

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ЧЖОУ ГАНВЕЙ

УДК 377:378.091.12:334:004(510)

ДИСЕРТАЦІЯ

**РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ
БАКАЛАВРІВ ЦИФРОВИХ МЕДІАТЕХНОЛОГІЙ У ВИЩИХ
ПРОФЕСІЙНИХ КОЛЕДЖАХ КНР**

011 «Освітні, педагогічні науки»
01 «Освіта / Педагогіка»

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на

Signed by: відповідне джерело
周刚伟 Чжоу Ганвей
EC82416D03F145E...

Науковий керівник:
ОСАДЧЕНКО Інна Іванівна,
доктор педагогічних наук, професор

Київ – 2026

АНОТАЦІЯ

Чжоу Ганвей. Розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 011 «Освітні, педагогічні науки» галузі знань 01 «Освіта / Педагогіка». Національний університет біоресурсів і природокористування України. Київ, 2026.

Дисертаційну роботу присвячено вивченню проблеми розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що в епоху глобальної цифровізації значно зростає роль спеціалістів, здатних ефективно працювати в галузі цифрових медіатехнологій, що стали ключовим елементом економічного, культурного та інформаційного розвитку країн. Ця компетентність передбачає здатність генерувати інноваційні ідеї, створювати та розвивати власні проекти, ефективно управляти ресурсами та адаптуватися до швидких змін у цифровій економіці. У контексті пошуку ефективних моделей розвитку підприємницької освіти досвід Китайської Народної Республіки (далі – КНР) викликає значний інтерес, адже протягом останніх десятиліть країна досягла значних успіхів у розвитку інноваційної економіки, активно підтримуючи підприємницьку діяльність студентів та молодих спеціалістів. Важливість цього дослідження впливає з необхідності вивчення та адаптації ефективних міжнародних практик у розвитку підприємницької освіти для модернізації української системи підготовки фахівців із цифрових медіатехнологій.

У роботі доведено, що розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій є ключовим елементом економічного, культурного та інформаційного розвитку країни.

У роботі вперше виокремлено, обґрунтовано та схарактеризовано сучасні тенденції розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР (освітньо-політична як державно керована трансформація бакалаврської освіти в інноваційно-підприємницьку модель; впровадження моделі «виробництво ↔ освіта»; цифрова трансформація освітнього процесу засобами EdTech-підходу, що полягає в переході до EdTech-орієнтованої, платформної та діяльнісної моделі освіти, в якій підприємницькі компетентності розвиваються шляхом цифрових практик, проєктної діяльності, взаємодії із підприємствами та використання інтелектуальних освітніх технологій; впровадження програми «1+X» (диплом + галузеві сертифікати) та мікрокваліфікації; застосування проєктно-орієнтованого та міждисциплінарного підходів; модернізація системи оцінювання успішності для проєктування кар'єрних шляхів).

На основі порівняльної характеристики сутності понять «вищі професійні коледжі КНР»; «цифрові медіатехнології»; «компетенція»; «компетентність / професійна компетентність»; «підприємницька компетентність», представлені у наукових дослідженнях КНР, України, країн Європи та США, сформульоване авторське визначення поняття «підприємницька компетентність майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР» як інструмент національного розвитку та професійної зайнятості, державний пріоритет масштабного розвитку в пріоритетній системі – цифрових медіатехнологій – шляхом комерціалізації продукт-контенту, швидкого виходу на ринок тощо; як комплекс особистісно-ділових якостей, що виявляються у спеціальній моделі поведінки.

Запропоновано авторську структуру підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР: мотиваційно-ціннісний, когнітивний, креативно-діяльнісний, комунікативно-управлінський, рефлексійно-корекційний компоненти.

Розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР у дослідженні визначено цілеспрямованим освітнім процесом, у якому студенти навчаються створювати, комерціалізувати та масштабувати цифрові медіапродукти (контент, послуги, платформи тощо) відповідно до потреб ринку та державних пріоритетів країни.

У результаті узгодження сучасних тенденцій розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР із компонентами та показниками досліджуваного явища, схарактеризовано досвід реалізації педагогічних умов вказаного процесу: формування цілеспрямованої позитивної мотивації до розвитку підприємницької компетентності; удосконалення змісту навчання; використання інноваційних форм, методів та засобів навчання.

Виокремлено найефективніші засоби формування цілеспрямованої позитивної мотивації та основні позитивні мотиви майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій вищих професійних коледжів КНР до розвитку їхньої підприємницької компетентності – професійна самореалізація; гарантія зайнятості; соціальний статус та стабільність; сімейні та суспільні очікування.

Обґрунтовано інтегративно-динамічну теоретико-методичну модель системного оновлення змісту підготовки бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР та визначено пріоритетні форми, методи та засоби розвитку їхньої підприємницької компетентності.

Проведено компаративний аналіз стратегій формування підприємницької компетентності майбутніх фахівців із цифрових медіа в системі вищої освіти України та КНР. З'ясовано, що вітчизняна модель підготовки тяжіє до виробничо-технологічної парадигми, де підприємницькі навички розвиваються імпліцитно (переважно шляхом soft skills) і не фігурують як окрема цільова одиниця навчання. Натомість у КНР підготовка орієнтована на виховання «інноваційного агента», для якого технічна

креативність і ринкова ефективність є єдиним цілим. На відміну від українського випускника, що частіше виступає як кваліфікований виконавець, китайський фахівець позиціонується як стратегічний суб'єкт національного економічного розвитку.

Матеріали дослідження забезпечують нову науково-об'єктивну інтерпретацію теорії й практики розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. Узагальнено та уточнено перелік додаткових навчальних курсів підприємницького контексту, окреслено практичні орієнтири, яких дотримуються у вищих професійних коледжах КНР щодо розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

Визначено перспективи творчого використання в Україні досвіду розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР та укладено практичні рекомендації для реалізації цього процесу на різних рівнях: теоретико-методологічному, нормативно-правовому, методичному.

Результати роботи можуть бути використані для розробки інноваційного методичного забезпечення, дистанційного навчання та оновлення програм практик, що забезпечить цілеспрямований розвиток підприємницької компетентності студентів.

Ключові слова: розвиток, підприємницька компетентність, цифрова компетентність, компетентнісний підхід, майбутні бакалаври, цифрові медіатехнології, медіа, цифрові технології, інноваційні технології, цифровізація, коледжі, вищі професійні коледжі, КНР, Китай, Україна.

ANNOTATION

Zhou Gangwei. Development of Entrepreneurial Competence of Future Bachelors of Digital Media Technologies in Higher Vocational Colleges of the PRC. Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

Thesis for the degree of Doctor of Philosophy in the specialty 011 «Educational, Pedagogical Sciences». National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, 2026.

The dissertation is devoted to the study of the problem of developing the entrepreneurial competence of future Bachelors of Digital Media Technologies in higher vocational colleges of the People's Republic of China (PRC).

The relevance of the study is due to the fact that in the era of global digitalization, the role of specialists capable of working effectively in the field of digital media technologies, which have become a key element of the economic, cultural, and information development of countries, is significantly increasing. This competence involves the ability to generate innovative ideas, create and develop one's own projects, effectively manage resources, and adapt to rapid changes in the digital economy. In the context of searching for effective models for the development of entrepreneurial education, the experience of the PRC is of significant interest, as over the past decades, the country has achieved considerable success in developing an innovative economy by actively supporting the entrepreneurial activities of students and young specialists. The importance of this research stems from the need to study and adapt effective international practices in the development of entrepreneurial education to modernize the Ukrainian system of training specialists in digital media technologies.

The study proves that the development of entrepreneurial competence of future Bachelors of Digital Media Technologies is a key element of the economic, cultural, and information development of the country.

For the first time, the study identifies, substantiates, and characterizes the modern trends in the development of entrepreneurial competence of future Bachelors of Digital Media Technologies in higher vocational colleges of the PRC: educational-political (a state-led transformation of bachelor's education into an innovation-entrepreneurial model); implementation of the «Production↔Education» model; digital transformation of the educational process via the EdTech approach, transitioning to an EdTech-oriented, platform-based, and

activity-based model of education, where entrepreneurial competencies are developed through digital practices, project activities, interaction with enterprises, and the use of intelligent educational technologies; implementation of the «1+X» program (diploma + industry certificates) and micro-credentials; application of project-oriented and interdisciplinary approaches; modernization of the assessment system to facilitate career path design.

Based on a comparative analysis of the concepts of «higher vocational colleges of the PRC» «digital media technologies» «competency» «competence / professional competence» and «entrepreneurial competence» in the research of the PRC, Ukraine, Europe, and the USA, the author's definition of «entrepreneurial competence of future Bachelors of Digital Media Technologies in higher vocational colleges of the PRC» is formulated. It is defined as a tool for national development and professional employment, a state priority for scalable growth within the priority system of digital media technologies through the commercialization of product content and rapid market entry, as well as a complex of personal and business qualities manifested in a specific behavioral model.

The author's structure of entrepreneurial competence for future Bachelors of Digital Media Technologies in higher vocational colleges of the PRC is proposed, comprising the following components: motivational-value, cognitive, creative-activity, communicative-managerial, and reflective-correctional.

The development of entrepreneurial competence in this study is defined as a purposeful educational process in which students learn to create, commercialize, and scale digital media products (content, services, platforms, etc.) in accordance with market needs and national priorities.

The study characterizes the experience of implementing pedagogical conditions for this process: forming purposeful positive motivation; improving curriculum content; and utilizing innovative forms, methods, and tools of instruction. The most effective motives identified include professional self-realization, employment guarantees, social status, stability, and family/societal expectations.

An integrative-dynamic theoretical and methodological model for the systemic renewal of training content is substantiated, and priority forms and methods for developing entrepreneurial competence are identified.

A comparative analysis of strategies for forming entrepreneurial competence in Ukraine and the PRC was conducted. It was found that the Ukrainian model tends toward a production-technological paradigm where entrepreneurial skills develop implicitly (mainly through soft skills). In contrast, the Chinese model focuses on educating an «innovation agent» for whom technical creativity and market efficiency are a single entity. Unlike the Ukrainian graduate, who often acts as a skilled executor, the Chinese specialist is positioned as a strategic subject of national economic development.

The research materials provide a new scientific-objective interpretation of the theory and practice of entrepreneurial competence development. The list of elective courses in an entrepreneurial context is refined, and practical guidelines followed by Chinese vocational colleges are outlined.

The study determines prospects for the creative application of the PRC's experience in Ukraine and provides practical recommendations at the theoretical-methodological, regulatory, and instructional levels. The results can be used to develop innovative teaching materials, distance learning modules, and updated internship programs.

