

Viktoriia Cherednychenko
*PhD in Economics,
Senior Lecturer at the Department of Management and Public Administration
Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy*

Чередниченко В.В.
*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри менеджменту та державної служби
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-501-3-54>

EDUCATIONAL INNOVATIONS IN DEVELOPING COMPETENCIES IN BRAND MANAGEMENT

ОСВІТНІ ІННОВАЦІЇ В РОЗВИТКУ КОМПЕТЕНЦІЙ У СФЕРІ БРЕНДМЕНЕДЖМЕНТУ

У сучасному світі брендменеджмент набуває дедалі більшого значення. Становлення бренду та його підтримка на високому рівні потребують не лише креативності, але й володіння сучасними знаннями та компетенціями, що дозволяють створювати унікальний та конкурентоспроможний образ. Ефективна підготовка фахівців у цій сфері залежить від застосування інноваційних освітніх технологій, які допомагають засвоювати теоретичні знання та формувати практичні навички.

Розглянемо найефективніші інноваційні підходи до розвитку компетенцій у брендменеджменті:

1. Впровадження цифрових технологій в освітній процес.

Цифрові технології, такі як симуляції, віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR), сприяють глибокому зануренню у процес навчання. Для брендменеджменту важливо зрозуміти емоційне сприйняття бренду споживачами. Завдяки VR- та AR-технологіям, студенти можуть створювати та тестувати віртуальні брендові кампанії, оцінювати їхню ефективність у змодельованому середовищі та аналізувати реакції споживачів. Це дозволяє краще зрозуміти, як віртуальні інструменти та креативні рішення можуть впливати на сприйняття бренду.

2. Гейміфікація навчання.

Гейміфікація дозволяє перетворити процес навчання на захопливу гру. Студенти, які вивчають брендменеджмент, можуть брати участь у змаганнях з розробки брендових стратегій, створення рекламних кампаній або виконання інших завдань, пов'язаних із підтримкою бренду. Гейміфікація сприяє розвитку креативності, адаптивності та навичок вирішення проблем. Наприклад, гра «Симуляція бренду» може пропонувати студентам віртуальне середовище для випробування різних підходів до управління брендом у конкурентних умовах, дозволяючи експериментувати і вчитися на помилках у безпечному середовищі [2].

3. Використання кейс-методу.

Кейс-метод є однією з найбільш ефективних освітніх інновацій для розвитку компетенцій у сфері брендменеджменту. Робота з реальними кейсами дозволяє студентам ознайомитись із реальними бізнес-ситуаціями, що виникають у сфері брендменеджменту, і пропонувати власні рішення для вирішення проблем. Це сприяє розвитку аналітичного мислення, здатності до стратегічного планування та навичок прийняття рішень.

4. Використання штучного інтелекту та аналізу даних.

Штучний інтелект відіграє важливу роль у сучасному брендменеджменті. Інноваційні освітні програми все частіше включають вивчення технологій ШІ, що дозволяє студентам створювати та аналізувати великі обсяги даних, які є ключовими для розуміння споживчих вподобань і потреб. Інтеграція цих інструментів у навчальний процес допомагає студентам зрозуміти, як персоналізація бренду може впливати на його сприйняття та лояльність клієнтів.

5. Проектне навчання.

Проектне навчання забезпечує можливість студентам створити власні бренд-кампанії, що включає всі етапи від розробки концепції до втілення в життя. Це допомагає студентам навчитися працювати у команді, спільно вирішувати складні завдання, втілювати ідеї в життя та ефективно управляти часом. Такий підхід стимулює розвиток практичних навичок та підготовлює студентів до реальних викликів, з якими вони можуть стикнутися у професійній діяльності [3].

6. Викладання за допомогою практикуючих фахівців.

Запрошення до навчального процесу професіоналів з практичним досвідом у сфері брендменеджменту надає студентам можливість здобути знання «з перших рук». Практики можуть поділитися прикладами з власного досвіду, розповісти про сучасні тренди та виклики у брендменеджменті, що дозволяє студентам краще підготуватись до реальної роботи у сфері. Такий підхід забезпечує безпосереднє знайомство з новітніми методами роботи, а також розуміння специфіки галузі.

Отже, інноваційні освітні технології відіграють вирішальну роль у розвитку компетенцій у сфері брендменеджменту, адже вони дозволяють створити інтерактивне, практичне та гнучке навчальне середовище. Використання цифрових інструментів, гейміфікації, проектного навчання та роботи з практикуючими спеціалістами дозволяє підготувати майбутніх фахівців, здатних адаптуватись до динамічних змін ринку та ефективно працювати над створенням сильних брендів.

Література:

1. Zhukovska V., Goi V., Cherednychenko V., Zabolotna O., Shyshliuk V. Retos económicos de la propiedad intelectual en la era digital: aspectos jurídicos, económicos y sociales. *REICE: Revista Electrónica De Investigación En Ciencias Económicas*. 2023. Vol. 11(21). P. 235-262. DOI: <https://doi.org/10.5377/reice.v11i21.16553>.
2. Саган О.В. Гейміфікація як сучасний освітній тренд. *Збірник наукових праць «Педагогічні науки»*, 2022. Вип. 100. С. 12-18.
3. Шумілова І.Ф. Проектно-орієнтоване навчання майбутніх спеціалістів технологічного спрямування фахової передвищої освіти." The 1 st International scientific and practical conference "Scientific achievements of contemporary society"(August 15-17, 2024) Cognum Publishing House, London, United Kingdom. 2024. 491 p.