ПОГЛИБЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ І МАРКЕТОЛОГІВ ЧЕРЕЗ ЦЕНТРИ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

DEEPENING THE PROFESSIONAL TRAINING OF FUTURE ECONOMISTS AND MARKETERS THROUGH COMPETENCY CENTERS IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

УДК 331.1
DOI: https://doi.org/10.32782/dees.25-14

Лойко В.В.[1]
д.е.н., професор,
завідувач кафедри міжнародної економіки,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Юрченко О.А.[2]
к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Жукова Ю.М.[3]
к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Loiko Valeriia
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University
Yurchenko Oleksandr
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University
Zhukova Yuliia
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University

У статті досліджено напрями поглиблення професійної підготовки майбутніх економістів і маркетологів через центри компетентностей у закладах вищої освіти. Обґрунтовано необхідність посилення практико-орієнтованої складової освітнього процесу з урахуванням сучасних вимог ринку праці, цифрової трансформації економіки та зростання ролі професійних, цифрових, аналітичних, комунікативних і проєктних компетентностей. Систематизовано основні методи і технології роботи центрів компетентностей серед яких тренінги, практикуми, воркшопи, хакатони, гостьові лекції, проєктна та науково-дослідна діяльність. Запропоновано описову модель поглиблення професійної підготовки майбутніх економістів і маркетологів, яка відображає взаємозв'язок мети, напрямів та етапів підготовки, центрів компетентностей, методів навчання, очікуваних результатів і переходу до бази практики та професійної діяльності. Обґрунтовано, що реалізація запропонованого підходу сприяє формуванню професійних і цифрових компетентностей, аналітичного мислення, soft skills, практичного досвіду та готовності здобувачів освіти до професійної діяльності.
Ключові слова: *національна економіка, заклад вищої освіти, професійна підготовка, економісти, маркетологи, професійні компетентності, центри компетентностей, вимоги ринку, практико орієнтоване навчання, цифрові навички, бізнес-тренінги, проєктна діяльність.*

The article examines ways to enhance the professional training of future economists and marketers through competence centers within higher education institutions. It substantiates the need to strengthen the practice-oriented component of the educational process, taking into account modern labor market demands, the digital transformation of the economy, and the growing importance of professional, digital, analytical, communication, and project-management competencies. The practical experience of competence centers operating at the Department of International Economics of Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University is analyzed. The specific activities of the Center for Economic Didactics, the Center for Social Economy and Behavioral Business Models, the Center for Municipal Economics, and the Center for Marketing Innovations and Digital Communications are outlined. The article systematizes the centers' key working methods and technologies, including training sessions, practical workshops, hackathons, guest lectures, and project-based and research activities. A descriptive model for enhancing the professional training of future economists and marketers is proposed; this model illustrates the interrelationships between training goals, directions, and stages, competence centers, teaching methods, expected outcomes, and the transition to practical training and professional practice. It is argued that implementing this approach fosters the development of professional and digital competencies, analytical thinking, soft skills, and practical experience, while preparing students for professional practice. The sequence comprising the "academic classroom," "competence center," and "practical training site" facilitates the progressive increase in the complexity of professional tasks, the acquisition of practical experience, and the development of professional, digital, analytical, communication, and managerial competencies. The authors propose a descriptive model that systematizes the objectives, training areas, stages of professional development, operational methods of competence centers, and expected outcomes, thereby establishing an organizational and methodological foundation for enhancing practice-oriented training.
Key words: *national economy, higher education institution, professional training, economists, marketers, professional competencies, competency centers, labor market requirements, practice-oriented learning, digital skills, business training, project-based activities.*

Постановка проблеми. Сучасна трансформація економічного середовища та динамічні зміни на ринку праці зумовлюють необхідність перегляду підходів до професійної підготовки майбутніх економістів і маркетологів у закладах вищої освіти. Зміни у змісті професійної діяльності фахівців, зростання ролі цифрових технологій, аналітичних інструментів, проєктного підходу та практичних навичок актуалізують потребу в удосконаленні освітнього процесу шляхом посилення його практико-орієнтованої складової. Актуальність дослідження визначається необхідністю забезпечення відповідності професійної підготовки економістів і маркетологів сучасним вимогам бізнес-середовища та суспільства. Традиційне засвоєння теоретичних знань має доповнюватися практичними формами навчання, які формують здатність здобувачів освіти застосовувати набуті знання під час вирішення реальних професійних завдань. У цьому контексті особливого значення набуває розвиток професійних, цифрових, аналітичних, комунікативних і проєктних компетентностей,

[1] ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3248-1585
[2] ORCID: https://orcid.org/0000-0002-8447-6510
[3] ORCID: https://orcid.org/0000-0001-6312-9600

© Лойко В.В., Юрченко О.А., Жукова Ю.М., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

а також soft skills, необхідних для ефективної професійної діяльності.

