

турованих даних у режимі реального часу. Це забезпечує докорінно нове розуміння споживчих мотивів, переваг та очікувань, що є критичним для прийняття виважених маркетингових рішень. Водночас якісні методи досліджень, як-от фокус-групи та глибинні інтерв'ю, залишаються важливими інструментами для отримання унікальних, неупереджених відгуків безпосередньо від цільової аудиторії. Синергія кількісних та якісних підходів дає змогу маркетологам поєднувати найкраще з обох світів.

Список використаних джерел

1. Дума О. І., Мельник М. С. Новітні технології маркетингових досліджень та аналізу ринку. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2021. № 2(6). С. 29–39. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/nov/25478/nzmened-29-39.pdf> (дата звернення: 12.03.2024).
2. Сохецька А. В. Сучасні тенденції маркетингових досліджень. *Бізнес Інформ*. 2020. № 7(510). С. 346–352. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-7_0-pages-346_352.pdf (дата звернення: 12.03.2024).

Анотація. У роботі висвітлюються сучасні тенденції, що визначають розвиток маркетингових досліджень в Україні, а саме впровадження новітніх інноваційних технологій, які забезпечують глибше розуміння поведінки споживачів та персоналізацію взаємодії з цільовими аудиторіями для підвищення ефективності маркетингових кампаній компаній.

Ключові слова: маркетингові дослідження, штучний інтелект, концепція Великих даних, поведінка споживачів.



УДК: 378.014.25(043.2)

**Присяжнюк Карина Віталіївна, здобувачка вищої освіти
(наук. керівник – канд. соц. ком., старший викладач кафедри
інформаційних систем управління Василенко В. Ю.)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця**

ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ОСНОВНІ ПІДХОДИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Вступ. Інтернаціоналізація вищої освіти через оновлення навчальних програм створює можливості для здобувачів отримувати актуальні знання, враховуючи міжнародні стандарти та вимоги ринку праці. Це включає в себе впровадження сучасних методик навчання, активне використання інтерактивних технологій та дистанційного навчання.

Актуальність. Важливо зміцнювати матеріально-технічні бази університетів для міжнародних освітніх та наукових проєктів; це може включати модернізацію аудиторій, лабораторій, бібліотек, а також інфраструктури для наукових досліджень. Це створює сприятливі умови для залучення як здобувачів, так і викладачів до міжнародних програм обміну, співпраці з іншими університетами та участі у міжнародних дослідницьких проєктах. Такі заходи сприяють розширен-

ню горизонтів здобувачів, підвищенню якості освіти та підготовці конкурентоспроможних фахівців, готових працювати в умовах глобалізації та міжнародного співробітництва.

Основна частина. Міжнародна академічна мобільність здобувачів та аспірантів охоплює різні форми, що сприяють їхньому професійному й особистісному розвитку. Зокрема, розглянемо основні аспекти міжнародної академічної мобільності здобувачів та аспірантів.

Навчання за кордоном. Здобувачі мають можливість відвідувати заняття в університетах-партнерах або проходити академічні курси в інших країнах. Це дає їм змогу отримати нові знання, ознайомитися з іншими культурами та навчитися працювати в міжнародному середовищі.

Мовне стажування. Студенти мають можливість вдосконалити свої мовні навички, вивчаючи мову в країні, де вона є офіційною. Це може відбуватися через участь у мовних курсах, імерсійні програми або спілкування з носіями мови.

Наукове стажування. Студенти та аспіранти можуть працювати у відомих наукових лабораторіях, університетах чи наукових центрах за кордоном, де вони отримують можливість займатися дослідженнями під керівництвом визнаних учених та спеціалістів [2].

Міжнародна академічна мобільність є важливим складником освітнього процесу, який допомагає студентам та аспірантам розширити свої знання, навички та підготуватися до кар'єрного зростання в умовах глобального світу.