Keywords: development, entrepreneurial competence, digital competence, competency-based approach, future bachelors, digital media technologies, media, digital technologies, innovative technologies, digitalization, colleges, higher professional colleges, PRC, China, Ukraine.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Стаття у закордонному виданні, проіндексованому у базах даних Scopus та / або Web of Science Core Collection

1. **Zhou G.**, Wu Y., Li J., Bai D. Approaches to Vocational Training in Higher Polytechnic Colleges: Integrating Competence-Based, Project-Based, and Dual Learning Methods. *Dragoman Journal*, 2025. Vol. 17. P. 665–681. *(Чжоу Ганвей окреслено технологію професійної підготовки майбутніх спеціалістів у вищих політехнічних коледжах, яка базується на підходах компетентнісного, проєктного, дуального навчання та розвитку м'яких навичок. Лі Цзюньтан доведено, що в процесі інтеграції компетентнісного, проєктного та дуального навчання у вищих політехнічних коледжах завдяки використанню цифрових і STEM-інструментів суттєво підвищується ефективність професійної підготовки майбутніх інженерів. Бай Дуншен визначено вплив зазначених підходів на формування комп'ютерної компетентності майбутніх спеціалістів у вищих політехнічних коледжах КНР. У Яньчан охарактеризовано їхній вплив на управління освітою майбутніх спеціалістів у вищих політехнічних коледжах КНР).*

Статті у наукових виданнях,

включених до Переліку наукових фахових видань України

2. Чжоу Ганвей. Методологічні підходи до сутності поняття «професійна компетентність майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій у Китаю». *Наука і техніка сьогодні*. 2025. № 1(42). С. 924–935.

3. Осадченко І. І., **Чжоу Ганвей**. Інноваційні стратегії розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій у вищих професійних коледжах КНР. *Перспективи та інновації науки*. 2025. № 12 (58). С. 1280–1296. *(Чжоу Ганвей проаналізовано сучасний стан дослідження інноваційних стратегій до підготовки бакалаврів цифрових медіа-технологій у КНР. Осадченко І. визначено переваги,*

обмеження та педагогічний потенціал інноваційних стратегій формування підприємницької компетентності).

4. Чжоу Ганвей. Характеристика змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій вищих професійних коледжів КНР. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. 2025. №. 5 (145). С. 383–296.

Тези наукових доповідей

5. Zhou Ganwei. Fostering The Entrepreneurial Competence Of Prospective Bachelor's Degree Students In Higher Professional Colleges Specializing In Digital Media Technologies. International Symposium on International Education, Technology and Management Development 2023 (ISIETM 2023), 17–19 May, West Covina, California, 2023. P. 225–244.

6. Чжоу Ганвей. Порівняльний аналіз розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у зарубіжних вищих професійних коледжах. Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2024»: XXVI Всеукраїнська наукова конференція, м. Черкаси, 27 травня 2024 року: тези доповіді. Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького., 2024. С. 329–331.

7. Zhou Ganwei. Entrepreneurial competence as a personal resource of future bachelor of digital media technology in China. Ресурсно-орієнтоване навчання в «3D»: доступність, діалог, динаміка: V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, м. Полтава, 20–21 лютого 2025 року: тези доповіді. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2025. С. 403–406.

8. Zhou Ganwei. Teaching resources for the formation of entrepreneurial competence of future bachelors of digital media technologies in the PRC and Ukraine: a comparative analysis. Ресурсно-орієнтоване навчання в «3D»: доступність, діалог, динаміка: VI Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, м. Полтава, 19–20 лютого 2026 року: тези доповіді. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2026. С. 274–276.

ЗМІСТ

Вступ	13
РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ ЦИФРОВИХ МЕДІАТЕХНОЛОГІЙ У ВИЩИХ ПРОФЕСІЙНИХ КОЛЕДЖАХ КНР ЯК ПЕДАГОГІЧНА ПРОБЛЕМА	24
1.1. Сучасні тенденції розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР	24
1.2. Сутність ключових понять дослідження	53
1.3. Структура підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у КНР	81
Висновки до першого розділу	95
РОЗДІЛ 2. ДОСВІД РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ ЦИФРОВИХ МЕДІАТЕХНОЛОГІЙ У ВИЩИХ ПРОФЕСІЙНИХ КОЛЕДЖАХ КНР	98
2.1. Формування цілеспрямованої позитивної мотивації до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР	98
2.2. Зміст навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у контексті розвитку підприємницької компетентності у вищих професійних коледжах КНР	119
2.3. Форми, методи, засоби розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР	160
Висновки до другого розділу	175
РОЗДІЛ 3. ВИКОРИСТАННЯ КИТАЙСЬКОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ ЦИФРОВИХ МЕДІАТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ	177
3.1. Сучасний стан розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у закладах вищої освіти України та КНР у порівняльному аспекті	177
3.2. Перспективи використання в Україні досвіду розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у професійних коледжах КНР	202
Висновки до третього розділу	219
ВИСНОВКИ	222
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	226
ДОДАТКИ	248

Список умовних позначень

БІМТМ – Бірмінгемський інститут моди та творчих мистецтв
ВНТУ – Вінницький національний технічний університет
ГНПКПК – Гуандунський Наньхуа професійний коледж промисловості та комерції
ЗВО – заклади вищої освіти
ЗУ – Закон України
КМ України – Кабінет Міністрів України
КНЕУ – Київський національний економічний університет
КНР – Китайська Народна Республіка
КНУ – Київський національний університет
ЛНТУ – Луцький Національний технічний університет
МОН України – Міністерство освіти та науки України
НУЛП – Національний університет «Львівська політехніка»
ОП – освітня програма
ОПП – освітньо-професійна програма
ПВПК – Піндіншаньський вищий політехнічний коледж
СЦЛУ – Сіань Цзяотун-Ліверпульський університет
УДХТУ – Український державний хіміко-технологічний університет
ФПОН – Федеральний інститут професійної освіти та навчання
ХНУМГ – Харківський національний університет міського господарства
ХНУР – Харківський національний університет радіоелектроніки
ХПТКНП – Хунаньський професійно-технічний коледж нафтохімічної промисловості
ЧУНТ – Чжецзянський університет науки і технологій

ВСТУП

Актуальність дослідження. В епоху глобальної цифровізації значно зростає роль фахівців, здатних ефективно працювати в галузі цифрових медіатехнологій, що стали ключовим елементом економічного, культурного та інформаційного розвитку світу. Тому актуалізується питання підготовки висококваліфікованих фахівців, які володіють не лише професійними технологічними знаннями, а й підприємницькою компетентністю, що передбачає здатність генерувати інноваційні ідеї, створювати, розвивати та комерціалізувати власні проєкти.

У контексті пошуку ефективних моделей розвитку підприємницької освіти досвід Китайської Народної Республіки (далі – КНР) викликає значний інтерес, адже протягом останніх десятиліть країна досягла значних успіхів у розвитку інноваційної економіки, активно підтримуючи підприємницьку діяльність студентів та молодих спеціалістів. У китайських вищих професійних коледжах сформувалася цілісна система розвитку інноваційних та підприємницьких компетенцій, що охоплює освітні програми, стартап-інкубатори, інноваційні лабораторії та партнерство з технологічними компаніями. Важливість цього дослідження впливає з необхідності вивчення та адаптації ефективних міжнародних практик у розвитку підприємницької освіти для модернізації української системи підготовки фахівців у сфері цифрових медіатехнологій.

Дослідження контексту підготовки майбутніх фахівців у КНР нині викликає науковий інтерес у дослідженнях українських учених (С. Амеліна, Т. Григоренко, І. Демченко, М. Захаревич, О. Кучай, І. Осадченко, Р. Тарасенко, Н. Тверезовська, Л. Штефан та ін.). Аспекти підготовки майбутніх фахівців цифрових медіатехнологій у КНР представлено працями, присвяченими вивченню особливостей упровадження професійних курсів цифрових медіатехнологій (Dongmei Guo), освітніх медіасередовищ (Li Yangrong; Zhang Xiaohua; Xueqing Wei; Yan Liu та ін.), а також особливостей

застосування цифрових технологій навчання у закладах вищої освіти КНР (Гоу Кванденг; Ma Jun; Mengyu Luo; Zhang Xiaohua; Li Hua & Li Zipeng; Yue Huo та ін.) тощо. Проблеми розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів схарактеризовано у дослідженнях інтеграції інноваційної та підприємницької освіти у вищих професійних коледжах КНР (Hong Wei & Wang Dong) та ін.; застосування цифрових технологій в освіті України (М. Толмач); навчання підприємництву в інших країнах, зокрема Австралії (Д. Куратко), Італії (Д. Якобуччі, А. Мікоцці) та ін. Досліджено розвиток підприємницьких компетентностей майбутніх фахівців у КНР за допомогою таких засобів, як: організація спеціального освітнього середовища (Haijiao Chen et al.), інтеграція інноваційної та підприємницької освіти (Liu Fangtao; Zhang Xiaohua; Hong Wei & Wang Dong; Hu Jie & Zhang Ling), введення базового курсу підприємництва на основі проєктів (Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen) тощо. В Україні розвиток підприємницької компетентності майбутніх фахівців досліджено у напрямі окремих профілів: економічного (Ю. Білова, І. Середіна), педагогічного (В. Бондар, Т. Бортнюк, В. Мелеш, В. Скрипинець, Б. Чепелюк), інформатичного (Н. Морзе), робітничого (І. Гриценко), художнього (Л. Шестерікова) профілю; сфери обслуговування (В. Майковська), бізнесу (М. Стрельніков) та торгівлі (А. Островершенко, С. Стеблюк) та ін.

Як видно, дослідження цього контексту у КНР спрямовані на пошук ефективних шляхів та засобів розвитку підприємницьких компетенцій майбутніх фахівців (освітнє середовище, конкретні методи навчання тощо), тоді як в Україні вони здебільшого диференціюються за галузями та спеціалізаціями освіти – підготовки економістів, учителів, механіків та ін. Як наслідок, бракує досліджень із розвитку підприємницької компетентності майбутніх фахівців у сфері цифрових медіатехнологій у вищих професійних навчальних коледжах КНР. Потребують обґрунтування й шляхи творчого використання відповідного досвіду в українській вищій освіті.

Аналіз чинних емпіричних та порівняльних досліджень у сфері педагогіки виявив суперечності між:

- вимогами суспільства до підготовки високопрофесійних кадрів для сфери цифрових медіатехнологій, здатних до підприємницької діяльності в умовах розвитку цифрової економіки та креативних індустрій соціально-політичного та соціально-економічного розвитку КНР та фрагментарністю наявних досліджень цього напрямку;

- запитом вищих професійних коледжів КНР на результативне забезпечення розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій і фрагментарністю організаційно-педагогічного супроводу в освітньому середовищі;

- потребою закладів вищої освіти України в осучасненні підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій з урахуванням конструктивних ідей китайського досвіду і нерозробленістю практичних шляхів їх творчого використання в українському освітньому середовищі.

Зважаючи на потребу усунення вказаних суперечностей, педагогічну значущість проблеми та недостатність її розробленості в теорії та практиці, визначено тему дослідження: **«Розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР».**

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дослідження виконано у рамках науково-дослідницької теми кафедри педагогіки «Теоретико-методичні основи навчально-виховної роботи у природоохоронних та аграрних вищих навчальних закладах» (номер державної реєстрації 0115U003561).

Тему дисертації затверджено Вченою радою Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол № 5 від 21 грудня 2022 р.).

Мета дослідження полягає в аналізі теоретичних ідей, порівнянні та узагальненні результативних практик розвитку підприємницької

компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР для творчого використання цих напрацювань у закладах вищої освіти України.

