

**Міністерство освіти і науки України
Міністерство охорони здоров'я України
Вінницький національний медичний університет
ім. М. І. Пирогова**

**ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
навчально-методичної конференції**

**«СИНЕРГІЯ ОСВІТНІХ ІННОВАЦІЙ І ПОТРЕБ
РИНКУ ПРАЦІ: НОВІ ПІДХОДИ У
ВИЩІЙ ОСВІТІ»**

3 березня 2026 року

Вінниця – 2026

Синергія освітніх інновацій і потреб ринку праці: нові підходи у вищій освіті : зб. тез доп. навч.-метод. конф., Вінниця, 3 берез. 2026 р. / Вінниц. нац. мед. ун-т ім. М. І. Пирогова. Вінниця, 2026. 828 с.

У збірнику матеріалів конференції представлено результати наукових досліджень та практичних напрацювань, присвячених актуальним питанням трансформації сучасної освіти (зокрема медичної) в умовах глобальної цифровізації. Висвітлено ключові аспекти інтеграції європейських стандартів у вітчизняний освітній простір; впровадження в освітній процес інноваційних технологій (ШІ, VR/AR, e-learning симуляційне навчання), інструментів гейміфікації. Розглянуто реалізацію інтердисциплінарних підходів та новітніх педагогічних стратегій, кращих освітніх практик у підготовку фахівців.

Особливу увагу приділено питанням формування професійних компетентностей, удосконаленню методів контролю знань; відповідності освітніх програм тенденціям розвитку вітчизняного та світового ринків праці; удосконаленню внутрішньої системи забезпечення якості вищої освіти, а також дотриманню принципів академічної доброчесності як фундаменту якості освіти.

Видання розраховане на науковців, викладачів закладів вищої освіти, аспірантів, здобувачів освіти, працівників медичної галузі, які цікавляться впровадженням інновацій у педагогічну практику.

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії – **Петрушенко В. В.**, д-р. мед. наук, професор

Відповідальний секретар – **Мазур Г. М.**, в. о. начальника навчального відділу

Члени редакційної колегії:

Белов О. О., д-р. мед. наук, доцент., **Заїчко Н. В.**, д-р мед. наук, професор, **Назарчук О. А.**, д-р мед. наук, професор, **Орлова Н. М.**, д-р мед. наук, професор, **Пипа Л. В.**, д-р мед. наук, професор, **Поліщук С. С.**, д-р мед. наук, професор, **Пшук Н. Г.**, д-р мед. наук, професор, **Чорна В. В.**, д-р мед. наук, доцент, **Шінкарук-Диковицька М. М.**, д-р мед. наук, професор, **Браткова О. Ю.**, канд. мед. наук, доцент, **Гуцол В. В.**, канд. фарм. наук, доцент, **Михайлова І. В.**, канд. хім. наук, доцент, **Піліпонова В. В.**, канд. мед. наук, доцент, **Таран І. В.**, канд. мед. наук, доцент, **Якименко О. Г.**, канд. мед. наук, доцент

Наукові роботи друкуються в авторській редакції.

- клінічних кафедрах в розрізі гематології: вибір між мінімумом необхідного та максимумом можливого*..... 669
- Макодай І. І., Мазур Н. В.** Вінницький національний медичний університет ім. М.І. Пирогова. *Формування англомовної комунікативної компетентності здобувачів третього освітнього рівня галузі охорони здоров'я*..... 672
- Марчук І. О.** Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова. *Емоційний інтелект і критичне мислення як складові конкурентоспроможності випускників у сфері медичної психології*..... 676
- Новицький А. В.** Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова. *Психологічна готовність здобувачів вищих навчальних закладів до професійної діяльності* 679
- Островський В. А.** Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова. *Робочий зошит з біоорганічної хімії для практики з теоретичними основами як спосіб формування практичних компетенцій з статичної біохімії*..... 682
- Паламаренко Я. В.** Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова. *Маркетингова діяльність як інструмент розвитку професійних компетентностей здобувачів*..... 685
- Паламарчук А. В., Власенко М. В., Вернигородський В. С.,** Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова. *Партнерство між кафедрою ендокринології та ендокринологічним центром як основа якісної підготовки фахівців* 688
- Півторак К. В., Кириченко О. В., Коновалова Н. В., Щербенюк Н. В., Крикус О. Ю.** Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова. *Важливість вивчення предмету «Клінічні випробовування лікарських засобів» як розділу клінічної фармакології студентами для ефективного і безпечного застосування ліків у майбутній професійній діяльності*..... 690
- Півторак К. В., Семененко С. І., Барало Р. П., Вознюк Л. А., Дорошкевич І. О., Жамба А. О.** Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова. *Роль предмету «Клінічна фармакологія» для становлення особистості майбутнього лікаря та фармацевта*..... 693
- Пічкур О. М., Бондар С. А., Гармаш Л. Л., Мельник Т. В.** Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова. *Мистецтво догляду та філософія пізнання: формування компетентностей у викладанні медсестринства в дерматовенерології у ЗВО*..... 696
- Полянська К. С.** Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова. *Сучасні методи контролю знань і практичних навичок в процесі викладання англійської мови за професійним спрямуванням* 699

Паламаренко Я. В., канд. екон. наук, доцент
Кафедра менеджменту та маркетингу
Вінницький національний медичний
університет ім. М. І. Пирогова

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЗДОБУВАЧІВ

Сучасний ринок праці та постійно змінюване бізнес-середовище висувають нові вимоги до професійних компетентностей здобувачів освіти. Здобувачі повинні не лише володіти фундаментальними теоретичними знаннями, але й уміти застосовувати їх на практиці, швидко адаптуватися до нових умов, ефективно взаємодіяти з різними групами стейкхолдерів та приймати стратегічно обґрунтовані рішення. Відповідно у цьому розумінні маркетингова діяльність виступає не лише як інструмент просування товарів і послуг, але й як ефективний механізм формування ключових професійних та соціальних навичок, необхідних для успішної кар'єри в умовах глобалізованої економіки [1, с. 73].