Функціонування центрів компетентностей є дієвим інструментом удосконалення професійної підготовки економістів і маркетологів, оскільки забезпечує поєднання теоретичних знань із практичною діяльністю та створює умови для формування компетентностей, необхідних для сучасного ринку праці. Для майбутніх економістів такі центри сприяють розвитку аналітичного мислення, навичок прийняття економічно обґрунтованих рішень, проєктної діяльності та застосування економічних знань у практичних ситуаціях, тоді як для маркетологів створюють можливості для розвитку цифрових, комунікаційних, дослідницьких і креативних компетентностей через виконання реальних маркетингових завдань, участь у проєктах та використання сучасних цифрових інструментів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика формування професійних компетентностей майбутніх фахівців економічного профілю представлена в наукових дослідженнях, присвячених організації професійної підготовки, реалізації компетентнісного підходу, розвитку цифрових навичок та модернізації освітнього процесу в закладах вищої освіти.

Зокрема, О. Венгеловська та Л. Куземко [1] досліджують досвід функціонування Центру компетентностей у закладі вищої освіти як інноваційного освітнього осередку, спрямованого на особистісне та професійне становлення майбутніх фахівців. У працях В. Співачук, М. Іконнікової [2], а також О. Слоцького та Р. Балущак [3] розкрито окремі принципи та особливості професійної підготовки майбутніх економістів і маркетологів у системі вищої освіти.

Теоретичні та практичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців економічних спеціальностей на основі компетентнісного підходу висвітлено у дослідженнях О. Шимко та Л. Веретіної [4], В. Дивака, В. Козлова і Т. Томашевської [5], О. Джеджули та В. Василенко [6]. Окремим напрямом сучасних досліджень є адаптація професійної підготовки до умов цифрової трансформації. У дослідженні О. Юрченко, Ю. Жукової та Г. Артамонової [7] акцентовано увагу на необхідності оновлення змісту та структури освітніх програм підготовки майбутніх економістів і маркетологів з урахуванням цифровізації економіки та нових вимог до професійних компетентностей. Окрему групу наукових досліджень становлять праці, присвячені формуванню цифрових компетентностей і навичок у процесі підготовки фахівців економічного профілю. Зокрема, відповідні аспекти висвітлено у роботах Н. Трушкіної та О. Юрченко [8], К. Осадчої, І. Крашеніннік та В. Осадчого [9], В. Лойко та Є. Лойко [10].

Аналіз наукових праць [1–10] засвідчує значну увагу дослідників до питань професійної та компетентнісної підготовки майбутніх економістів і маркетологів, розвитку їхніх цифрових навичок, удосконалення освітніх програм та наближення змісту професійної освіти до сучасних вимог ринку праці. Водночас недостатньо дослідженим залишається питання використання центрів компетентностей як інструменту поглиблення практико-орієнтованої професійної підготовки майбутніх економістів і маркетологів у закладах вищої освіти. Саме необхідність подальшого наукового обґрунтування та практичного розвитку цього напряму зумовлює актуальність дослідження.

Постановка завдання. Мета статті полягає в обґрунтуванні напрямів поглиблення професійної підготовки майбутніх економістів і маркетологів через функціонування центрів компетентностей у закладах вищої освіти, визначенні їхньої ролі у формуванні професійних і цифрових компетентностей, розвитку практичних навичок та soft skills, а також у наближенні освітнього процесу до сучасних вимог ринку праці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Професійна підготовка майбутніх фахівців економічних спеціальностей, зокрема економістів і маркетологів, через центри компетентностей у закладах вищої освіти передбачає поглиблення компетентностей здобувачів освіти шляхом трансформації традиційного освітнього процесу в практико-орієнтоване навчання. Центри компетентностей поєднують теоретичну підготовку з практичними потребами ринку, розвивають цифрові навички, аналітичне мислення та готовність до професійної діяльності через тренінги, реалізацію реальних проєктів і консультації.

Щорічний перегляд та удосконалення освітньо-професійних програм (ОПП) та робочих програм навчальних дисциплін здійснюється відповідно до положень Закону України «Про вищу освіту» [11], стандартів вищої освіти [12], Національної рамки кваліфікацій [13], Стратегії розвитку вищої освіти в Україні [14], а також із урахуванням європейських підходів до забезпечення якості вищої освіти та набутого практичного досвіду у ході реалізації ОПП. Загальні та спеціальні компетентності майбутніх економістів сформовані Стандартом вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальність 051 «Економіка» [15], для майбутніх маркетологів Стандартом вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг» [16]. При плануванні занять та інших заходів у Центрах компетентностей береться до уваги розвиток саме тих компетентностей, які рекомендовані Стандартами вищої освіти для економістів та маркетологів.

Узагальнення практичного досвіду поглиблення професійних компетентностей майбутніх економістів і маркетологів у процесі занять у центрах компетентностей, які сформовані на кафедрі міжнародної економіки Київського столичного університету імені Бориса Грінченка (КСУБГ), дозволило зробити наступні висновки. Особливістю професійної підготовки майбутніх економістів і маркетологів у центрах компетентностей є практико-орієнтований характер набуття нових знань і навичок через реалізацію послідовності «навчальна аудиторія – центр компетентностей – база практики». Реалізація такого підходу у підготовці майбутніх фахівців дає змогу знизити рівень тривожності здобувачів освіти, пов'язаний із набуттям практичних навичок, та краще підготувати їх до майбутньої професійної діяльності. Кожен центр компетентностей, створений на кафедрі міжнародної економіки КСУБГ, має власні місію, завдання, методи й технології та охоплює певні навчальні дисципліни (табл. 1).