Інтернаціоналізація вищої освіти включає різні підходи, серед яких комерціалізація та гомогенізація навчальних програм відіграють важливу роль:

Комерціалізація – підхід, який передбачає адаптацію освітніх програм до ринкових потреб та вимог. Університети співпрацюють із приватними компаніями та індустріями для розробки навчальних програм, які відповідають сучасним вимогам ринку праці. Це може включати впровадження практичних занять, стажування в компаніях та розробку курсів з акцентом на практичні навички.

Комерціалізація вищої освіти відображає стратегічний підхід університетів до пристосування своїх програм та послуг до потреб ринку.

Університети адаптують свої освітні програми, враховуючи потреби та вимоги ринку праці. Це означає перегляд і оновлення навчальних планів та змісту курсів, щоб забезпечити студентів актуальними знаннями і навичками, які відповідають сучасним вимогам робочого ринку. Університети встановлюють партнерства з приватними компаніями та індустріями для спільної розробки навчальних програм. Це дає змогу університетам отримувати цінність від досвіду та експертизи компаній, а також забезпечує студентам можливість отримати практичний досвід та стажування в реальних умовах робочого середовища. Комерціалізація включає розробку курсів з акцентом на практичні навички. Це може включати практичні заняття, вирішення реальних кейсів, стажування та практикуми, які допомагають студентам набути необхідного досвіду для подальшої кар'єри [3].

Гомогенізація – підхід, який передбачає стандартизацію навчальних програм з метою їх уніфікації та відповідності міжнародним стандартам якості. Це може бути корисним для спрощення процесу визнання дипломів і підвищення

конкурентоспроможності закладів вищої освіти на міжнародному рівні. Уніфіковані стандарти визначають навчальні зміст та критерії оцінювання для різних освітніх програм, що сприяє створенню єдиного рівня якості. Гомогенізація базується на відповідності міжнародним стандартам якості, як-от стандарти ISO (Міжнародна Організація зі Стандартизації), що забезпечує визнання та прийняття програм на міжнародному рівні. Стандартизація дає змогу полегшити процес визнання дипломів між різними країнами та установами, оскільки забезпечує спільні критерії оцінювання. Однакові стандарти допомагають закладам вищої освіти постати на міжнародному рівні та підвищити свою привабливість для студентів та науковців. Гомогенізація сприяє створенню єдиної системи вищої освіти, яка відповідає вимогам сучасного світового ринку праці та освіти [1].

Висновки. Отже, ці підходи допомагають університетам адаптуватися до змін у сучасному освітньому та робочому середовищі, забезпечуючи здобувачам актуальні знання та навички, які відповідають вимогам ринку.

Список використаних джерел

1. Процеси гомогенізації в підприємницькій освіті: кейс Junior Achievement: вебсайт. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08985626.2023.2279171> (дата звернення: 05.04.2023).
2. Академічна мобільність для аспірантів всіх спеціальностей: вебсайт. URL: <https://fsp.kpi.ua/ua/akademichna-mobilnist-dlya-aspirantiv-vsih-spetsialnostej/> (дата звернення: 02.04.2023).
3. Академічна мобільність для магістрів, аспірантів та викладачів із науковим ступенем: вебсайт. URL: <http://surl.li/slwrđ> (дата звернення: 05.04.2023).

Анотація. У роботі висвітлюються основні підходи та можливості інтернаціоналізації вищої освіти, зокрема: навчання за кордоном, мовне стажування, наукове стажування. Представлено аспект комерціалізації як можливість адаптації освітніх програм до ринкових потреб та вимог. Визначено підхід гомогенізації як можливість стандартизації навчальних програм з метою їх уніфікації та відповідності міжнародним стандартам якості.

Ключові слова: інтернаціоналізація, вища освіта, академічна мобільність, гомогенізація.



УДК: 004.9:316.772.5]:930.25(043.2)

Ханжина Каріна Вікторівна

(науковий керівник – д-р філос. Артеменкова О. М.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В АРХІВНІЙ СПРАВІ

Рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій відіграє ключову роль в економічній, освітній та соціокультурній сфері, зокрема архівній галузі. Особливого значення інформаційно-комунікаційні технології набувають у зв'язку зі збереженням культурної спадщини через російсько-українську війну. Інфор-