

*Демченко А.В.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
проректор з гуманітарних питань та зв'язків з громадськістю,
Черкаська медична академія*

*Бушуєва І.В.,
доктор фармацевтичних наук, професор,
завідувачка кафедри управління і економіки фармацевції
та фармацевтичної технології,
Запорізький державний медико-фармацевтичний університет*

DIGITAL-МАРКЕТИНГ ТА ІННОВАЦІЙНІ МОДЕЛІ ВЗАЄМОДІЇ ЗІ СТУДЕНТАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Сучасна освіта активно інтегрує цифрові технології, що дає змогу значно підвищити ефективність навчального процесу та якість взаємодії зі студентами. Digital-маркетинг у освітньому середовищі виступає інструментом, який дозволяє не лише інформувати студентів про навчальні події та ресурси, але й персоналізувати комунікацію відповідно до індивідуальних потреб кожного студента. У сучасних умовах цифровізації студенти є активними користувачами мобільних додатків, соціальних мереж та онлайн-платформ, що створює унікальні можливості для застосування маркетингових інструментів у навчанні.

Одним із основних напрямів digital-маркетингу у взаємодії зі студентами є використання соціальних мереж як основного каналу комунікації. Платформи, такі як Instagram, TikTok, Telegram, дозволяють закладам освіти швидко інформувати студентів про актуальні події, вебінари, лекції та практичні заняття. Крім того, соціальні мережі забезпечують можливість отримання зворотного зв'язку у реальному часі, що дозволяє викладачам та адміністрації оперативно адаптувати навчальні матеріали та методики під реальні потреби аудиторії.

Іншим важливим елементом є інтеграція гейміфікації та інтерактивних форматів у навчальний процес. Використання конкурсів, вікторин, рейтингів та біджів підвищує мотивацію студентів та стимулює їх до активного засвоєння навчального матеріалу. Онлайн-платформи та інтерактивні курси, такі як Moodle, Coursera, Teams, дозволяють відстежувати прогрес студентів, формувати індивідуальні освітні траєкторії та надавати персоналізовані рекомендації. Інтерактивні методи навчання не лише сприяють кращому запам'ятовуванню інформації, а й розвивають навички критичного мислення, самостійної роботи та цифрової компетентності, які є необхідними для сучасних студентів.

Аналітика та персоналізація взаємодії є ще одним ключовим аспектом цифрового маркетингу в освіті. Збір даних про поведінку студентів – від

відвідуваності лекцій до активності в онлайн-чатах та участі у вебінарах – дозволяє створювати більш ефективні освітні стратегії.

Аналіз цих даних допомагає викладачам виявляти слабкі місця у засвоєнні матеріалу, пропонувати індивідуальні рекомендації та оптимізувати навчальні програми. Персоналізована комунікація сприяє більшій залученості студентів, підвищує мотивацію та рівень задоволеності освітнім процесом, оскільки кожен студент отримує саме той контент і підтримку, які йому потрібні. Інноваційні моделі взаємодії включають використання чат-ботів, віртуальних асистентів та AI-платформ, що дозволяють автоматизувати відповіді на типові питання студентів та надавати консультації у будь-який час. Використання віртуальних лабораторій та симуляторів (Body Interact, Pharmacy Simulations тощо) створює безпечне та ефективне середовище для практичних занять, де студенти можуть експериментувати без ризику пошкодження обладнання або небезпеки для здоров'я. Така цифрова інфраструктура не лише покращує якість практичної підготовки, а й стимулює розвиток навичок роботи з сучасними технологіями.

Онлайн-спільноти та цифрові платформи підтримують інтерактивну взаємодію студентів між собою та з викладачами. Формування таких спільнот сприяє розвитку комунікативних навичок, колективного навчання та обміну досвідом. Студенти отримують можливість ділитися власними ідеями, обговорювати навчальні матеріали та брати участь у групових проектах у віртуальному середовищі. Цей підхід стимулює активну участь у навчальному процесі та формує відчуття спільноти, що особливо важливо у умовах дистанційного навчання або гібридних форматів освіти.

Впровадження digital-маркетингових стратегій у навчальному процесі сприяє підвищенню ефективності комунікації між студентами та закладом освіти, покращує якість освітніх послуг та формує сучасне цифрове середовище. Поєднання соціальних мереж, інтерактивних форматів, аналітики, персоналізації та інноваційних технологій дозволяє створювати ефективні моделі взаємодії, які відповідають потребам цифрового покоління студентів.

У перспективі digital-маркетинг в освіті продовжить еволюціонувати завдяки впровадженню нових технологій, таких як штучний інтелект, доповнена та віртуальна реальність, автоматизовані системи оцінювання та персоналізації контенту. Ці інновації забезпечать ще більш глибоку взаємодію студентів з навчальним матеріалом, дозволять підвищити ефективність навчання та створять умови для формування сучасних, компетентних та цифрово грамотних фахівців. У підсумку, поєднання цифрових технологій та інноваційних маркетингових підходів відкриває нові можливості для освітніх закладів, підвищує якість навчання та робить процес навчання більш привабливим і результативним для студентів у сучасних умовах цифровізації.