Відповідно до мети дослідження поставлено такі **завдання**:

1. На основі аналізу стану розробленості проблеми у педагогічній теорії та практиці виокремити й обґрунтувати сучасні тенденції розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР та уточнити ключові поняття дослідження.

2. Схарактеризувати досвід реалізації педагогічних умов розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

3. Здійснити порівняльний аналіз сучасного стану розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у закладах освіти України та КНР.

4. Визначити перспективи творчого використання в Україні досвіду розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

Об'єкт дослідження – підприємницька компетентність майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах.

Предмет дослідження – теорія та практика розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

Для вирішення поставлених завдань було використано комплекс **методів дослідження**: загальнонаукові методи – аналіз, синтез, порівняння, узагальнення та інтерпретація – для вивчення наукової, філософської, психологічної та педагогічної літератури, нормативних документів КНР та України, а також навчально-методичних матеріалів, що відображають практику навчання майбутніх студентів-бакалаврів цифрових медіатехнологій. *Метод структурно-логічного аналізу* було використано для

виявлення взаємозв'язків між компонентами підприємницької компетентності та компонентами професійної підготовки; *методи систематизації та класифікації* – для упорядкування концептуальних підходів, тенденцій та моделей освіти у вищих професійних коледжах КНР, ЗВО України та узагальнення даних порівняльного аналізу; *метод концептуального моделювання* – для розробки схем та моделей окремих аспектів досліджуваного процесу; *порівняльний аналіз* – для порівняння китайських та українських підходів у розвитку підприємницької компетентності майбутніх спеціалістів; *прогностичні методи* – для визначення можливостей творчого використання досвіду викладання КНР у вищій освіті України. *Історико-педагогічний метод* використано для визначення передумов розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР. Для визначення мети, завдань, принципів, змісту, форм, методів та засобів реалізації цього процесу було використано *проблемно-орієнтований метод*. На окремих етапах дослідження застосовано *емпіричні методи*: спостереження за навчальним процесом, анкетування, опитування, інтерв'ю зі студентами та викладачами спеціалізації «Цифрові медіатехнології» у вищих професійних коледжах КНР, а також узагальнення особистого професійного досвіду автора в системі вищої професійної освіти КНР.

Джерельну база дослідження становлять:

– *офіційні документи та нормативно-правові акти КНР* (中华人民共和国宪法 / «Конституція Китайської Народної Республіки» (1982), 中华人民共和国教育法 / «Закон Китайської Народної Республіки про освіту» (2015), Vocational Education Law of China / «Закон Китаю про професійну освіту» (2022) тощо; Національні стандарти бакалаврських ступенів за спеціальністю «Цифрові медіатехнології» тощо; статистичні дані Міністерства освіти КНР щодо розвитку вищої освіти;

– *нормативно-правові документи у сфері вищої освіти України*, а саме: ЗУ «Про освіту» (2017), «Про вищу освіту» (2014), «Про наукову та науково-технічну діяльність» (2015), «Про професійну фахову передвищу освіту» (2019); Постанови КМ України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» (2011), «Про створення Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти» (2015) тощо; Національні стандарти бакалаврських ступенів; статистичні дані МОН України щодо розвитку вищої освіти;

– *офіційні веб-сайти вищих професійних коледжів КНР* (Communication University of China / Китайський університет комунікацій; Pindingshan Higher Vocational and Technical College / Піндіншанський вищий політехнічний коледж, Guangdong Nanhua Vocational College of Industry and Commerce / Гуандунський Наньхуа професійний коледж промисловості та комерції, Hunan Petroleum Chemical Vocational Technical College / Хунанський професійно-технічний коледж нафтохімічної промисловості та ін.) та України (Харківський національний університет радіоелектроніки; Вінницький національний технічний університет; Луцький національний технічний університет; Національний університет «Львівська політехніка»; Український державний хіміко-технологічний університет та ін.);

– *освітні ресурси*, розміщені на порталах провідних закладів вищої освіти КНР та закладів вищої освіти України, що здійснюють підготовку майбутніх бакалаврів у сфері цифрових медіатехнологій;

– *матеріали періодичних видань КНР та України*, що висвітлюють питання, пов'язані з підготовкою майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, розвитком підприємницької компетентності, загалом професійної підготовки та інноваційних освітніх технологій («Інноваційна педагогіка»; «Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології»; «Професійна педагогіка»; «Освітологічний дискурс»; «Sustainability»; «Frontiers in Psychology»; «Journal

of Innovation and Knowledge»; «Educational Research»; «Teaching Method Innovation and Practice» та ін.);

– *ресурси наукових бібліотек України та КНР*, зокрема Національної бібліотеки ім. В. І. Вернадського, наукової бібліотеки Національного університету біоресурсів і природокористування України, Піндіншаньського вищого політехнічного коледжу, Гуандунського Наньхуа професійного коледжу промисловості та комерції, Хунаньського професійно-технічного коледжу нафтохімічної промисловості та ресурси Інститутів Конфуція, що діють в Україні);

– *наукові праці українських, китайських та зарубіжних учених*, що стосуються питань розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР (Т. Григоренко, Н. Гречаник, І. Демченко, М. Захаревич, О. Кучай І. Осадченко, Н. Тверезовська, І. Шумілова, Л. Штефан та ін.).

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає в тому, що *вперше*:

– *виокремлено, обґрунтовано та схарактеризовано*: сучасні тенденції розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР; компоненти, показники вказаної компетентності, досвід реалізації педагогічних умов її розвитку; сутність поняття «розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР»; цілеспрямовані позитивні мотиви майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій вищих професійних коледжів КНР до розвитку їхньої підприємницької компетентності та найефективніші засоби формування цієї мотивації; інтегративно-динамічну теоретико-методичну модель системного оновлення змісту підготовки бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР із точки зору розвитку підприємницької компетентності; пріоритетні форми, методи та засоби розвитку підприємницької компетентності; рівні впровадження в Україні

досліджуваного китайського досвіду (теоретико-методологічний, нормативно-правовий, методичний);

- *здійснено порівняльну характеристику*: сутності поняття підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, представлену у наукових дослідженнях КНР, України, країн Європи та США; сучасного стану розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у відповідних закладах вищої освіти КНР та України;

- *уточнено* сутність понять: «вищі професійні коледжі КНР»; «цифрові медіатехнології»; «підприємницька компетентність», «підприємницька компетентність майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР» тощо;

- *удосконалено* зміст, форми і методи розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у закладах вищої освіти України з урахуванням китайського досвіду;

- *подальшого розвитку* набули концептуальні ідеї щодо розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у закладах вищої освіти України.

Практична значущість дослідження полягає в тому, що узагальнено та уточнено перелік додаткових навчальних курсів підприємницького контексту; окреслено практичні орієнтири, яких дотримуються у вищих професійних коледжах КНР щодо розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. Схарактеризовано перспективи впровадження в Україні китайського досвіду розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій та укладено практичні рекомендації цього процесу на різних рівнях: теоретико-методологічному, нормативно-правовому, методичному.

З адаптацією до українського контексту вищої освіти розроблено для викладачів ЗВО презентацію щодо використання інноваційних методів розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових

медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР; рекомендаційні технологічні картки навчальних завдань та приклади їх виконання.

Результати та висновки, отримані у процесі дослідження, можуть бути використані для вдосконалення змісту навчальних програм для здобувачів вищої освіти першого рівня (бакалавра) зі спеціальностей С7 «Журналістика», В13 «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа», F3 «Комп'ютерні науки», F7 «Комп'ютерна інженерія»; для оновлення освітніх програм; для розробки дидактичних та методичних комплексів із професійних дисциплін, спрямованих на розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів; для підготовки дистанційних курсів та для організації виробничої практики з акцентом на розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів.

Результати дослідження впроваджено у освітній процес у таких вищих політехнічних коледжів КНР: Піндіншанський вищий політехнічний коледж (14 травня 2026 р.), Хенанський вищий політехнічний коледж (15 травня 2026 р.), Хенанський політехнічний інститут (14 травня 2026 р.) та відокремленому структурному підрозділі «Рівненський фаховий коледж НУБіП України» (довідка № 169 від 18 червня 2026 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійною науковою працею, результати якої одержані автором самостійно. Особистий внесок здобувача у статті «Approaches to Vocational Training in Higher Polytechnic Colleges: Integrating Competence-Based, Project-Based, and Dual Learning Methods», опублікованій у співавторстві з Wu Y., Li J., Bai D., полягає в *окресленні технології професійної підготовки майбутніх спеціалістів у вищих політехнічних коледжах, базованій на підходах компетентнісного, проєктного, дуального навчання та розвитку м'яких навичок*. Особистий внесок здобувача у статті «Інноваційні стратегії розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР», опублікованій у співавторстві з І. Осадченко,

полягає в *аналізі сучасного стану дослідження інноваційних стратегій до підготовки бакалаврів цифрових медіатехнологій у КНР.*

Апробація та впровадження результатів дослідження. Основні висновки та результати дослідницької роботи оприлюднено на *міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях*: «International Symposium on International Education, Technology and Management Development 2023» (ISIETM 2023), (California, 2023); Сучасні тренінгові технології для розвитку особистості: еко-тренінг» (Умань, 2024); «Актуальні питання теорії та практики психолого-педагогічної підготовки фахівців в умовах сучасного освітнього простору» (Харків, 2024); «Тенденції розвитку педагогіки та освіти в умовах цифрових трансформацій» (ByteEd-2024) (Харків, 2024); «Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених» (Черкаси, 2024); «Актуальні проблеми професійної підготовки педагогів: національний та євроінтеграційний вимір» (Чернівці, 2024); «Неперервна освіта: актуальні дискурси» (Ужгород, 2024); «Психолого-педагогічні проблеми вищої освіти в умовах сучасних викликів: теорія і практика» (Харків, 2025); «Роль молоді у розвитку АПК України» (Київ, 2025); «Ресурсно-орієнтоване навчання в «3D»: доступність, діалог, динаміка» (Полтава, 2025–2026).

Результати дослідження були верифіковані під час їх обговорення на засіданнях кафедри педагогіки Національного університету біоресурсів і природокористування України (2022–2026).

Публікації. Основні результати дослідження представлені у 8 публікаціях, з яких 1 стаття – у закордонному виданні, проіндексованому у базах даних Web of Science Core Collection, 3 статті – у наукових виданнях, включених до Переліку наукових фахових видань України (категорія Б), 4 тези наукових доповідей.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається з анотації (українською та англійською мовами) та списку наукових публікацій автора, вступу, трьох розділів та висновків до них, загальних висновків, списку

використаних джерел (178 найменувань, із них 117 – іноземними мовами), 12 додатків на 29 сторінках. Загальний обсяг дисертації становить 278 сторінок. Дисертація містить 9 рисунків та 8 таблиць.

