

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ МАТЕРІАЛІВ  
СXXXVII МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
ІНТЕРНЕТ - КОНФЕРЕНЦІЇ**

*el-conf.com.ua*

**«РОЗВИТОК НАУКИ ТА ТЕХНІКИ:  
ВИКЛИКИ 2024 РОКУ»**

**19 СІЧНЯ 2024 РОКУ**



**М. ЧЕРНІВЦІ**

Розвиток науки та техніки: виклики 2024 року,  
СХХХVІІ Міжнародна науково-практична інтернет-  
конференція. – м. Чернівці, 19 січня 2024 року. – 300 с.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей СХХХVІІ Міжнародної науково-практичної інтернет - конференції «Розвиток науки та техніки: виклики 2024 року», 19 січня 2024 року, які оприлюднені на інтернет-сторінці [el-conf.com.ua](http://el-conf.com.ua)

Адреса оргкомітету:  
21018, Україна, м. Вінниця, а/с 5088  
e-mail: [el-conf@ukr.net](mailto:el-conf@ukr.net)

Оргкомітет інтернет-конференції не завжди поділяє думку учасників. У збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Повну відповідальність за достовірну інформацію несуть учасники, наукові керівники.

Всі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерела є обов'язковим.

<i>Кунтиш О.С.</i> ІНТЕГРАЦІЯ НЕЙРОМЕРЕЖ У ВИРОБНИЧІ ПРОЦЕСИ: ТЕХНІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ.....	136
<i>Леунова Д.</i> ДИСТАНЦІЙНА ЛОГОПЕДИЧНА РОБОТА З ДОШКІЛЬНИКАМИ З ДИСЛАЛІЄЮ.....	138
<i>Лозовий К.С.</i> ОПТИМІЗАЦІЯ ГЛИБИННОГО НАВЧАННЯ В НЕЙРОННИХ МЕРЕЖАХ ДЛЯ РОЗПІЗНАВАННЯ ЗОБРАЖЕНЬ OPTIMIZATION OF DEEP LEARNING IN NEURAL NETWORKS FOR IMAGE RECOGNITION.....	141
<i>Lukianova A.</i> UKRAINIAN TECHNOLOGIES THAT REDUCE THE DESTRUCTIVE IMPACT OF PRODUCTION ON THE ENVIRONMENT.....	143
<i>Магдюк О.В.</i> PROSPECTS FOR LEARNING ENGLISH IN UKRAINE DURING MARTIAL LAW	146
<i>Меркулов П.Ю.</i> ЗНАЧЕННЯ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРАЦІ НОТАРІУСІВ.....	150
<i>Самойленко О.В., Михайлюк С.С.</i> РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ МЕДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ МІЖ ДВОМА СВІТОВИМИ ВІЙНАМИ.....	155
<i>Мілохіна Д.Є., Чорна А.Г.</i> ПРОБЛЕМАТИКА КОЛАБОРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ .....	158
<i>Мілька З.С.</i> ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЮ «PREMIER HOTEL PALAZZO» КАТЕГОРІЇ «****» У МІСТІ ПОЛТАВА.....	161
<i>Монашева Ю.Ю.</i> СЕНСОРНА ІНТЕГРАЦІЯ ЯК МЕТОД КОРЕКЦІЇ РОЗВИТКУ МОВЛЕННЯ У ДІТЕЙ З ДИЗАРТРИЧНИМИ ПОРУШЕННЯМИ ПРИ ДЦП.....	164
<i>Навольський С.Н.</i> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ.....	169
<i>Нарольська С.А., Нарольський В.М.</i> ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ФІЗИЧНИХ ЛАБОРАТОРІЙ З ДИСЦИПЛІНИ «ФІЗИКА» В УМОВАХ ВОЄННОГО ПЕРІОДУ .....	173

4. Сенсорна інтеграція та її значення для функціонування та розвитку мовлення дитини <https://autism.ua/about-autism/20-terapiia/896-sensorna-intehratsiia-znachennia-dlia-funktsionuvannia-rozvytku-movlennia-dytyny> с – 1.

5. Фаласеніді Т.М., Козак М.Я. Порушення сенсорної інтеграції у дітей з особливими потребами "Молодий вчений" №9 (49) вересень 2017 р. с– 37.

6. О.В. Чеботарьова, Л.В Коваль, Е.А. Данілавічюте. Дитина із церебральним паралічем. Харків. С. 15-17.

7. Логопедична робота з подоланням мовленнєвих порушень у дітей дошкільного віку із ДЦП. [https://revolution.allbest.ru/pedagogics/01174408\\_0.html](https://revolution.allbest.ru/pedagogics/01174408_0.html). с – 1-2.

8. Шеремет М. К. Неврологічні основи логопедії : навчальний посібник // М. К. Шеремет, О. В. Боряк ; - Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С.Макаренка, 2020. – 276 с.

9. Логопедія. Дизартрія М.В.Лепетченко ДНУ. 2015. С. 11-31.

---

УДК 378

Педагогічні науки

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ

**Навольський С. Н.,**

*аспірант*

*Тернопільський національний*

*педагогічний університет*

*імені Володимира Гнатюка*

*м. Тернопіль, Україна*

Світові політичні та економічні процеси, пандемії, військові конфлікти, динамічний розвиток технологій вимагають змін в освітній парадигмі підготовки фахівців, у тому числі й маркетологів. Ринок потребує спеціалістів з відповідним рівнем професійних компетенцій, які здатні реалізовувати поставлені перед ними завдання на належному рівні.

Сучасний стан підготовки майбутніх маркетологів у закладах вищої освіти диктує необхідність пошуку нових шляхів підвищення якості їхньої теоретичної підготовки, здатності до самостійної творчої праці, професійного саморозвитку, а головне – засобів і методів підготовки випускника до професійної діяльності. Професійна компетентність маркетолога вимагає від нього постійного поповнення знань економічних, соціальних, інформаційних та інших, пов'язаних з професійною діяльністю та освітою.