Маркетингова діяльність включає різні складові, такі як аналіз ринку, сегментація споживачів, стратегічне планування, управління комунікаціями та оцінка ефективності маркетингових рішень. Участь здобувачів у практичних маркетингових проєктах дозволяє не лише закріпити теоретичні знання, а й отримати практичний досвід, що сприяє розвитку аналітичного мислення, критичного оцінювання інформації, здатності прогнозувати ринкову поведінку та приймати стратегічні рішення. Водночас така діяльність стимулює формування цифрових компетентностей через використання сучасних маркетингових платформ, аналітичних інструментів та автоматизації процесів, а також розвиває навички командної роботи та ефективної взаємодії з клієнтами [2, с. 56-63].

Особливої ваги набуває той факт, що маркетингова діяльність стимулює інтеграцію міждисциплінарних знань. Зокрема, застосування міжнародних маркетингових стратегій та аналіз глобальних ринкових практик дозволяє студентам не лише освоїти специфіку бізнес-процесів, а й розвивати культурну компетентність, навички міжособистісної взаємодії та здатність приймати обґрунтовані рішення в умовах високої невизначеності [3, с. 683-688]. При цьому практичне вивчення таких складових, як адаптація продукту до потреб різних ринків та побудова ефективних комунікаційних стратегій, сприяє формуванню аналітичного та критичного мислення, що є ключовою професійною компетентністю сучасного фахівця.

Ю. О. Головчук та ін. зазначають, що маркетинговий консалтинг як освітній інструмент дозволяє здоувачам набутти компетентності у сфері бізнес-аналітики, стратегічного управління та комунікаційного менеджменту. Зокрема, участь у консалтингових проектах, розробка маркетингових досліджень та рекомендацій для бізнесу сприяють розвитку аналітичних, організаційних та управлінських навичок [4, с. 7-13]. Такий досвід дозволяє не лише закріпити теоретичні знання, але й навчитися застосовувати їх у реальних бізнес-ситуаціях, що є ключовим фактором підготовки конкурентоспроможного фахівця.

Важливо також підкреслити роль комунікаційного менеджменту як складової маркетингової діяльності у формуванні професійних компетентностей. Організація ефективного обміну інформацією, управління корпоративними комунікаціями та робота зі споживачами дозволяє здобувачам розвивати як професійні, так і загальні компетентності, включаючи командну роботу, лідерство, етичну відповідальність та здатність до адаптації в умовах швидких змін [5, с. 31-38].

Крім того, маркетинг виступає інструментом формування цифрових та комунікаційних компетентностей, адже сучасна маркетингова діяльність неможлива без використання аналітичних платформ, CRM-систем, інструментів соціальних медіа та інших цифрових технологій [1, с. 77]. Такий досвід

дозволяє здобувачам не лише засвоїти інноваційні інструменти, а й навчитися адаптувати їх під конкретні бізнес-завдання та потреби споживачів, що є критично важливим для підготовки конкурентоспроможного фахівця. Відтак, маркетингова діяльність у сучасній освіті стає не просто предметом вивчення, а інтегрованим механізмом розвитку професійних, соціальних та цифрових компетентностей здобувачів, забезпечуючи їм практичну готовність до ефективної роботи у динамічному та глобалізованому бізнес-середовищі.

Таким чином, маркетингова діяльність виступає багатограним інструментом розвитку професійних компетентностей здобувачів, поєднуючи практичну підготовку з формуванням ключових аналітичних, комунікаційних та управлінських навичок. Інтеграція маркетингових практик у навчальний процес створює умови для цілісного розвитку майбутніх фахівців, здатних ефективно діяти у динамічному бізнес-середовищі та успішно реалізовувати свої професійні компетенції.

Список використаних джерел:

1. Agrawal S.R., Mittal D. Optimizing marketing strategy: a video analysis approach. *Marketing Intelligence & Planning*. 2025. Т. 43. № 1. Р. 73-95. DOI: <https://doi.org/10.1108/MIP-12-2023-0655>

2. Boiko R., Andrushkevych Z. Customer service management based on a marketing concept. *Social Development: Economic and Legal Issues*. 2025. № 1. Р. 56-63. DOI: <https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.1.07>

3. Naimova N. Classification of international marketing strategies existing approaches. *International Journal of Artificial Intelligence*. 2025. № 1 (1). Р. 683-688. URL: <https://inlibrary.uz/index.php/ijai/article/view/70922>

4. Головчук Ю.О., Карачина Н.П., Ночвіна О.А. Роль маркетингового консалтингу в системі бізнес-консалтингових послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. № 11. С. 7-13. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.11.7>

5. Головчук Ю.О., Паламаренко Я.В., Лепетан І.М. Комунікаційний менеджмент як складова стратегічного управління організацією. *Інвестиції:*