Таблиця 1

Цільові характеристики центрів компетентностей

Назва центру компетентностей	Місія центру компетентностей	Завдання центру компетентностей	Методи та технології	Навчальні дисципліни
1	2	3	4	5
Центр економічної дидактики	Забезпечення базової економічної підготовки фахівця, який володіє сучасним економічним мисленням, знаннями і практичними навичками, здатного до творчої діяльності завдяки впровадження професійно-орієнтованого навчального середовища	Формування базових знань закономірностей функціонування сучасної економіки на мега-, макро- та мікрорівнях. Розвиток дослідницького мислення. Формування аналітичних навичок з метою прийняття обґрунтованих економічних рішень	Навчальні ігри, ділові ігри, тренінги, практично-розрахункові роботи. Навчальні конференції. Консультації	Економікс. Економічна історія та історія економічної думки. Економіка підприємства. Регіональна економіка. Міжнародна економіка
Центр соціальної економіки та поведінкових моделей бізнесу	Дослідження явищ та процесів, які відбуваються у соціальній економіці внаслідок локальної, регіональної чи світової інтеграції, оволодіння практичними навичками реалізації механізмів суспільного вибору та прийняття бізнес-рішень з урахуванням меж раціональності економічних агентів	Формування здатності ідентифікувати взаємовплив економічної діяльності і соціальних процесів. Здатність визначати межі раціональності економічних агентів. Здатність організовувати поведінкову взаємодію осіб та груп через соціальний капітал та соціальні «ринки» у бізнесі	Практикуми. Участь здобувачів освіти у наукових дослідження з публікацією результатів. Участь у науково-практичних конференціях. Заняття з фахівцями-практиками	Економіка суспільного сектору. Демографія та статистика. Поведінкова економіка. Соціальна відповідальність економічних рішень. Провайдинг інновацій. Технології бізнес-аналітики. Start-up підприємництво. Засади створення власного бізнесу
Центр муніципальної економіки	Дослідження явищ та процесів, які відбуваються в економіці міста та оволодіння практичними навичками проведення економічних розрахунків при розробці проєктів для міста	Аналізувати, здійснювати моніторинг і прогнозувати показників розвитку економіки міста; Готувати аналітичні довідки та презентувати їх; проводити наукові дослідження за різними аспектами економіки міста; на основі проведених наукових досліджень готувати студентські наукові роботи на конкурс, курсові роботи; за результатами наукових досліджень публікувати статті та тези доповіді на конференціях; розробляти та презентувати проєкти для міста	Практикуми (заняття в центрі компетентностей). Участь здобувачів освіти у наукових дослідженнях з публікацією результатів у наукових фахових виданнях (статей). Участь у науково-практичних конференціях. Заняття з фахівцями-практиками. Підготовка та презентація проєктів для міста	Економіка в містобудуванні. Економіка та фінансове забезпечення розвитку міста. Економічна безпека та ризик-менеджмент. Урбаністика. Міста майбутнього. Міська логістика. Муніципальний менеджмент

Закінчення таблиці 1

1	2	3	4	5
Центр маркетингових інновацій та цифрових комунікацій	Формування та впровадження інноваційних маркетингових рішень, розвиток цифрових комунікацій, підвищення рівня професійних компетентностей студентів, викладачів і практиків у сфері маркетингу	Формування середовища, в якому інноваційні маркетингові ідеї, цифрові технології та креативні комунікаційні рішення трансформуються у прикладні інструменти підвищення конкурентоспроможності організацій, розвитку людського капіталу та сталого соціально-економічного зростання	Заняття в центрі (тренінги, воркшопи, хакатони). Проведення маркетингових досліджень. Заняття з фахівцями-практиками. Розробка та презентації проєктів	Маркетинг. Цифровий маркетинг. Маркетингові комунікації. Маркетингові дослідження. Маркетинг товарів та послуг. Бренд-маркетинг міста Маркетинг інновацій

Джерело: авторська розробка

Здобувачі освіти першого року навчання (майбутні економісти та маркетологи) поглиблюють компетентності у Центрі економічної дидактики. Заняття в центрі сприяють поглибленню знань із базових економічних дисциплін і дають змогу здобувачам освіти набувати практичних навичок через гостьові лекції та заняття з фахівцями-практиками, участь у диспутах і дискусіях, підготовку доповідей і презентацій на теми, які здобувачі можуть самостійно обирати під час вивчення базових економічних дисциплін. Одним із ключових напрямів роботи Центру економічної дидактики є створення умов для успішної адаптації здобувачів освіти першого року навчання до освітнього процесу в закладі вищої освіти та надання їм необхідної педагогічної й психологічної підтримки на початковому етапі формування професійних компетентностей.