РОЗДІЛ 1

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ ЦИФРОВИХ МЕДІАТЕХНОЛОГІЙ У ВИЩИХ ПРОФЕСІЙНИХ КОЛЕДЖАХ КНР ЯК ПЕДАГОГІЧНА ПРОБЛЕМА

1.1 Сучасні тенденції розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР

Значущість дослідження проблеми сучасних тенденцій розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР полягає в тому, що цифрові медіатехнології вимагають від випускників володіння не лише технічними та творчими навичками, а й підприємницькими навичками (монетизація продукту, управління проектами, співпраця з ринком, інтелектуальна власність, комунікація з клієнтами тощо). Це особливо важливо у вищих професійних коледжах КНР, оскільки функціонують практичні програми навчання у сфері цифрової економіки та інновацій, а зміни у виробничій практиці в медіасекторі також швидкі. Освіта має бути синхронізована з ринком, тому вивчення стану вказаного питання є важливим для підвищення конкурентоспроможності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, їхнього працевлаштування та здатності створювати власні проєкти / стартапи.

Китайська підприємницька політика, що спричинила виведення країни на передовий рівень у світовому контексті, останні десятиліття стала об'єктом досліджень у різних сферах. Передусім, це спонукає педагогів до визначення освітніх орієнтирів цієї сфери, щоб укріплювати та примножувати підприємницькі здобутки у молодого покоління – майбутнього країни. Нині китайський уряд планує завершити модернізацію економіки країни до 2050 р. і стати сильною, країною, що процвітає, лідером за рівнем економічного

розвитку у світі. Тому сучасна КНР позиціонує себе, насамперед, як рушійна сила світової економіки (Бондар, 2022; Бондар, 2023, Майковська, 2021; Гоу Кванденг, 2020; Ду Цзінсюй, 2020). Тому важливо зрозуміти, який шлях пройшла КНР у напрямі підприємницької освіти та загалом підприємництва, передусім, у найсучасніших сферах, до яких належить, зокрема, підготовка майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

У згадуваному контексті поняття «тенденції», спираючись на словникове визначення (Великий тлумачний словник сучасної української мови [ВТССУМ], 2007; Словник української мови [СУМ], 2010) розглядаємо як напрям певного явища, події чи процесу, що вказує на його стабільне спрямування у відносному проміжку часу; ідею, властиву комусь чи чомусь, що вказує на загальну зміну в поведінці, думках чи статистиці (у нашому випадку, освітню тенденцію) і може бути такою, що зростає, спадає або стабільна. Близьким до поняття тенденції є поняття стратегії (СУМ, 2010), що аналізуємо як конкретніший план реалізації певної тенденції.

Аналіз наукових джерел кола проблеми сучасних тенденцій розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів дозволив констатувати такі напрями досліджень:

- тенденцій навчання: розвитку цифрових навчальних середовищ у китайських університетах (Гоу Кванденг, 2020); застосування цифрових технологій в освіті України (Толмач, 2021); навчання підприємництву в інших країнах (Завгородня, 2020); становлення підприємницької освіти в Австралії (Kannan & Bergami, 2023) та ін.;
- стратегії навчання: розвитку комунікативних компетентностей українських магістрантів (Сорока, 2023); інтеграції інноваційної та підприємницької освіти у вищих професійних коледжах КНР (Hong Wei & Wang Dong, 2021) та ін.;
- загалом сутності, структури поняття підприємницької компетентності у КНР (Ду Цзінсюй, 2018) Україні (Алексеева та ін., 2016;

Бондар, 2022; Майковська, 2017; Прищепа, 2016; Шеліган, 2019; та ін.) та інших країнах світу (Завгородня, 2020), зокрема Німеччині (Kirsch 2025), США (Tittel & Terzidis, 2020), Іспанії (Morales et al., 2025), Португалії (Banha, 2025), Словенії (Ratten & Usmanij, 2021) та ін.;

– розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх фахівців у КНР, зокрема засобами: організації спеціального освітнього середовища (Haijiao Chen et al., 2022), інтеграції інноваційної та підприємницької освіти (Liu Fangtao, 2020; Zhang Xiaohua, 2021; Hong Wei & Wang Dong 2021), викладання інтегрованого виробництва (Hu Jie & Zhang Ling, 2023), впливу навчання підприємництву в університетах на підприємницькі наміри студентів (Yijun Lv et al., 2021), розробки базового курсу підприємництва на основі проєктів (Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024); модерованої моделі мультимедіації (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022) та ін.;

– розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх фахівців в Україні: економічного (Середіна, 2022), педагогічного (Бондар, 2023; Бортнюк, 2021; Мелеш та ін., 2023), робітничого (Гриценко, 2021), художнього (Шестерікова, 2023) профілю; сфери обслуговування (Майковська, 2021), бізнесу (Стрельніков, 2016) та торгівлі (Островершенко, 2023; Стеблюк, 2019) та ін.

Як бачимо, у світовій науці питанню сучасних тенденцій розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх фахівців присвячено достатньо досліджень, що свідчить про нагальність його вивчення. Водночас дослідження цього контексту у КНР спрямовані на пошук ефективних шляхів та засобів розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх фахівців (освітні середовища, конкретні методи навчання тощо), а в Україні – конкретизовано за галузями та спеціальностями підготовки (економістів, педагогів та ін.).

Щодо досліджень контексту майбутніх фахівців саме цифрових медіатехнологій у КНР, то вони представлені вивченням реформи викладання та інновацій у професійних курсах цифрових медіатехнологій (Dongmei Guo,

2020), інновацій та практик освітніх медіасередовищ (Li Yangrong, 2019; Xuehua Zhang, 2019; Xueqing Wei, 2019; Yan Liu, 2019; та ін.) та особливостей застосування цифрових технологій навчання у ЗВО (Гоу Кванденг, 2020; Ma Jun, 2023; Mengyu Luo, 2020; Zhang Xiaohua, 2021; Li Hua & Li Zipeng, 2023; Yue Huo, 2022; та ін.). Таким чином, бракує досліджень розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх фахівців цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР та світу.

Водночас зазначимо щодо досліджень контексту розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх фахівців саме цифрових медіатехнологій у закладах вищої освіти: в Україні переважно зустрічається назва «Цифрові технології» (ОПП «Цифрові технології», бакалавр, НУЛП [ОПП ЦТБ НУЛП], 2025; Освітньо-професійна програма «Цифрові технології» [ОПП ЦТБ УДХТУ], 2025; Освітньо-професійна програма «Професійна освіта (Комп'ютерні технології)» Луцького національного технічного університету [ОПП ПОКТ ЛНТУ], 2024; Професійна освіта (Цифрові технології)» Вінницького національного технічного університету [ОПП ПОЦТ ВНТУ], 2025). Натомість, в Україні переважно досліджують формування меіаграмотості та медіакомпетентності (Богомаз, 2021).

На думку сучасних науковців (Стеблюк, 2019; Сажієнко, 2017; Сажієнко, 2018; Haijiao Chen et al., 2022), підготовка майбутніх фахівців до підприємницької діяльності має базуватися на сучасних наукових дослідженнях підприємництва та реалізовуватися засобами відповідних методологічних підходів, спрямованих на забезпечення успіху у відповідній сфері.

Схарактеризуємо на основі аналізу наукових джерел сучасні тенденції розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

Після оновлення «Закону про професійну освіту» (Vocational Education Law of China [VELC], 2022) професійну освіту фактично прирівняли до загальної освіти з чітким акцентом на інновації, підприємництво та тісні

зв'язки із промисловістю, що прискорює інтеграцію курсів із реальними проектами та інкубаційними шляхами для студентів.

Варто зазначити, що з ретроспективної точки зору, КНР із 1949 р. пішла шляхом створення планової економіки; із 1976 р. почала проводити нову економічну політику. У ході її реалізації було сформульовано методологію реформування економіки КНР на кілька десятиліть наперед і розроблено план її реалізації. Характерними рисами цієї політики були: 1) збереження планової економіки при функціонуванні в умовах ринкової економіки, 2) реалізація політики реформ і відкритості, що спрямовувала країну на інтеграцію у світову економіку та взаємодію з іншими країнами. У 1980-х роках було здійснено інтенсивний розвиток бізнесу завдяки допомозі багатих китайських підприємців-емігрантів. Така ситуація була мотивована високим рівнем патріотизму; наявністю численних родичів у КНР; високим рівнем знання традицій і норм життя та їх дотримання; матеріальними вигодами від такої діяльності; ухваленням важливих рішень щодо створення умов для розвитку бізнесу (організація діяльності «Державного фонду малого та середнього підприємництва» та «Китайського центру ділової координації та співробітництва»). Останній мав на меті стимулювати співпрацю між китайськими та іноземними організаціями. Інтенсивний розвиток підприємництва в КНР спонукав необхідність навчання людей, які хочуть займатися підприємницькою діяльністю, а новий спосіб ведення бізнесу в країні потребував оновлення змісту, методів і форм підготовки висококваліфікованих спеціалістів. Для цього, враховуючи досвід розвинутих європейських країн і США та специфіку ведення бізнесу в країні, китайські спеціалісти розробили відповідні освітні програми, методичне забезпечення в цьому питанні та рекомендації. Причому розвиток мав відбуватися протягом усього активного життя людини і включати здобуття початкової, середньої та вищої освіти, а також процес перепідготовки та професійного розвитку (Haijiao Chen et al., 2022).

Нині китайське суспільство пронизує підприємницька ідеологія. Уряд КНР впроваджує нову концепцію розвитку, сприяючи структурним реформам у сфері інтегрованого, скоординованого та взаємовигідного бізнес-середовища, створюючи нову архітектуру розвитку молодіжного підприємництва на основі інновацій та цифрової економіки майбутнього (Haijiao Chen et al., 2022; Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024; Ma Jun, 2023).

Для порівняння, концепція підприємницької освіти у світовій науковій літературі все ще відносно незріла і рідко розглядається на стратегічному рівні університетів або включена в національну політику країни. Однак важливішою частиною розвитку підприємницької освіти є проблема педагогічної освіти, оскільки навички підприємницької освіти мають специфічні характеристики та відрізняються від навичок викладання звичайних навчальних предметів (Бондар, 2023). Тоді як доведено, що розвиток підприємництва та підприємницької ініціативи сприятиме відбудові економічної системи країни та покращенню її соціального становища. Завданням вищої освіти в цьому аспекті є розробка педагогічних методів та інструментів, які уможливають розвиток сучасної платформи для інтелектуального підприємництва. Ця платформа базована на синергетичному взаємозв'язку соціальних, приватних та особистих переваг, а також на формуванні сучасної екосистеми підприємництва (Haijiao Chen et al., 2022; Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024; Ma Jun, 2023). Як і вказано раніше, інші країни у площині розвитку підприємницької компетентності майбутніх фахівців обирають методичні шляхи: акцентують на особливостях підготовки викладачів для досягнення вказаної мети.

Ефекти впровадження освіти та політики підприємництва у КНР досліджені за допомогою кількісного плану. Крім того, це дослідження підкреслило вплив підприємницької конкуренції з емпіричними доказами та сприяє обговоренню підприємницької освіти для політиків (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022).