Проблемам фахової підготовки спеціалістів економічного профілю присвячені наукові роботи низки вчених: Л. Іваненко, О. Боєнко (розробка моделі професійної підготовки фахівців-маркетологів на основі компетентнісного підходу) [1], В. Жуковські (педагогічні умови професійної підготовки майбутніх маркетологів сфери послуг оптової та роздрібною торгівлі) [2], Н. Трішкіна (підходи до формування професійних компетенцій фахівців торговельно-економічного профілю) [3], Н. Шостаківської (зміст професійної компетентності та структура загальнонаукової компетенції майбутніх економістів) [4] та ін.

Одним із ключових пріоритетів освітньої політики України є узгодження змісту та структури професійної освіти з потребами ринку праці. Крім того, реалізація підходу, орієнтованого на компетентності здобувачів вищої освіти, визначає необхідність розробки та вдосконалення навчальних програм дисциплін згідно з стандартом вищої освіти загальних і спеціальних (фахових) компетентностей.

При формуванні найбільш актуальних компетентностей майбутнього фахівця слід дотримуватися принципів: науковості, системності, комплексності, об'єктивності, наступності тощо. Першим кроком має стати розробка освітньої програми, яка, насамперед, передбачає набуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей на рівні аналізу професійної сфери маркетингу з деталізацією відповідно до спеціальності.

Однією з важливих методичних констант є динамізм навчальних програм. Ця засада розкриває ключову проблему сучас-

ного маркетингу — орієнтацію на поточний попит. Сьогодні всі рівні економіки: від масштабних транснаціональних чи міждержавних угод до продажу продуктів харчування в магазинах пронизані маркетинговим впливом. Звичайно, традиційна підготовка фахівців у закладах вищої освіти постійно оновлюється, відповідаючи викликам часу, однак, маємо констатувати, що система освіти має ознаки консерватизму, тому запропоновані зміни часто є запізнілими.

Маркетологи – одні з найбільш затребуваних фахівців сьогодні. Це підтверджується аналітичним звітом міжнародного кадрового порталу Head Hunter, де пропозиції про роботу для фахівців цієї сфери склали 9% від усіх розміщених пропозицій про роботу у 2019 р [1, с. 494].

Для визначення основних вимог ринку праці щодо пошукувачів роботи за напрямом «маркетинг» науковцями [1] було сформовано профіль, що відображає ознаки, які очікують роботодавці від потенційних працівників. Він містить чотири категорії, що стосуються знань та навичок і є цікавими для ринку праці: 1) *професійні знання*: складаються з усіх знань, безпосередньо пов'язаних зі сферою маркетингу; 2) *знання інформаційних технологій*: охоплення всіх вимог, безпосередньо пов'язаних зі сферою інформаційних та комунікаційних технологій; 3) *знання іноземної мови*; 4) *міжособистісні навички*: містять усі соціальні/поведінкові характеристики та компетенції, що пов'язані з особистісним розвитком кожної людини та здатністю спілкуватися з різними людьми в різних ситуаціях [1, с. 494].

Таким чином, ми бачимо, які блоки дисциплін має містити освітня програма і на які програмні результати повинна бути спрямована. Важливим також є залучення міждисциплінарної ланки в процесі підготовки відповідного спеціаліста: формування фірмового (зовнішнього) та корпоративного (внутрішнього) стилю комунікацій; транснаціональний та міжнародний формат комунікацій; глобальні рекламні комунікації; структуровані маркетингові комунікації [5, с. 526]. Це підтверджується тим фактом, що згідно з доповіддю Всесвітнього економічного форуму «Future of Jobs»,

найбільш актуальними навичками 2020 р. є: рішення комплексних завдань; критичне мислення; креативність; управлінські таланти; комунікаційні навички; емоційний інтелект; здатність приймати рішення; клієнтоорієнтованість; навички ведення переговорів; когнітивна гнучкість [6].

Отже, нами окреслено лише деякі проблемні аспекти фахової підготовки майбутніх маркетологів, які потребують нових підходів до реалізації поставлених завдань. Подальшу перспективу ми вбачаємо в розробці міждисциплінарних освітніх програм, які будуть більшою мірою спрямовані на поєднання класичних і інноваційних методів навчання, залученні практиків до формування змісту освітнього процесу, більшої можливості академічної мобільності студентів, урахуванні інтегрованого досвіду провідних закордонних та вітчизняних ЗВО.

#### Література:

1. Іваненко Л., Боєнко О. Розробка моделі професійної підготовки фахівців-маркетологів на основі компетентісного підходу. Бізнесінформ № 5, 2022, С. 492-502
2. Жуковські В. Педагогічні умови професійної підготовки майбутніх маркетологів сфери послуг оптової та роздрібною торгівлі : дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. Хмельницький, 2015. 315 с.
3. Трішкіна Н. І. Сучасні підходи до формування професійних компетенцій фахівців торговельно-економічного профілю. Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». 2015. № 1. С. 193–199. URL: <https://pedpsy.duan.edu.ua/images/PDF/2015/1/31.pdf>
4. Шостаківська Н. М. Основа професійної компетентності майбутнього економіста – загальнонаукова компетенція. Вісник Тернопільського національного технічного університету. 2016. Вип. 16. С. 197–200.
5. Лікарчук, Н., Ярвіс, М., Вареник О., Малихіна, С., & Коноплянникова М. (2022). Сучасні тенденції та актуальні проблеми підготовки менеджера маркетингових комунікацій. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 1(42), 522–528. <https://doi.org/10.55643/fcapter.1.42.2022.3646>