Здобувачі освіти другого року навчання (економісти та маркетологи) поглиблюють професійні компетентності у Центрі соціальної економіки та поведінкових моделей бізнесу. У цьому центрі основна увага приділяється формуванню сучасних економічних знань і вмінь на рівні національної економіки, розвитку практичних навичок у сфері start-up-підприємництва, створенню власного бізнесу та прийняттю соціально відповідальних економічних рішень. Заняття в Центрі соціальної економіки та поведінкових моделей бізнесу передбачають гостьові лекції фахівців-практиків, формування бізнес-планів для реалізації бізнес-ідей та розроблення start-up-проєктів. Поглиблення компетентностей у цьому центрі ґрунтується на проєктній діяльності, проведенні перших наукових досліджень, підготовці тез доповідей та виступах на науково-практичних конференціях.

Здобувачі освіти третього року навчання за освітньо-професійною програмою «Економіка міста. Урбаністика» поглиблюють професійні знання та навички у Центрі муніципальної економіки. Спираючись на знання, здобуті під час вивчення навчальних дисциплін, зокрема «Економіка в містобудуванні», «Економіка та фінансове забезпечення розвитку міста», «Економічна безпека та ризик-менеджмент», «Урбаністика», «Міста майбутнього», а також на навички, сформовані в попередніх центрах компетентностей, здобувачі освіти виконують складніші професійні завдання. До них належать дискусії з фахівцями-практиками під час практичних занять і гостьових лекцій, а також розроблення власного «Проєкту для міста», який кожен здобувач освіти презентує на відкритому занятті центру. Поглиблення професійних компетентностей у центрах компетентностей поєднується з розвитком soft skills: умінням дискутувати, презентувати власні ідеї, розробляти та представляти проєкти, спрямовані на вирішення реальних проблем міста (рис. 1).

Здобувачі освіти з маркетингу третього року навчання за освітньо-професійною програмою «Маркетинг та цифрові комунікації» поглиблюють професійні знання та навички у Центрі маркетингових інновацій та цифрових комунікацій. Набуття професійних компетентностей маркетолога здійснюється через тренінги, воркшопи, хакатони, заняття з фахівцями-практиками та презентацію власних рекламних проєктів продукції і послуг. Здобувачі освіти навчаються приймати соціально відповідальні рішення, зокрема у сфері рекламування продукції та послуг, а також формують креативні підходи до проведення маркетингових досліджень із використанням сучасних цифрових інструментів (рис. 2).

Основними принципами роботи центрів компетентностей є базові принципи університету: людиноцентризм, збереження здоров'я, інноваційність, інклюзивність, відкритість та академічна доброчесність. Центри компетентностей допомагають здобувачам освіти швидше адаптуватися до академічного середовища університету, пізнати себе та розкрити власні здібності, удосконалити професійні навички, здійснювати рефлексію щодо освітнього процесу та спробувати себе в ролі викладача або фахівця реального підприємства.

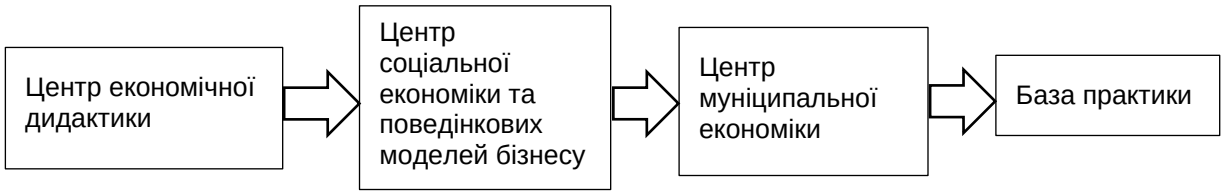


Рис. 1. Логіка розгортання наскрізної змістової лінії поглиблення професійної підготовки майбутніх економістів через Центри компетентностей у закладі вищої освіти

Джерело: авторська розробка

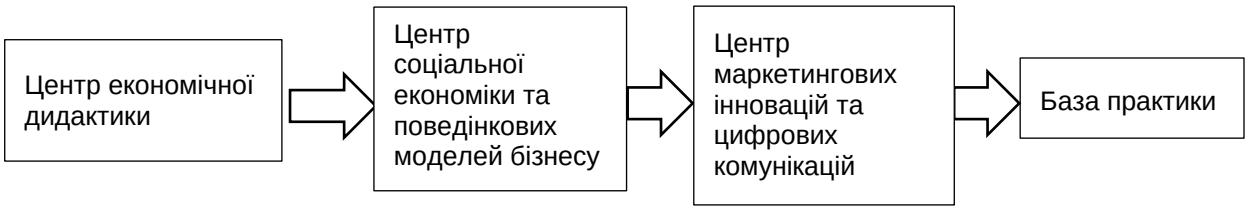


Рис. 2. Логіка розгортання наскрізної змістової лінії поглиблення професійної підготовки майбутніх маркетологів через Центри компетентностей у закладі вищої освіти