Сучасні реформи у країні (Закон України «Про освіту» [ЗУ ПО], 2017; Закон України «Про вищу освіту» [ЗУ ПВО], 2014; Наказ МОН України № 76 [НМОНУ №76], 2024) перетворили вищі професійні коледжі КНР на рушійну силу «якісного розвитку»: ці заклади повинні навчати не лише виконавців, а й спеціалістів, здатних реалізовувати проєкти, комерціалізувати результати та зміцнювати регіональні галузі промисловості. Це безпосередньо вбудовано в рамки розвитку професійної освіти в Китайській Народній Республіці, включаючи оновлений закон (Constitution of the People's Republic of China [CPRC], 2018; Education Law of the People's Republic of China [ELPRC], 1995/2015; VELC, 2022).

Дослідники констатують поширення політики «масового підприємництва та інновацій» у ЗВО КНР: підприємницькі компетенції тлумачаться як реакція на структурні зміни в економіці та виклики, пов'язані із працевлаштуванням випускників (самозайнятість, стартапи, внутрішньопідприємництво в компаніях) (Haijiao Chen et al., 2022). Державні програми у цьому напрямі реалізуються як політично-освітній важіль: ініціативи, такі як «Подвійний високий план» (курс для вищих професійних коледжів КНР) стимулюють модернізацію програм, зміцнення зв'язків із промисловістю та практично-орієнтовані інновації (Yijun Lv et al., 2021).

Освітні тенденції на рівні держави, що висвітлюють, передусім, політичні аспекти реформ, зазвичай реалізується як системна реформа в рамках «подвійних інновацій» (інновації + підприємництво), що дослідники (Hu Jie & Zhang Ling, 2023; Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024), представляють на трьох позиціях:

1. Інституціоналізація: підприємництво не стає факультативним предметом, а радше частиною освітніх стандартів, навчальних програм, кредитів ECTS та результатів навчання.

2. Зміна моделі навчання: акцент зроблено на проектному навчанні, міждисциплінарних завданнях, командній роботі, прототипуванні та роботі з

реальними клієнтами (приклади з дотичної до спеціальності підготовки сфери виробництва).

3. Практична інфраструктура, що представлена інкубаторами, мейкерспейсами, конкурсами, демонстраційними базами, стажуваннями та спільними лабораторіями з компаніями як цикл навчання та виробництва.

Навчальна робота на вказаних у п. 3 заняттях та діяльностях дає підстави оцінити не лише знання, а й підприємницьку готовність майбутніх бакалаврів: вміння створювати портфоліо; розробляти пропозиції, бізнес-моделі; здатність розраховувати собівартість одиниці продукції; працювати із правами на контент та продавати продукт / послугу. Це зазвичай описано в дослідженнях реформи освіти та професійної підготовки у ЗВО КНР, як от у колективній роботі Yijun Lv, Yingying Chen, Yimin Sha, Jing Wang, Lanyijie An, Tingjun Chen, Xiang Huang, Yangjie Huang, Leilei Huang (Yijun Lv et al., 2021).

У випадку цифрових медіатехнологій підприємництво у КНР є природно інтегрованим, оскільки ця сфера, на нашу думку, ґрунтована на аналізі наукових джерел (Dongmei Guo, 2020; Li Yangrong, 2019; Zhang Xiaohua, 2019; Xueqing Wei, 2019; Yan Liu, 2019 та ін.):

- має низький поріг запуску продукту, тобто реалізується шляхом такої спрощеної технології: контент ↔ дизайн ↔ виробництво ↔ маркетинг ↔ платформи;
- функціонує на основі логіки проєктних команд та сервісних студій;
- швидко монетизується шляхом діяльності креативної індустрії та цифрових платформ (студії, агентства, індивідуальні підприємці, внутрішні стартапи тощо).

Таким чином, підприємницькі компетенції тут не є окремою навчальною дисципліною, а радше комплексною підготовкою: від створення медіапродукту до його просування, юридичної реєстрації та комерціалізації.

На основі аналізу наукових джерел, на наш погляд, варто виокремити першу тенденцію розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх

бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – освітньо-політичну. Розглядаємо її як державно керовану трансформацію бакалаврської освіти у вищих професійних коледжах КНР в інноваційно-підприємницьку модель, в якій підприємницькі компетентності стають обов’язковим результатом професійної освіти шляхом інтеграції з промисловістю, практичного навчання проєктам та інфраструктури інкубації / комерціалізації. Сутність цієї тенденції полягає в тому, що держава цілеспрямовано «розбудовує» підприємництво в системі освіти, що використовується як інструмент економічної політики з метою інноваційного зростання, збільшення зайнятості працівників, розвитку технологічної та креативної індустрії, одночасно реформуючи зміст та організацію вищої освіти.

Нині заклади вищої освіти, зокрема вищі професійні коледжі КНР, створюють «стартап-екосистеми»: університетські платформи / ринки для реалізації курсів інновацій та підприємництва, онлайн-симулятори для бізнес-моделювання та сервісні центри (інтелектуальна власність, маркетинг, фінанси), що підвищують готовність до ринку в креативних індустріях. Розширені формати співпраці стають нормою: спільні навчальні програми з компаніями; подвійне навчання / лабораторії; діяльність галузевих наставників; оцінювання, базоване на портфоліо, презентаціях та реальних бізнес-кейсах (Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024). Майбутні бакалаври ЗВО КНР формують підприємницькі компетентності, беручи участь у конкурсах з підприємництва, на відміну від студентів, які беруть участь у звичайній підприємницькій освіті. Крім того, констатовано значну різницю у виміряному впливі політики підприємництва між студентами, які брали участь у конкурсах підприємництва, і тими, хто не брав участі (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022).

У вищих професійних коледжах КНР реалізується процес систематичного зближення та взаємопроникнення освітнього процесу з реальною промисловою діяльністю, де освіта будується навколо реальних виробничих завдань, бізнес-процесів та ринкової логіки, а не навпаки (Haijiao

Chen et al., 2022). Однак, модель «виробництво ↔ освіта» у Китайській Народній Республіці не означає «співпрацю з підприємствами» у вузькому сенсі. Це єдина система, в якій, на нашу думку, ґрунтуючись на аналізі наукових джерел (Zhang Xiaohua, 2021; Hong Wei & Wang Dong, 2021; Yuan Gao & Xiao Qin, 2022):

- виробництво стає навчальним середовищем;
- освіта виконує функцію навчання та відтворення інноваційного виробництва;
- вищі професійні коледжі КНР та підприємство несуть спільну відповідальність за результат вищої та післядипломної освіти.

У контексті підприємництва це означає, що студенти навчаються не «після» виробництва, а «всередині» нього. Тому у державній політиці модель «виробництво ↔ освіта» сприймається як: а) інструмент підвищення прикладної цінності професійної освіти; б) механізм безпосереднього перетворення економічних потреб на освітній зміст; спосіб навчання кадрів, здатних створювати бізнес та робочі місця, а не просто шукати їх (Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024). Вважаємо, що підприємницькі компетентності тут є функціональною необхідністю, а не додатковою навичкою.

За реалізації моделі «виробництво ↔ освіта» у системі вищих професійних коледжів КНР, на думку Liu Fangtao (Liu Fangtao, 2020), ЗВО перестає бути просто навчальним закладом і служить: а) виробничим та освітнім центром; б) інкубатором для стартапів та досліджень; в) екосистемою «наука → продукт → ринок».

Таким чином змінюється сама логіка навчання у вищих професійних коледжах КНР, адже при моделі «виробництво ↔ освіта» навчальний процес будується від ринку та виробничого завдання – до знань та технологій, а не навпаки. Майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій навчаються засобами: реальних завдань (інтерактивності, контенту, дизайну, відео, UI / UX); бюджетних, часових та творчих обмежень; вимог клієнта та платформ (Dongmei Guo, 2020). Саме такий формат навчання, на наш погляд,

формує підприємницьке мислення, а не лише технічні навички майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

Дослідники впровадження китайської моделі «виробництво ↔ освіта» (Dongmei Guo, 2020; Li Yangrong, 2019; Zhang Xiaohua, 2019; Xueqing Wei, 2019; Yan Liu, 2019; та ін.) одностайні у тому, що ця модель цілеспрямовано розвиває у майбутніх бакалаврів, у контексті предмету нашого дослідження – майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій: а) бачення комерційного продукту (розуміння того, для кого і чому створюється медіапродукт); б) відповідальність за проєкт та бізнес (шляхом розробки графіків, дотримання якості, передбачення та орієнтації на прибутковість); в) взаємодію в команді та правильний розподіл ролей (наприклад, типові ролі: продюсер, дизайнер, програміст, маркетолог та ін.); г) основи самореалізації та розробки стартап-моделей (перші спроби створення студій чи мікропідприємств; робота фрілансера); г) адаптацію до ринків та платформ (вивчення, розробка та апробування алгоритмів, форматів, трендів).

Тобто, у процесі підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій модель «виробництво ↔ освіта» є особливо ефективною, оскільки:

- виробництво – це дизайн у поєднанні із творчою діяльністю, що легко інтегруються в навчання (Dongmei Guo, 2020);
- медіапродукт часто невлотимий, але вимірюваний на ринку (Zhang Xiaohua, 2019);
- можливий швидкий цикл виготовлення медіапродукту за технологією: ідея → прототип → ринок (Li Yangrong, 2019);
- реалізується типова підприємницька зайнятість у процесі навчання шляхом партнерського чи стейкхолдерського залучення агентств, індивідуальних підприємців, участі у стартапах тощо (Xueqing Wei, 2019).

Отже, майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій, фактично, беруть участь у підприємницькому циклі вже під час навчання, що безпосередньо орієнтоване на самостійний вихід випускників на ринок праці.

Зазначене дозволяє нам виокремити ще одну тенденцію розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР: впровадження моделі «виробництво ↔ освіта», що полягає в перетворенні освітнього процесу на інтегровану частину реальної промислової та підприємницької діяльності, де майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій розвивають підприємницькі компетентності шляхом участі у реальних виробничих проєктах, бізнес-процесах та ринковій взаємодії під час навчання. Така модель суттєво відрізняється від традиційної моделі підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій від теорії до практики, як підготовки «виконавця», оскільки навчання відбувається безпосередньо у виробничому процесі, де ринок диктує завдання, що вимагають набуття конкретних знань, унаслідок чого готують «підприємця-ініціатора».

На системному рівні у вищих професійних коледжах КНР впроваджується структура цифрової модернізації («одне тіло, два крила»), EdTech-підхід, що поєднує основні компетентності з прикладними цифровими послугами та партнерством, безпосередньо підтримуючи підприємницькі шляхи для студентських програм, пов'язаних із цифровим контентом (Hajjiao Chen et al., 2022). Зазначимо, що EdTech-підхід (едукативно-технічний підхід) – це не лише сучасна онлайн-освіта, інтеграція цифрових інструментів, платформ, передусім гейміфікації, штучного інтелекту тощо, а загалом спектр цифрових інструментів, що допомагають у розвитку та навчанні (онлайн-курси та платформи, застосунки для саморозвитку тощо), роблячи його доступнішим та індивідуально-спонукальним.

Підвищення ефективності традиційних форм навчання у сфері підприємницької діяльності, зокрема лекцій та семінарів, можна досягти шляхом використання мультимедійних засобів, наприклад, опрацювання теоретичного матеріалу за допомогою презентацій, технологій mind-mapping (створення логічних схем) тощо. Використання гіпертекстової інформації, надання зручного доступу до довідкових даних, словника, анімаційних

програм є надзвичайно ефективним (Zhang Xiaohua, 2021; Hu Jie & Zhang Ling, 2023).

