуалізації навчального контенту. Зокрема, вже зараз трансформація маркетингових і цифрових технологій вимагає оновлення знань з урахуванням досягнень у таких сферах, як штучний інтелект, доповнена реальність, автоматизація, big data та blockchain. Система освіти також має адаптуватися до потреб студентів, пропонуючи їм індивідуальні програми та можливості вибору спеціалізацій в маркетингу: цифровий маркетинг, контент-маркетинг, UX-дизайн, аналітика даних тощо.

Інформаційні джерела

1. Жегус О. В. Ключові стейкхолдери закладу вищої освіти на галузевому ринку. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. № 15. С. 170-178
2. Kotler P. (2023) Marketing 6.0: The Future Is Immersive. 256 p.
3. Лядський І.К. «Маркетинг 6.0 – як сподобатися SIRI?». URL: https://www.researchgate.net/publication/382486972_MARKETING_60_-_AK_SPODOBATISA_SIRI