Джерело: авторська розробка

Для систематизації напрямів поглиблення професійної підготовки майбутніх економістів і маркетологів та визначення взаємозв'язку між її основними складовими доцільно представити описову модель функціонування центрів компетентностей у закладі вищої освіти. Необхідність розроблення такої моделі зумовлена потребою перейти від розгляду окремих форм і методів роботи центрів компетентностей до цілісного представлення механізму їхнього впливу на професійне становлення здобувачів освіти. Модель дає змогу наочно відобразити послідовність професійного розвитку здобувачів освіти, взаємозв'язок між напрямами підготовки, спеціалізованими центрами компетентностей, методами і технологіями навчання та очікуваними результатами.

Розроблений підхід ґрунтується на поетапному поглибленні професійних компетентностей відповідно до рівня підготовки здобувачів освіти та передбачає перехід від засвоєння базових професійних знань до виконання практико-орієнтованих завдань, реалізації власних проєктів, взаємодії з фахівцями-практиками та набуття досвіду професійної діяльності. Це забезпечує взаємопов'язане формування професійних, цифрових, аналітичних, комунікативних та управлінських компетентностей, що є важливою передумовою готовності майбутніх фахівців до сучасних вимог ринку праці. На рис. 3 представлено описову модель поглиблення професійної підготовки майбутніх економістів і маркетологів через центри компетентностей у закладах вищої освіти.

Запропонована описова модель складається з взаємопов'язаних структурно-функціональних складових, які забезпечують поетапне поглиблення професійної підготовки майбутніх економістів і маркетологів.

Мета моделі визначає спрямованість освітнього процесу на поглиблення професійної підготовки та формування конкурентоспроможного фахівця, готового відповідати сучасним вимогам професійної діяльності.

Центри компетентностей є ключовим елементом моделі та забезпечують практико-орієнтовану організацію підготовки. Для майбутніх економістів передбачено послідовне залучення до Центру економічної дидактики, Центру соціальної економіки та поведінкових моделей бізнесу і Центру муніципальної економіки; для маркетологів – до Центру маркетингових інновацій та цифрових комунікацій.

Етапи підготовки відображають поетапне ускладнення змісту професійної діяльності відповідно до рівня навчання: від формування базових економічних знань і аналітичного мислення до розвитку спеціалізованих професійних та цифрових компетентностей.

Методи і технології роботи центрів охоплюють тренінги, практикуми, воркшопи, хакатони, гостьові лекції та зустрічі з фахівцями-практиками, проєктну й науково-дослідну діяльність. Їх поєднання забезпечує інтеграцію теоретичних знань із практичним досвідом.

Результативний блок моделі передбачає формування професійних компетентностей, цифрових навичок, аналітичного мислення, комунікативних та управлінських soft skills, практичного досвіду й інноваційного мислення.

Завершальною складовою є вихід на базу практики та професійну діяльність, що забезпечує застосування набутих знань і навичок у реальному професійному середовищі та сприяє успішній адаптації випускників до ринку праці (рис. 3).

Отже, розроблена модель відображає цілісну систему поетапного поглиблення професійної підготовки майбутніх економістів і маркетологів, у якій центри компетентностей виступають сполучною ланкою між теоретичним навчанням та практичною професійною діяльністю. Її реалізація забезпечує послідовне ускладнення змісту підготовки, інтеграцію практико-орієнтованих методів навчання, розвиток професійних, цифрових, аналітичних і комунікативних компетентностей та формування практичного досвіду. Модель створює організаційно-методичне підґрунтя для підвищення якості професійної підготовки здобувачів освіти та їхньої готовності до ефективної діяльності в умовах сучасного ринку праці.

Висновки. Проведене дослідження засвідчило, що центри компетентностей є дієвим інструментом поглиблення професійної підготовки майбутніх економістів і маркетологів, оскільки забезпечують поєднання теоретичних знань із практичною діяльністю. Послідовність «навчальна аудиторія – центр компетентностей – база практики» сприяє поетапному ускладненню професійних завдань, набуттю практичного досвіду та формуванню професійних, цифрових, аналітичних, комунікативних і управлінських компетентностей. Розроблена описова модель систематизує мету, напрями підготовки, етапи професійного розвитку, методи роботи центрів та очікувані результати,