Цифрова трансформація у контексті розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів, на переконання Li Yangronga (Li Yangrong, 2019), Zhang Xiaohuaa (Zhang Xiaohua, 2019), Xueqing Wei (Xueqing Wei, 2019), Yan Liu (Yan Liu, 2019) та ін., характеризується тим, що підприємницькі компетентності: а) не розвиваються виключно засобами вивчення теоретичних дисциплін (приміром, економіка, менеджмент); б) інтегровані з цифровим освітнім середовищем, близьким до реальної практики підприємництва. Тобто, навчання підприємництву здійснюється засобами цифрової діяльності, а не просто теорії підприємництва.

Цифрова модернізація у вищих професійних коледжах КНР не обмежується онлайн-курсами чи системами управління навчанням (LMS) – це інтегрована освітньо-технологічна модель, що поєднує, у контексті розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів, цифрові платформи, інтелектуальні системи навчання, симуляції реального бізнес-середовища тощо (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022).

Аналіз наукових джерел (Dongmei Guo, 2020; Li Yangrong, 2019; Ma Jun, 2023; Mengyu Luo, 2020; Zhang Xiaohua, 2019; Xueqing Wei, 2019; Zhang Xiaohua 2021; Li Hua & Li Zipeng, 2023; Yue Huo, 2022; Yan Liu, 2019; та ін.) дозволив нам узагальнити такі ознаки цифрової модернізації, застосування EdTech-підходу у підготовці майбутніх бакалаврів, зокрема цифрових медіатехнологій, у вищих професійних коледжах КНР.

Платформізоване навчання: використання державних та корпоративних освітніх платформ; модульних курсів підприємництва, адаптованих до медіаспеціалізацій. Проектне цифрове навчання: створення майбутніми бакалаврами реальних або квазіреальних медіапроектів у формі навчальних результатів з певної дисципліни чи виконання навчального завдання підприємницького характеру. Освіта на основі цифрових чи оцифрованих даних, що використовуються з метою: адаптації контенту до рівня

підприємницької корисності; аналізу студентської активності; розвитку навичок ухвалення рішень на основі бази даних. Інтеграція освіти з виробництвом шляхом залучення цифрових компаній та стартапів; функціонування наставництва, хакатонів та стартап-програм у вищих професійних коледжах КНР.

EdTech-підхід, як синергія між освітою, цифровими технологіями та підприємництвом, дозволяє (Dongmei Guo, 2020; Li Yangrong, 2019; Zhang Xiaohua, 2019; Xueqing Wei, 2019; Yan Liu, 2019 та ін.):

- подолати розрив між освітою та ринком праці, виробництвом, підприємництвом;
- швидко оновлювати навчальний контент відповідно до цифрових трендів;
- формувати підприємницьке мислення у процесі професійної освіти майбутніх бакалаврів, зокрема цифрових медіатехнологій.

Отже, виокремлюємо ще одну тенденцію розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – цифрову трансформацію освітнього процесу засобами EdTech-підходу. Сутність цієї тенденції полягає в переході до EdTech-орієнтованої, платформної та діяльнісної моделі освіти, в якій підприємницькі компетентності розвиваються шляхом цифрових практик, проєктної діяльності, взаємодії із підприємствами (виробництвом та ринком) та використання інтелектуальних освітніх технологій, що відповідають потребам цифрової економіки.

Досвід вищих професійних коледжів КНР показує, що для того, щоб підприємництво зайняло належне місце в системі освіти країни, необхідно змінити характерні риси ЗВО, організацію навчання підприємству та рівень і забезпеченість викладачів (Hong Wei & Wang Dong, 2021). Наприклад, масове впровадження моделі «1+X» (диплом + галузеві сертифікати) у спеціальності «Цифрові медіатехнології» створює набір практичних підприємницьких навичок: аналіз даних; управління медіапродуктом; монетизація (електронна

комерція, прямі трансляції); створення UX-прототипів; правовий захист інтелектуальної власності / контенту (Dongmei Guo, 2020).

Програма «1+X» – це інституційна відповідь у вищих професійних коледжах КНР на виклики цифрової економіки, швидкі професійні зміни, фрагментації компетенцій, потреби у фахівцях із підприємницькими навичками та практичним застосуванням (Ma Jun, 2023; Mengyu Luo, 2020; Zhang Xiaohua, 2021; Li Hua & Li Zipeng, 2023; Yue Huo, 2022; та ін.).

У формулюванні «1+X»: «1» – визнаний державою ступінь бакалавра; «X» – набір кваліфікацій, визнаних у певній галузі чи сфері освіти (Zhang Xiaohua, 2021; Zhou Gangwei et al., 2025). У випадку цифрових медіатехнологій це означає: поєднання творчих, технологічних та бізнес-компетентностей; готовність до виконання гібридних ролей, наприклад, «творець-підприємець» (Dongmei Guo, 2020; Li Yangrong, 2019; Zhang Xiaohua, 2019; Xueqing Wei, 2019; Yan Liu, 2019; та ін.).

Галузеві сертифікації в КНР розробляються за участю бізнесу та орієнтовані на реальні виробничі та ринкові сценарії (Hu Jie & Zhang Ling, 2023; Ma Jun, 2023; Ronghua Zhou et al., 2024). У контексті підприємництва вони підтверджують готовність до самостійної підприємницької діяльності, знижують бар'єр виходу на ринок та служать індикатором довіри платформи та клієнтів (Liu Fangtao, 2020; Zhang Xiaohua, 2021; Hong Wei & Wang Dong, 2021; та ін.). Отже, сертифікат отриманий за програмою «1+X» – це інституційно визнаний допуск до цифрового підприємництва.

Ще одна відповідь на динаміку цифрового бізнесу у КНР – це мікрокваліфікації, що є короткостроковими, модульними, швидко оновлюваними, чітко пов'язаними з певною діяльністю (Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024). У сфері цифрових медіатехнологій КНР до мікрокваліфікацій належать (Dongmei Guo, 2020; Li Yangrong, 2019; Zhang Xiaohua, 2019; Xueqing Wei, 2019; Yan Liu, 2019; та ін.):

- аналіз аудиторії споживачів медіапродукту;
- монетизація цифрового контенту;

- управління медіапроектами;
- робота з платформами та інструментами штучного інтелекту.

Отже, формування підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР здійснюється шляхом конкретних, а не абстрактних навчальних курсів.

Мікрокваліфікації цілком правомірно можна вважати механізмом персоналізації підприємницького розвитку, де кожен майбутній бакалавр цифрових медіатехнологій вибирає набір мікрокваліфікацій та створює індивідуальний підприємницький шлях. Це відповідає різним моделям самозайнятості та форматам цифрового підприємництва; логіці навчання протягом усього життя (Ду Цзінсюй, 2020).

На рівні вищих професійних коледжів КНР Програма «1+X» та мікрокваліфікації: посилюють практичний характер освіти; скорочують часовий розрив між освітою та працевлаштуванням; створюють умови для раннього підприємництва під час навчання. Вищі професійні коледжі КНР у такий спосіб перетворюються із освітнього закладу на платформу для створення підприємницьких екосистем (Haijiao Chen et al., 2022).

Таким чином, впровадження програми «1+X» (диплом + галузеві сертифікати) та мікрокваліфікації – наступна тенденція розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР. Суть тенденції полягає у створенні модульної, гнучкої та ринково-орієнтованої системи навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, у рамках якої підприємницькі компетентності розвиваються шляхом поєднання академічної освіти з галузевою сертифікацією та модулями мікрокваліфікації, що забезпечують практичну готовність до цифрового підприємництва та самозайнятості.

Підприємницька компетентність розвивається не в рамках однієї дисципліни, а шляхом комплексного вирішення практичних, міждисциплінарних проєктних завдань. У системі вищої освіти КНР

підприємницьку компетентність розглянуто не як окрему «економічну» навичку, а як інтегрований результат професійної, технологічної та творчої освіти. Цього можливо досягнути застосовуючи проєктно-орієнтований підхід, що відображає фактичну структуру цифрового підприємництва, та міждисциплінарний підхід, що забезпечує навчання шляхом дії (Liu Fangtao, 2020; Zhang Xiaohua, 2021; Hong Wei & Wang Dong, 2021).

Проєктно-орієнтований підхід у вищих професійних коледжах КНР передбачає перехід від «навчання на прикладі» до «навчання шляхом створення продукту» в умовах, коли навчання організовано з допомогою реальних або близьких до реальних навчальних проєктів (Haijiao Chen et al., 2022). У рамках підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій при такому підході йдеться про те, що результатом навчального проєкту є конкретний цифровий медіапродукт, який має споживчу цінність, потенціал монетизації та підприємницьку логіку (наприклад, створення чи розробка цифрових платформ, веб-сайтів, медіаканалів, відеопродуктів, інтерактивних контентів, AR / VR-об'єктів, цифрових брендів, прототипів стартапів тощо). Саме за допомогою проєктної діяльності майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР опановують процес аналізу ринку та цільових груп; учаться планувати ресурси та управлінню ризиками; проводять тестування ідей (MVP); розробляють презентацію та просування медіапродукту (Dongmei Guo, 2020; Li Yangrong, 2019; Ma Jun, 2023; Mengyu Luo, 2020; Zhang Xiaohua, 2019; Xueqing Wei, 2019; Zhang Xiaohua, 2021; Li Hua & Li Zipeng, 2023; Yue Huo, 2022; Yan Liu, 2019 та ін.). Таким чином, навчальний проєкт одночасно слугує для майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій освітнім, професійним та підприємницьким інструментом.

Водночас, цифрове підприємництво в медіасфері має міждисциплінарний характер, оскільки воно поєднує технології (ІТ, цифрові інструменти, штучний інтелект), дизайн та креативність, маркетинг та аналітику, менеджмент та комунікацію (Dongmei Guo, 2020).

Загалом міждисциплінарний підхід у вищих професійних коледжах КНР означає:

- формування комплексного бачення підприємницького процесу (Гоу Кванденг, 2020);
- інтеграцію змісту різних академічних дисциплін (Haijiao Chen et al., 2022);
- співпрацю між викладачами різних профілів (Hu Jie & Zhang Ling, 2023).

Завдяки цьому вищі професійні коледжі КНР характеризуються тісним зв'язком між освітою та виробництвом, орієнтованістю на прикладні результати, залученням промислових партнерів до освітніх проєктів. У такому середовищі підприємницькі компетентності розвиваються поступово та практично, студенти можуть розпочати підприємницьку діяльність вже під час навчання, а проєкти стають основою для сертифікації, мікрокваліфікації, як вказано раніше, та працевлаштування майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій (Li Yangrong, 2019; Zhang Xiaohua, 2019; Xueqing Wei, 2019; Yan Liu, 2019; та ін.).

Завдяки міждисциплінарності студенти сприймають проєкт цілісною бізнес-системою, усвідомлюють взаємозв'язок технологічних та економічних рішень, учаться ухвалювати складні рішення, що сприяє розвитку системного мислення, їхнього інноваційного потенціалу та адаптивності до змінних умов у майбутніх професійних ситуаціях (Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024).

