

advanced training system and retraining of personnel with a focus on the use of ICT through the cooperation of regional employment centers with institutions of higher and professional education; wide popularization of the positive practice of creating digital jobs; promotion of self-employment in the IT sector in conjunction with organizational measures to spread the practice of personnel outsourcing, primarily in the areas of administrative and support servicing, temporary accommodation and catering, transport, warehousing, mail and courier activity; concretization of digital literacy indicators in the development of medium-term programs; implementation of the best international experience in computerization of the service sector.

#### **References:**

1. Vektory ekonomichnoho rozvytku. Natsionalna ekonomichna stratehiia 2030 / Kabinet Ministriv Ukrainy. [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <https://nes2030.org.ua/> [in Ukraine]
2. Vykorystannia informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii na pidpriemstvakh: statystychni dani / Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukraine]
3. Morhulets O. B. Dynamika rozvytku sfery posluh Ukrainy. Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriia : Ekonomika i menedzhment. 2015. Vyp. 11. S. 194-197. - Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu\\_eim\\_2015\\_11\\_46](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2015_11_46) [in Ukraine]

## **ВПРОВАДЖЕННЯ ЧАТ-БОТІВ В СФЕРУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

**Афанасьєва О.П.**, к.е.н., доцент

*Державний біотехнологічний університет*

Освітні послуги стрімко впроваджують новітні програми, а також сучасні інструменти та цифрові технології. Розробка інструментів електронного навчання почалася задовго до пандемії COVID-19, проте саме глобальна ізоляція, масовий перехід від класичної освіти в аудиторіях закладів освіти до дистанційних інструментів навчання через Zoom, Hangouts і Skype дозволили усвідомити весь потенціал і проблеми такої форми навчання.

Сьогодні в навчанні важливо формувати персональний підхід, який виховує цілісну особистість і висококваліфікованого фахівця в певній галузі. Тому зміст навчальних курсів і методи навчання слід адаптувати до індивідуальних інтересів і темпів навчання, аби кожен студент досягав знання в комфортному ритмі. Створити певний алгоритм навчання, а також зібрати та проаналізувати дані про кожного студента допомагають чат-боти.

Чат-боти працюють на різних платформах, проте найбільш зручними для викладачів та студентів є ті, що працюють у месенджерах, зокрема, Viber, Telegram,

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

Цей проєкт фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ТДАТУ](#)

Facebook - Messenger, WhatsApp. Отже, перш за все, викладачам слід визначити який месенджер використовують студенти і розробляти чат-ботів саме для нього.

Для створення чат-ботів викладачу не потрібно знати програмування, досить придумати сценарій роботи бота, підібрати текстовий та візуальний контент, вибрати потрібні компоненти і зв'язати їх між собою в редакторі спеціального сервісу. Існує багато сервісів, які допомагають створити чат-ботів, зокрема: Chatfuel, Pandorabots, ManyChat, Flow XO, Rebotif, Bot Kits, Morph.ai, Botmother та інші. Проте слід звернути увагу на те, що деякі сервіси є платними і працюють лише з одним месенджером, отже краще обирати універсальні, що можна прив'язати до різних месенджерів.

Використання чат-ботів у месенджерах має значні переваги у порівнянні з іншими формами дистанційного навчання як для викладачів, так і для студентів.

Основні переваги використання чат-ботів у месенджерах для викладачів:

- економія часу – логіка чат-бота прописується один раз і він працює автоматично, таким чином викладача позбавлений необхідності відповідати на запитання, що часто повторюються у студентів за кожною темою;

- швидка оцінка виконання завдань – чат-бот автоматично перевіряє відповіді на тести і визначає оцінку, таким чином викладачі можуть проводити оцінювання рівня розуміння матеріалу кожним студентом індивідуально, а потім надавати їм доступ до наступних частини курсу відповідно до їхнього успіху;

- мобільність процесу навчання і його контролю – можливість відправлення нових завдань та контролю студентів як поточного так і підсумкового не залежно від їх місця знаходження;

- персоналізований процес навчання – дозволяє викладачу контролювати темп навчання за курсом або програмою на основі унікального стилю навчання;

- використання навчальних матеріалів різних форматів – викладачі можуть давати теми як за допомогою стандартних текстових повідомлень, так і мультимедіа (зображення, відео, аудіо) чи файлових документів;

- своєчасний зворотний зв'язок – викладачі можуть миттєво отримувати відгуки про те, наскільки добре студенти виконують навчальні завдання та інші дії, відповідати на нестандартні запитання і надавати пояснення;

- вбудовані інструменти мотивації – викладач використовує в чат-ботах запрограмовані слова, gif-зображення чи картинки для вираження вдячності, похвали, стимулювання. щоб привернути увагу в курсі дистанційного навчання, зацікавити і мотивувати студентів;

- гейміфікація навчального процесу – викладачі можуть стимулювати студентів подарунками за різні досягнення у вивченні курсу, що більше їх зацікавить.

Основні переваги використання чат-ботів у месенджерах для студентів:

- незалежність від місця навчання – студент зможе спілкуватися з ботом там, де зручно йому;

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ТДАТУ](#)

- самостійний вибір темпу вивчення матеріалів – певні студенти здатні вивчати декілька тем курсу за один день, а дехто і одну тему вивчає декілька днів, отже кожен може вивчати навчальний матеріал в тому темпі, в якому йому зручно;

- можливість повторно вивчити матеріал, якщо певні аспекти були не достатньо засвоєні, а також повторно пройти тестування декілька разів, поки результати будуть задовільні;

- підвищення інтересу до курсу завдяки різним форматам матеріалу та гейміфікації – якщо студентам цікаво і є стимул отримати винагороду, то і навчальний матеріал засвоюється ними краще.

Таким чином, чат-боти надають значні переваги як для викладачів так і для студентів, перш за все, спрощують і полегшують як організацію навчальної діяльності, так і процес засвоєння знань. Діалогова форма подання інформації, значні можливості у пошуку інформації, багатозадачність та функціональність, можливість індивідуальних налаштувань та різноманітних форм тестування, роблять чат-ботів зручним у користуванні інструментом дистанційного навчання студентів.

1. Проте, слід зазначити, що чат-боти не можуть повністю замінити спілкування студентів із викладачами, оскільки сам емоційний зв'язок із викладачем, обмін життєвим досвідом та особисті якості викладача не може відтворити жоден чат-бот. Отже, найбільш ефективним буде використання чат-ботів у комплексі із «живим» спілкуванням викладачів із студентами і не лише у Zoom, Hangouts чи Skype, а безпосередньо в аудиторіях закладів освіти

## **ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В ПРОГРАМАХ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ**

**Баранюк Д.С., аспірант**

*Черкаський державний технологічний університет*

Метою маркетингової політики просування туристичних дестинацій: формування у цільових аудиторій бажання здійснити подорож; формування поінформованості про продукт дестинації; формування інтересу до продукту дестинації; формування попиту на продукт дестинації; задоволення попиту споживачів продукту дестинації; формування позитивного досвіду від споживання продукту дестинації. В просуванні дестинацій оптимально використовується інтегрований підхід, в результаті чого відбувається об'єднання різних інструментів для того, щоб донести до цільової аудиторії ключову туристичну пропозицію.

Інтеграція маркетингових комунікацій сприяє ефективному позиціонуванню дестинацій у свідомості туриста і максимальному впливу на його рішення про поїздку. Комунікаційний мікс в маркетингу туристичних дестинацій включає інструменти маркетингу територій, туристичного маркетингу, маркетингу індустрії

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

Цей проєкт фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ТДАТУ](#)