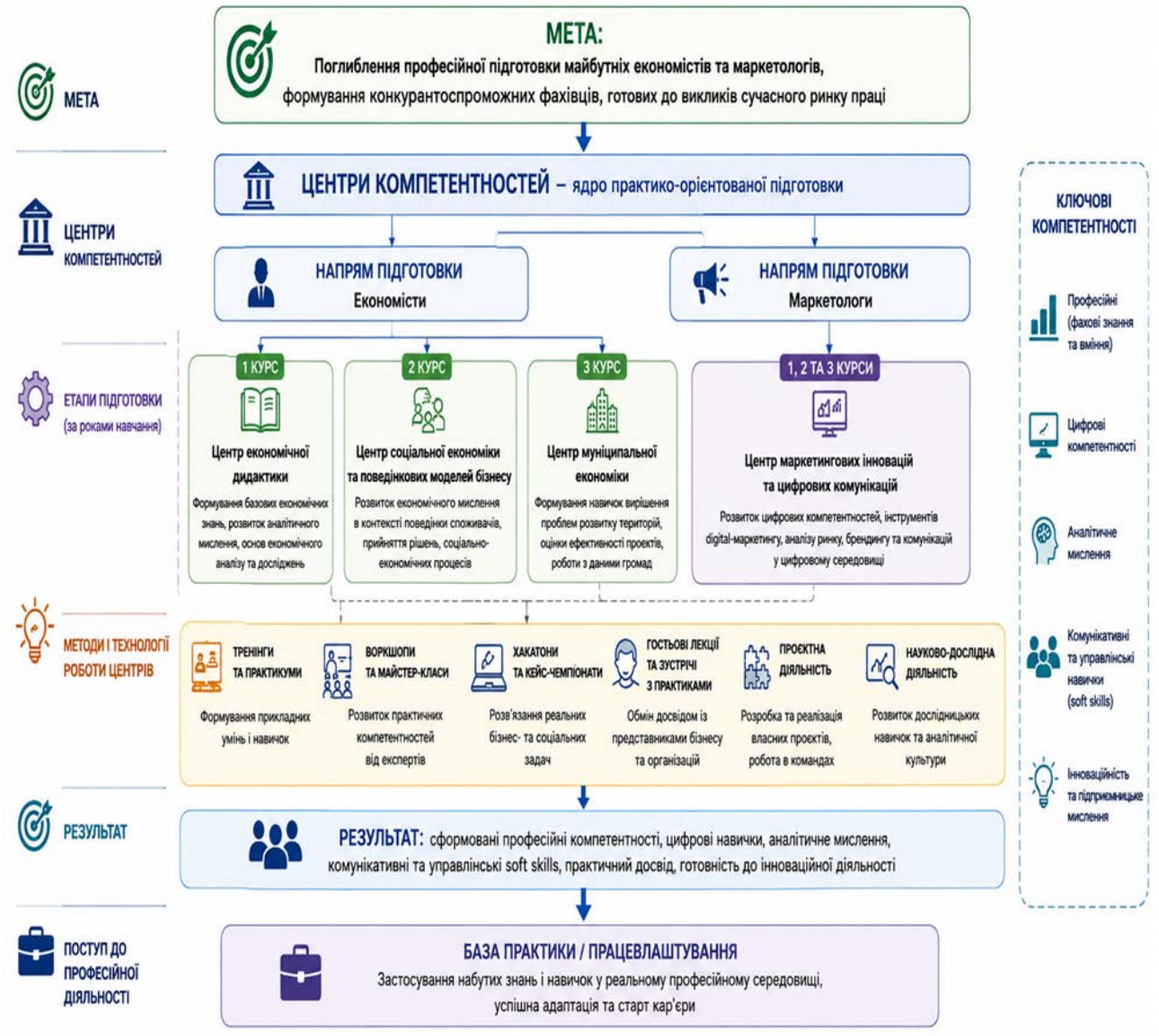


Рис. 3. Описова модель поглиблення професійної підготовки майбутніх економістів і маркетологів через центри компетентностей у закладах вищої освіти

Джерело: розроблено авторами.

створюючи організаційно-методичне підґрунтя для вдосконалення практико-орієнтованої підготовки.

Для підвищення результативності професійної підготовки рекомендовано розвивати мережу спеціалізованих центрів компетентностей відповідно до профілю освітніх програм, інтегрувати їхню діяльність із навчальними дисциплінами та посилювати співпрацю з роботодавцями і фахівцями-практиками. Доцільним є ширше використання проєктної діяльності, цифрових інструментів, тренінгів, воркшопів, хакатонів і науково-дослідної роботи. Перспективи подальших досліджень пов'язані з оцінюванням результативності центрів компетентностей, визначенням показників сформованості професійних і цифрових компетентностей та вдосконаленням механізмів адаптації випускників до вимог сучасного ринку праці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Венгеловська О. А., Куземко Л. В. Центр компетентностей як інноваційний осередок особистісного та професійного становлення майбутніх педагогів. *Педагогічна академія: Наукові записки.* 2025. № 24. DOI https://doi.org/10.5281/zenodo.17779896

2. Співачук В. О., Іконнікова М. В. Принципи професійної підготовки економістів у закладах вищої освіти. *Педагогічні науки: теорія та практика*. 2022. № 1 (41). С. 167–172.