У практиці вищих професійних коледжів КНР проєктно-орієнтований та міждисциплінарні підходи реалізуються взаємозалежно, а не ізольовано, що перетворює освітній процес на модель реального цифрового бізнес-середовища:

1. Проєктний підхід забезпечує операційну основу, створює практичні результати, орієнтується на ринок та розвиває ініціативи майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022).

2. Міждисциплінарний підхід забезпечує комплексний зміст, формує системне бачення, зосереджується на галузевих зв'язках та розвиває стратегічне мислення майбутніх бакалаврів (Li Yangrong, 2019; Zhang Xiaohua, 2019; Xueqing Wei, 2019; Yan Liu, 2019; та ін.).

Таким чином, чергова виокремлена тенденція розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – застосування проєктно-орієнтованого та міждисциплінарного підхів. Таке поєднання, як тенденція, полягає в організації освітнього процесу з допомогою складних навчальних медіапроєктів, що інтегрують знання з різних галузей та відтворюють реальні умови цифрового підприємництва, у рамках яких відбувається цілеспрямований розвиток підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

Тільки протягом 2015–2017 рр. близько 3 млн. молодих людей у кожній провінції КНР відкрили власний бізнес, що стало найкращим результатом порівняно з досвідом попередніх років. Молодіжне підприємництво перейшло в центр інтересів китайського суспільства, відіграючи значну роль у соціально-економічному розвитку країни. Протягом кількох десятиліть уряд КНР зробив значні кроки у напрямі комплексного регулювання та підтримки молодіжного підприємництва. Згідно майже із десятирічними даними (2017 р.), на ринку праці у КНР працювало приблизно 24 млн. людей (без урахування трудових мігрантів), з яких 7,5 млн. – випускники вищих професійних коледжів КНР, 750 000 з яких – молоді підприємці. Завдяки зусиллям уряду рівень зайнятості становить 70 %. Однак проблема зайнятості залишається однією з найактуальніших для населення. Тим не менш, молодіжні ініціативи та бізнес-проєкти вносять вагомий внесок у розвиток економіки сучасного КНР (Haijiao Chen et al., 2022; Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024; Ma Jun, 2023). Це сталося, насамперед, завдяки тому, на думку Yuan Gao, Xiao Qin (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022), що у вищій освіті КНР було здійснено перехід від «екзаменаційного» до «ринкового» способу навчання,

тобто перехід від формальної оцінки академічних досягнень до аналізу фактичної економічної та професійної самореалізації випускників, зокрема вищих професійних коледжів КНР.

На основі аналізу наукових джерел (Dongmei Guo, 2020; Li Yangrong, 2019; Ma Jun, 2023; Mengyu Luo, 2020; Zhang Xiaohua, 2019; Xueqing Wei, 2019; Zhang Xiaohua, 2021; Li Hua & Li Zipeng, 2023; Yue Huo, 2022; Yan Liu, 2019 та ін.) узагальнено, що перехід від «екзаменаційного» до «ринкового» способу навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР здійснено шляхом:

- модернізації чинного законодавства у сфері вищої освіти та цифрових технологій, зокрема посилення етики цифрового контенту;
- уведення сертифікації на значні види медіадіяльності;
- організації та фінансування конкурсів інновацій;
- впровадження розробки спеціальних медіапрезентацій майбутніми бакалаврами цифрових медіатехнологій спільно з компаніями;
- інкубації освітніх проєктів у підприємницьких стартапах / студіях;
- організації оплачуваних стажувань майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій;
- акцентованому формуванні м'яких навичок, передусім, лідерства в розробці медіапродукту, комунікації з клієнтами тощо.

Для переходу від «екзаменаційного» до «ринкового» способу навчання майбутніх бакалаврів важливими стали модернізація системи оцінювання успішності для проєктування їхніх кар'єрних шляхів у контексті розвитку підприємницьких компетентності. Тобто відбулася зміна акцентів із того, чого навчали, на те, що випускники здатні створювати, монетизувати та масштабувати після закінчення навчання у вищих професійних коледжах КНР. В окремих науковців (Haijiao Chen et al., 2022) цей процес названо зміною логіки оцінювання: від «знань» до «цінності».

Щоб пояснити такі відмінності варто згадати, що у традиційній моделі навчання у ЗВО результати освіти вимірюються засобами іспитів, кредитів, дипломних проектів. Натомість, у випадку розвитку підприємницьких компетентностей цього недостатньо. Тим паче, у цифрових медіатехнологіях ключове питання про те, чи може випускник вищого професійного коледжу КНР створити медіапродукт або медіапослугу з ринковою вартістю? Тому фокус оцінювання логічно зміщено у бік економічних, професійних результатів та сталого розвитку кар'єри (Ду Цзінсюй, 2020). За таких умов, вважаємо, результати навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій розглядають як професійні медіапродукти, а не навчальні процеси.

У моделі підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, орієнтованій на розвиток їхньої підприємницької компетентності у вищих професійних коледжах КНР, оцінювання базоване не на якості презентації медіапродукту, а на здатності продемонструвати доцільність продукту чи послуги, з точки зору його ймовірного продажу. Тобто, результати навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій розглядають як вимірювані результати, наприклад (Li Yangrong, 2019; Zhang Xiaohua, 2019; Xueqing Wei, 2019; Yan Liu, 2019 та ін.): а) портфоліо з реальними кейсами (робота з клієнтами, створення та виконання замовлення тощо); б) участь та взаємодія у стартапах, зі студіями, агентствами, брендами; спроби фрілансерства тощо; в) участь у комерційних або напівкомерційних проєктах; г) створення та провадження власних цифрових медіаканалів із потенціалом монетизації тощо. Саме такий формат створює умови для проєктування кар'єрних шляхів майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій ще у процесі навчання у вищих професійних коледжах КНР.

Проєктування кар'єрних шляхів майбутніх бакалаврів стає показником ефективності освіти та ключовим показником розвитку їхніх підприємницьких компетентностей. У випадку з цифровими медіатехнологіями йдеться не лише про «працевлаштований / безробітний», а про спектр спроєктованих кар'єрних

шляхів, їх варіанти у формі самозайнятості / самореалізації, створення стартапів або малого бізнесу, реалізації гібридних моделей навчання (працевлаштування шляхом реалізації власних медіапроектів); розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів шляхом безпосереднього виконання виробничих або управлінських ролей (Haijiao Chen et al., 2022).

Однак, варто знову звернути увагу на модернізацію системи оцінювання успішності в умовах розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів у вищих професійних коледжах КНР, з точки зору проєктування їхніх кар'єрних шляхів. За таких обставин оцінювання результатів полягає в тому, чи надає освіта можливість вибрати та змінити ці кар'єрні шляхи, а не лише отримати першу ж роботу. Тому, на відміну від академічної моделі, оцінювання підприємницьких результатів не завершується після закінчення навчання, а має відкладений ефект: 1–3 роки після закінчення навчання (Yaoming Liang et al., 2025; Ronghua Zhou et al., 2024; Yijun Lv et al., 2021).

У КНР це пов'язано з тим, що багато медіаініціатив (стартапи, агентства, медіапроекти) створюються після накопичення початкового досвіду, тому сутність модернізація системи оцінювання успішності для проєктування кар'єрних шляхів майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій полягає в аналізі динаміки їхнього професійного розвитку, а не одноразового результату (Dongmei Guo, 2020). Таким чином, оцінювання навчальних результатів та проєктування кар'єрних шляхів майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій базовано на двох рівнях: кількісних (відсоток випускників, які розпочали власний бізнес; рівень самозайнятості випускників; стабільність доходу або зайнятості; участь у медіапрограмах підприємництва та інкубаторах тощо) та якісних показників (рівень автономності в ухваленні рішень; здатність справлятися з ризиком та невизначеністю у проєктування кар'єрних шляхів; здатність масштабувати медіапроекти; розвинена підприємницька самоідентичність тощо) (Li Yangrong, 2019). Отже, сутність оцінювання проєктування кар'єрних шляхів майбутніх бакалаврів цифрових

медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР полягає в балансуванні цифрових даних кількісних характеристик оцінювання та професійних наративів, як якісних характеристик.

За таких умов, на думку Zhang Xiaohua (Zhang Xiaohua, 2019), вищі професійні коледжі КНР несуть часткову відповідальність за розвиток професійної кар'єри випускників та виконують не лише роль освітньої платформи, але й платформи для проектування їхніх кар'єрних шляхів та розвитку підприємницьких компетентностей. При цьому оцінювання результатів та проектування кар'єрних шляхів майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій стає інструментом для перегляду навчальних програм та оновлення їх змісту.

Зазначене дозволяє нам виокремити чергову тенденцію розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – модернізація системи оцінювання успішності для проектування кар'єрних шляхів, що полягає у всебічному аналізі прикладних результатів навчання та динаміки професійної самореалізації майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, відображаючи їхню здатність створювати, комерціалізувати та розвивати власні медіапроекти в реальному ринковому середовищі.

Незважаючи на прогрес, досі наявні прогалини у процесі розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – насамперед, нерівномірна якість викладачів, які працюють у вищих професійних коледжах КНР. Дослідження показують, що випускники вищих професійних коледжів КНР, як і раніше, не мають позитивної мотивації працювати у сфері малого бізнесу, відкривати власну справу за одним із напрямів професійної діяльності; як і раніше, не мають необхідних знань для самостійної самовизначення в професії. Фактичне ознайомлення молоді з підприємницькою діяльністю почасти відбувається переважно в системі позааудиторної роботи, де здійснюється підприємницька підготовка

майбутніх бакалаврів. Крім того, брак у викладачів спеціальних знань у сфері ринкової економіки та досвіду підприємницької діяльності інколи також знижує ефективність навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій (Xueqing Wei, 2019).

На основі аналізу наукових праць (Dongmei Guo, 2020; Li Yangrong, 2019; Ma Jun, 2023; Mengyu Luo, 2020; Zhang Xiaohua, 2019; Xueqing Wei, 2019; Zhang Xiaohua, 2021; Li Hua & Li Zipeng, 2023; Yue Huo, 2022; Yan Liu, 2019 та ін.) визначено основні проблеми досліджуваного процесу тенденцій розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР у якості суперечностей між:

- нерівномірною якістю освіти у провінційних та столичних вищих професійних коледжів КНР;
- вимогами до застосування сучасних медіатехнологій як базових та невідповідністю реального стану програмного забезпечення у окремих ЗВО;
- потребами тісного зв'язку із підприємствами, виробництвом та недостатнім рівнем реальних стажувань, наставництва;
- вимогами до якості викладання у ЗВО та наявних різних рівнях викладачів-практиків та методів їхньої викладацької діяльності;
- чинним оцінюванням та реальною необхідністю модернізації системи оцінювання;
- наявним потенціалом майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій та соціально-регіональною нерівністю у можливостях для реалізації студентських стартапів.

Схарактеризуємо ці суперечності докладніше.

