

доброчесності [2]. Ефективне використання ШІ можливе лише за умови розвитку персональної компетентності роботи з технологіями [3; 4].

Таким чином, ефективне використання ШІ у вивченні іноземних мов можливе лише за умови його усвідомленого, етичного та цілеспрямованого застосування. ШІ має бути інструментом розвитку, а не заміною мислення. Людина повинна залишатися активним суб'єктом навчання, формуючи власні знання та досвід. Перспективи подальших досліджень полягають у розробці методичних рекомендацій щодо формування цифрової грамотності та критичного мислення курсантів під час роботи із ШІ [4].

Література

1. Назар М. М. Штучний інтелект: на початку ери нових можливостей системи освіти // *Вісник Національної академії педагогічних наук України*. 2024. Т. 6, № 2. DOI: <https://doi.org/10.37472/v.naes.2024.6224>. (дата звернення: 23.10.2025).
2. Паламар С., Науменко М. Академічна доброчесність та використання ШІ у закладах вищої освіти // *Педагогічна освіта: теорія і практика*. 2024. № 3(45). URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/48609/> (дата звернення: 23.10.2025).
3. Плохута Т. М., Нефедченко О. І., Алексахіна Т. О. Штучний інтелект у навчанні іноземних мов у закладах вищої освіти // *Інноваційна педагогіка*. 2025. № 62. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=69387> (дата звернення: 23.10.2025).
4. Куцак Л. В. Персоналізація навчання та виклики цифрової нерівності у добу штучного інтелекту // *Інформаційні технології в освіті*. 2025. № 1. URL: <https://itinedu.odessa.ua/> (дата звернення: 23.10.2025).

Мінаков Ілля

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Фрумкіна А. Л.

ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ У ДИСТАНЦІЙНОМУ НАВЧАННІ

Розвиток цифрових технологій, поява нових онлайн-платформ і перехід до дистанційних форм навчання докорінно змінили сучасну освіту. Після пандемії COVID-19 дистанційне навчання стало не лише вимушеною альтернативою, а й одним із основних форматів освітнього процесу. Проте цей формат супроводжується низкою труднощів, серед яких головною є зниження навчальної мотивації студентів. Відсутність безпосередньої взаємодії, візуального контакту та живої комунікації послаблює інтерес до навчання, ускладнює концентрацію уваги й зменшує рівень залученості здобувачів освіти. У відповідь на ці виклики все більшого поширення набуває гейміфікація – використання ігрових механік і підходів для стимулювання навчальної активності та підтримки інтересу до освітнього процесу.

Метою цього дослідження є теоретичне обґрунтування та визначення ефективності гейміфікації як інструменту підвищення мотивації у дистанційному навчанні. Для досягнення мети поставлено завдання проаналізувати сутність поняття «гейміфікація» та її відмінність від ігрових методів навчання; розкрити основні механізми впливу гейміфікації на мотивацію здобувачів освіти; визначити переваги й недоліки її використання у дистанційному форматі; розглянути приклади практичних інструментів і платформ для впровадження ігрових елементів, а також окреслити перспективи подальших досліджень у цій сфері. Об'єктом дослідження є процес дистанційного навчання в сучасній освітній системі, а предметом – гейміфікація як засіб підвищення мотивації та залученості здобувачів освіти.

Гейміфікація впливає на навчальну мотивацію через психологічні механізми, що стимулюють активність і задоволення від процесу навчання. До них належать прагнення до досягнень, яке реалізується через цілі, рівні, систему балів і винагород; змагання, що підтримує інтерес через порівняння

власних результатів з іншими; відчуття прогресу, яке створює видима динаміка розвитку навичок і знань; соціальна взаємодія, яка реалізується через спільні завдання й колективні цілі; а також миттєвий зворотний зв'язок, що дозволяє студентам одразу бачити результати своїх дій. Згідно з теорією самодетермінації Е. Десі та Р. Раяна, гейміфікація сприяє задоволенню базових психологічних потреб – автономії, компетентності й залученості, що безпосередньо впливає на внутрішню мотивацію до навчання [1].

Використання гейміфікації у дистанційному навчанні має низку переваг. Вона підвищує залученість студентів, допомагає утримати їхню увагу й запобігає пасивному сприйняттю матеріалу. Ігрові елементи створюють позитивну емоційну атмосферу, знижують рівень стресу, роблять процес навчання цікавим і приємним. Крім того, гейміфікація сприяє розвитку самоконтролю, цілеспрямованості та навичок планування, оскільки система досягнень і рівнів формує послідовність і дисципліну. Важливою перевагою є також посилення соціальної взаємодії – спільні місії, командні завдання та рейтингові системи створюють відчуття єдності навіть у віддаленому форматі навчання.

Разом із тим, гейміфікація має певні обмеження. Її впровадження потребує продуманого педагогічного проєктування, щоб ігрові елементи не відволікали від змісту навчання, а доповнювали його. Існує ризик формування надмірного суперництва та зовнішньої мотивації, коли студенти прагнуть досягти нагороди, а не засвоїти знання. Також слід враховувати потребу в додаткових технічних і часових ресурсах для реалізації таких підходів. Ефективна гейміфікація можлива лише за умови балансу між грою й навчанням, а також наявності педагогічного супроводу, який спрямовує ігрову активність у навчальне русло.

Гейміфікація є потужним засобом активізації навчальної діяльності у дистанційному форматі. Вона сприяє підвищенню інтересу, залученості та внутрішньої мотивації здобувачів освіти, створює позитивний емоційний фон і формує навички саморегуляції. Водночас її ефективність залежить від

педагогічної доцільності та гармонійного поєднання з навчальним змістом. Упровадження гейміфікації у дистанційне навчання відкриває перспективи для інноваційного розвитку освіти, орієнтованої на мотивацію, взаємодію та особистісне зростання кожного студента.

Література

1. Десі Е., Раян Р. Мотивація та самодетермінація в людській поведінці. Київ : Освіта, 2020. 368 с.
2. Коваль Л. Гейміфікація як інноваційна технологія підвищення мотивації студентів у процесі дистанційного навчання // *Інформаційні технології в освіті*. 2021. № 3. С. 45–52.
3. Werbach K., Hunter D. For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business. Philadelphia : Wharton Digital Press, 2012. 148 p.

Осіпов Віктор

Науковий керівник: доктор філософії в галузі менеджменту

Левченко Сергій Павлович

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ПРАКТИК УКРАЇНСЬКИМИ БРЕНДАМИ

В епоху цифрової трансформації та активного впровадження штучного інтелекту (ШІ) в наше життя стратегії просування товарів також адаптуються під нові реалії. Це вимагає трансформації і маркетингової політики організації відповідно до цих трендів. Застосування інновацій в маркетинговій політиці підприємств слугує скоріше не як конкурентна перевага, а як необхідна умова бути поміченим споживачами на ринку.

Метою даного дослідження є аналіз інноваційних маркетингових практик та їхнє використання вітчизняними брендами. Для досягнення цієї мети необхідно виконати такі *завдання*: проаналізувати основні інновації у маркетинговій діяльності, що активно застосовувались протягом останніх 5 років, зокрема, вітчизняними брендами та проаналізувати результати