3. Слоцький О., Балущак Р. Професійна підготовка маркетологів як предмет наукових дискусій. *Академічні візії.* 2024. Вип. 35. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.13934622

4. Шимко О. В., Веретін Л. С. Компетентнісний підхід до підготовки маркетологів: теоретико-методологічний та практичний аспект. *Вісник Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені академіка Степана Дем'янчука. Серія: Педагогіка та психологія.* 2025. № 1. С. 156–162. DOI: https://doi.org/10.32782/3041-2021/2025-1-24

5. Дивак В.В., Козлов В.В., Томашевська Т.В. Формування професійної компетентності у студентів спеціальності «Маркетинг». *Науково-практичний журнал «Освітня аналітика України».* 2024. 1 (27). С. 72–84. DOI: https://doi.org/10.32987/2617-8532-2024-1-72-83

6. Джеджула О. М., Василенко В. Г. Компетентнісний підхід як нова методологія підготовки сучасного фахівця. *Перспективи та інновації науки (Серія «Педагогіка», Серія «Психологія», Серія «Медицина»).* 2024. № 9. С. 140–152.

7. Юрченко О. А., Жукова Ю. М., Артамонова Г. В. Підготовка майбутніх економістів і маркетологів в умовах цифрової трансформації економіки: сучасні виклики та напрями модернізації освітніх програм. *Економічний простір.* 2026. № 215. С. 83–91. DOI: https://doi.org/10.30838/EP.215.83-91

8. Трушкіна Н. В. Юрченко О. А. Цифрова компетентність як ключова складова системи підготовки маркетологів у контексті глобальних і національних викликів. *Інвестиції: практика та досвід.* 2025. Вип. 24. С. 101–111. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.24.101

9. Осадча К. П., Крашенінник І. В., Осадчий В. В. Формування цифрових навичок у здобувачів професійної освіти: зарубіжні освітні практики. *Інноваційна педагогіка.* 2024. Вип.68. Т.4. С. 110–113. DOI: https://doi.org/10.32782/2663- 6085/2024/68.2.22

10. Лойко В. В., Лойко Є. М. Вплив діджиталізації на розвиток комунікаційної політики закладів освіти. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2021. № 2 (8). С. 79–90. DOI: http://doi.org/10.32750/2021-0208

11. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII. / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18 (дата звернення: 08.08.2026).

12. Стандарти вищої освіти. Міністерство освіти і науки України. URL: https://mon.gov.ua/ua/osvita/vishaosvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/zatverdzheni-standarti-vishoyi-osviti (дата звернення: 08.08.2026).

13. Про затвердження Національної рамки кваліфікацій : Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 № 1341 (зі змінами). / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF (дата звернення: 08.08.2026).

14. Про схвалення Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022–2032 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.02.2022 № 286-р. / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/286- 2022-%D1%80 (дата звернення: 09.08.2026).

15. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальність 051 «Економіка» : наказ МОН України від 13.11.2018 № 1244. / Міністерство освіти і науки України. URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2021/07/28/051- Ekonomika-bakalavr.28.07-1.pdf (дата звернення: 09.08.2026).

16. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг» : наказ Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 № 1343. / Міністерство освіти і науки України. URL: https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishchaosvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf (дата звернення: 09.08.2026)

REFERENCES:

1. Venhelovska, O.A., & Kuzemko, L.V. (2025). Tsentr kompetentnostei yak innovatsiinyi oseredok osobystisnoho ta profesiinoho stanovlennia maibutnikh pedahohiv [Competence Center as an innovative center for personal and professional development of future teachers]. *Pedahohichna akademiia: Naukovi zapysky,* no. 24. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.17779896 [in Ukrainian].

2. Spivachuk, V.O., & Ikonnikova, M.V. (2022). Pryntsypy profesiinoi pidhotovky ekonomistiv u zakladakh vyshchoi osvity [Principles of professional training of economists in higher education institutions]. *Pedahohichni nauky: teoriia ta praktyka*, no. 1(41), pp. 167–172 [in Ukrainian].

3. Slotskyi, O., & Balushchak, R. (2024). Profesiina pidhotovka marketolohiv yak predmet naukovykh dyskusii [Professional training of marketers as a subject of scientific discussions]. *Akademichni vizii*, no. 35. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.13934622 [in Ukrainian].

4. Shymko, O.V., & Veretin, L.S. (2025). Kompetentnisnyi pidkhid do pidhotovky marketolohiv: teoretyko-metodolohichnyi ta praktychnyi aspekt [Competence-based approach to the training of marketers: theoretical, methodological and practical aspects]. *Visnyk Mizhnarodnoho ekonomiko-humanitarnoho universytetu imeni akademika Stepana Demianchuka. Seriia: Pedahohika ta psykholohiia*, no. 1, pp. 156–162. DOI: https://doi.org/10.32782/3041-2021/2025-1-24 [in Ukrainian].

5. Dyvak, V.V., Kozlov, V.V., & Tomashevska, T.V. (2024). Formuvannia profesiinoi kompetentnosti u studentiv spetsialnosti «Marketynh» [Formation of professional competence among students majoring in Marketing]. *Osvitnia analityka Ukrainy*, no. 1(27), pp. 72–84. DOI: https://doi.org/10.32987/2617-8532-2024-1-72-83 [in Ukrainian].

6. Dzhedzhula, O.M., & Vasylenko, V.H. (2024). Kompetentnisnyi pidkhid yak nova metodolohiia pidhotovky suchasnoho fakhivtsia [Competence-based approach as a new methodology for training a modern specialist]. *Perspektyvy ta innovatsii nauky. Seriia "Pedahohika", Seriia "Psykholohiia", Seriia "Medytsyna"*, no. 9, pp. 140–152 [in Ukrainian].

7. Yurchenko, O.A., Zhukova, Yu.M., & Artamonova, H.V. (2026). Pidhotovka maibutnikh ekonomistiv i marketolohiv v umovakh tsyfrovoi transformatsii ekonomiky: suchasni vyklyky ta napriamy modernizatsii osvitnikh prohram [Training of future economists and marketers in the context of digital transformation of the economy: current challenges and directions for modernization of educational programs]. *Ekonomichnyi prostir*, no. 215, pp. 83–91. DOI: https://doi.org/10.30838/EP.215.83-91 [in Ukrainian].

8. Trushkina, N.V., & Yurchenko, O.A. (2025). Tsyfrova kompetentnist yak kliuchova skladova systemy pidhotovky marketolohiv u konteksti hlobalnykh i natsionalnykh vyklykiv [Digital competence as a key component of the marketer training system in the context of global and national challenges]. I*nvestytsii: praktyka ta dosvid,* no. 24, pp. 101–111. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.24.101 [in Ukrainian].

9. Osadcha, K.P., Krasheninnik, I.V., & Osadchyi, V.V. (2024). Formuvannia tsyfrovykh navychok u zdobuvachiv profesiinoi osvity: zarubizhni osvitni praktyky [Formation of digital skills among vocational education students: foreign educational practices]. *Innovatsiina pedahohika*, no. 68(4), pp. 110–113. DOI: https://doi.org/10.32782/2663-6085/2024/68.2.22 [in Ukrainian].

10. Loiko, V.V., & Loiko, Ye.M. (2021). Vplyv didzhytalizatsii na rozvytok komunikatsiinoi polityky zakladiv osvity [The impact of digitalization on the development of communication policy of educational institutions]. *Yevropeiskyi naukovyi zhurnal ekonomichnykh ta finansovykh innovatsi*i, no. 2(8), pp. 79–90. DOI: https://doi.org/10.32750/2021-0208 [in Ukrainian].

11. Verkhovna Rada Ukrainy. (2014). Pro vyshchu osvitu: Zakon Ukrainy vid 01.07.2014 № 1556-VII [On higher education: Law of Ukraine dated July 1, 2014. № 1556-VII]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18 (accessed: 08.08.2026) [in Ukrainian].

12. Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy. (n.d.). Standarty vyshchoi osvity [Standards of higher education]. Available at: https://mon.gov.ua/ua/osvita/vishaosvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/zatverdzheni-standarti-vishoyi-osviti (accessed: 08.08.2026) [in Ukrainian].

13. Verkhovna Rada Ukrainy. (2011). Pro zatverdzhennia Natsionalnoi ramky kvalifikatsii: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 23.11.2011 № 1341 (zi zminamy) [On approval of the National Qualifications Framework: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated November 23, 2011 №. 1341, as amended]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF (accessed: 08.08.2026) [in Ukrainian].

14. Kabinet Ministriv Ukrainy. (2022). Pro skhvalennia Stratehii rozvytku vyshchoi osvity v Ukraini na 2022–2032 roky: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 23.02.2022 № 286-r [On approval of the Strategy for the Development of Higher Education in Ukraine for 2022–2032: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated February 23, 2022 No. 286-r]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/286-2022-%D1%80 (accessed: 09.08.2026) [in Ukrainian].

15. Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy. (2018). Standart vyshchoi osvity Ukrainy: pershyi (bakalavrskyi) riven, haluz znan 05 "Sotsialni ta povedinkovi nauky", spetsialnist 051 "Ekonomika": nakaz MON Ukrainy vid 13.11.2018 № 1244 [Standard of higher education of Ukraine: first (bachelor's) level, field of knowledge 05 "Social and Behavioral Sciences", specialty 051 "Economics": Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine dated November 13, 2018 No. 1244]. Available at: https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2021/07/28/051-Ekonomika-bakalavr.28.07-1.pdf (accessed: 09.08.2026) [in Ukrainian].

16. Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy. (2018). Standart vyshchoi osvity Ukrainy: pershyi (bakalavrskyi) riven, haluz znan 07 «Upravlinnia ta administruvannia», spetsialnist 075 «Marketynh»: nakaz Ministerstva osvity i nauky Ukrainy vid 05.12.2018 № 1343 [Standard of higher education of Ukraine: first (bachelor's) level, field of knowledge 07 "Management and Administration", specialty 075 "Marketing": Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine dated December 5, 2018 No. 1343]. Available at: https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishchaosvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf (accessed: 09.08.2026) [in Ukrainian].

Дата надходження статті: 25.08.2026
Дата прийняття статті до публікації: 25.09.2026
Дата публікації статті: 09.10.2026