Так, сутність нерівномірної якості освіти у провінційних та столичних вищих професійних коледжах КНР (зосереджених на бакалаврських ступенях з цифрових медіатехнологій) полягає в тому, що та сама формальна спеціалізація та стандарти пропонують дуже різні реальні можливості для

розвитку підприємницьких компетентностей – залежно від типу закладу, регіону, партнерства з бізнесом та доступу до сучасної інфраструктури та методів викладання (Hu Jie & Zhang Ling, 2023).

Підприємництво у сфері цифрових медіа вимагає середовища, де можна швидко створювати прототипи: відео / аудіо студії, освітлення, камери, монтажні станції, ліцензоване програмне забезпечення, інструменти для роботи з рухом / 3D, UX / UI, серверні ресурси, доступ до платних платформ тощо. У потужних вищих професійних коледжах КНР це доступно та регулярно оновлюється; у провінційних – або застаріло, або «лише для галочки». У результаті, майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій в одних вищих професійних коледжах КНР практикують реальні виробничі медіацикли, а в інших – лише теорію або спрощене моделювання (Dongmei Guo, 2020; Li Yangrong, 2019; та ін.). У цьому й полягає особливість суперечності між вимогами до застосування сучасних медіатехнологій як базових та невідповідністю реального стану програмного забезпечення у окремих ЗВО.

Щодо суперечності між потребами тісного зв'язку із підприємствами, виробництвом та недостатнім рівнем реальних стажувань, наставництва, то, цілком очевидно, що підприємницькі навички найкраще розвиваються шляхом брифінгів із реальними клієнтами, стажувань всередині компанії, наставництва від практиків, участі у комерційних проектах (Ma Jun, 2023; Mengyu Luo, 2020; та ін.). Однак, у КНР є вищі професійні коледжі, що тісно пов'язані з місцевими кластерами (медіа, електронними комерціями, дизайнерами, рекламодавцями тощо), а також ті, що мають формальні партнерства (Xueqing Wei, 2019). Це створює розрив у тому, чи сприймають майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій реальний ринок і чи навчаються вони працювати з ризиками, термінами, бюджетами та клієнтами.

Для розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР важливим є застосування таких методів та технологій навчання: проєктне навчання,

економічний стартап, дизайн-мислення, метод портфоліо, презентації / пітчінги, фінансове моделювання, правові симуляції та ситуації управління інтелектуальною власністю (Yue Huo, 2022; Yan Liu, 2019; та ін.). Суперечність між вимогами до якості викладання у ЗВО та наявними різними рівнями викладачів-практиків та методами їхньої викладацької діяльності виникає тоді, коли окремі вищі професійні коледжі КНР викладають практичні курси (або викладачі систематично підвищують свою кваліфікацію), а інші роблять акцент на академічних презентаціях без реальних бізнес-кейсів та відповідних інструментів (Zhang Xiaohua, 2021).

У контексті розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій результати навчання можуть бути двох типів, або продуктивно-інноваційні (наприклад, портфоліо, бізнес-кейси, презентації медіапродукту чи медіапослуги тощо), або традиційні: оцінювання шляхом іспитів, захистів дипломних проєктів, тобто з формальною орієнтацією на ринок (Yan Liu, 2019). Отож, якщо освітня програма не вимагає документованих результатів (приміром, портфоліо з показниками продажу медіапродукту; публікаціями; фактичними продажами; MVP тощо), підприємницькі компетентності залишаються на рівні декларацій (Yue Huo, 2022). Саме в цьому полягає суперечність між чинним оцінюванням та реальною необхідністю модернізації системи оцінювання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

Ще одна суперечність розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – між наявним потенціалом майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій та соціально-регіональною нерівністю у можливостях для реалізації студентських стартапів. Так, навіть у рамках однієї програми умови стартапів різняться: а) доступом до високоякісного інтернету / технологій вдома (Dongmei Guo, 2020); б) можливістю працювати майбутнім бакалаврам без необхідності влаштовуватися на роботу за сумісництвом (Li Yangrong, 2019); соціальними контактами, що забезпечують початкових клієнтів (Zhang

Xiaohua, 2019); можливістю оплачувати додаткові курси / сертифікти (Хуецінг Вей, 2019) тощо. Вочевидь, це збільшує розрив між університетами, вищими професійними коледжами КНР в економічно сильніших регіонах та тими, що розташовані в менш розвинених регіонах.

Дійсно, потужні університети, вищі професійні коледжі КНР, згідно із дослідженнями Yue Нуо (Yue Нуо, 2022), часто пропонують майбутнім бакалаврам цифрових медіатехнологій інкубатори / акселератори, конкурси стартапів, внутрішні гранти на прототипи, юридичну та маркетингову підтримку тощо. Менш потужним, провінційним, таким, що знаходяться у регіонах з недостатнім економічним розвитком економічно університетам, вищим професійним коледжам КНР бракує таких механізмів. У таких вищих професійних коледжах КНР, на нашу думку, розвиток підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій не стає систематичною практикою, а залежить від «випадкових ентузіастів».

Проаналізовані суперечності, з точки зору розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, становлять основну суперечність – нерівність у якості освіти, у доступі до реального ринку, сучасних ресурсів та практик. Як наслідок, окремі майбутні бакалаври закінчують навчання з портфоліо, тематичними дослідженнями та навичками запуску медіапродуктів, тоді як інші закінчують навчання переважно з теоретичними знаннями та без підприємницького досвіду.

Здійснений системний аналіз та узагальнення наукових джерел, вказаних у цьому підрозділі дослідження, дозволили нам виокремити, узагальнити та схарактеризувати такі тенденції розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР: освітньо-політична; впровадження моделі «виробництво ↔ освіта»; цифрова трансформація освітнього процесу засобами EdTech-підходу; впровадження програми «1+X» (диплом + галузеві сертифікати) та мікрокваліфікації; застосування проєктно-орієнтованого та

міждисциплінарного підходів; модернізація системи оцінювання успішності для проєктування кар’єрних шляхів (рис. 1.1, табл. 1.1).



Рис. 1.1. Сучасні тенденції розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР (виокремлено та змодельовано автором)

Таблиця 1.1

Характеристика сучасних тенденцій розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР*

№	Назва тенденції	Характеристика тенденції
1.	освітньо-політична	державно керована трансформація бакалаврської освіти в інноваційно-підприємницьку модель, в якій підприємницька компетентність стає обов’язковим результатом професійної освіти шляхом інтеграції з промисловістю, практичного навчання проєктам та інфраструктури інкубації / комерціалізації; держава цілеспрямовано «розбудовує» підприємництво в системі освіти, що використовується як інструмент економічної політики з метою інноваційного зростання, збільшення зайнятості працівників, розвитку технологічної та креативної індустрії, одночасно реформуючи зміст та організацію вищої освіти

2.	впровадження моделі «виробництво ↔ освіта»	перетворення освітнього процесу на інтегровану частину реальної промислової та підприємницької діяльності, де майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій розвивають підприємницькі компетентності шляхом участі у реальних виробничих проєктах, бізнес-процесах та ринковій взаємодії під час навчання; модель суттєво відрізняється від традиційної моделі підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій від теорії до практики, як підготовки «виконавця», оскільки навчання відбувається безпосередньо у виробничому процесі, де ринок диктує завдання, що вимагають набуття конкретних знань, унаслідок чого готують «підприємця-ініціатора»
3.	цифрова трансформація освітнього процесу засобами EdTech-підходу	перехід до EdTech-орієнтованої, платформної та діяльнісної моделі освіти, в якій підприємницькі компетентності розвиваються шляхом цифрових практик, проєктної діяльності, взаємодії із підприємствами (виробництвом та ринком) та використання інтелектуальних освітніх технологій, що відповідають потребам цифрової економіки
4.	впровадження програми «1+X» (диплом + галузеві сертифікати) та мікрокваліфікації	створення модульної, гнучкої та ринково-орієнтованої системи навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, у рамках якої підприємницькі компетентності розвиваються шляхом поєднання академічної освіти з галузевою сертифікацією та модулями мікрокваліфікації, що забезпечують практичну готовність до цифрового підприємництва та самозайнятості
5.	застосування проєктно-орієнтованого та міждисциплінарного підходів	організація освітнього процесу з допомогою складних навчальних медіапроєктів, що інтегрують знання з різних галузей та відтворюють реальні умови цифрового підприємництва, у рамках яких відбувається цілеспрямований розвиток підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій;
6.	модернізація системи оцінювання успішності для проєктування кар'єрних шляхів	всебічний аналіз прикладних результатів навчання та динаміки професійної самореалізації майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, відображаючи їхню здатність створювати, комерціалізувати та розвивати власні медіапроєкти в реальному ринковому середовищі.

**виокремлено, схарактеризовано та укладено таблицю автором*

Виокремлені тенденції розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР реалізуються взаємопов'язано, залежно одне від одного. Однак,

виявлені суперечності вказаного процесу (між нерівномірною якістю освіти у провінційних та столичних вищих професійних коледжів КНР; вимогами до застосування сучасних медіатехнологій як базових та невідповідністю реального стану програмного забезпечення у окремих ЗВО; потребами тісного зв'язку із підприємствами, виробництвом та недостатнім рівнем реальних стажувань, наставництва; вимогами до якості викладання у ЗВО та наявних різних рівнях викладачів-практиків та методів їхньої викладацької діяльності; чинним оцінюванням та реальною необхідністю модернізації системи оцінювання; наявним потенціалом майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій та соціально-регіональною нерівністю у можливостях для реалізації студентських стартапів) суттєво уповільнюють позитивний вплив вказаних вище тенденцій, що вимагає окремих досліджень та практичних рішень для корекції виявлених недоліків.

1.2. Сутність ключових понять дослідження

Важливість уточнення ключових понять у дослідженні розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій впливає з необхідності створення чіткої концептуальної основи, що є важливою для правильної побудови теоретичної моделі та точного порівняння освітніх програм підготовки зазначених фахівців у КНР та Україні. Уточнення концептуальної основи дозволяє усунути термінологічні неоднозначності, порівняти досліджувані концепції з міжнародними підходами та врахувати специфіку китайського контексту вищої освіти. Невідповідність концептуальної основи перешкоджає інтеграції результатів дослідження в міжнародний науковий дискурс та їх порівнянню з іншими науковими працями.

Термінологія та інституційні реалії КНР можуть не збігатися з європейськими чи українськими. Уточнення понять забезпечить правильне

перекодування змісту: що саме маєтєся на увазі у вищих професійних коледжах КНР під розвитком підприємницької компетентності, підготовкою майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, загалом цифрових медіатехнологій? Коли поняття будуть чітко визначені, результати досліджень легше перекласти на нашу подальші конкретні завдання: характеристики та порівняння змісту, методів, технологій, програм тощо розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

Для того, щоб виокремити наукову новизну тлумачення поняття «розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР», нам варто слідувати логіці аналізу сучасного наукового трактування складових понять:

- «вищі професійні коледжі КНР» (Li Yangrong, 2019; Liu Fangtao, 2020; Ma Jun, 2023; Zhang Xiaohua, 2019; Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024; Hong Wei & Wang Dong, 2021; Hu Jie & Zhang Ling, 2023; Yuan Gao & Xiao Qin, 2022; Yan Liu, 2019 та ін.);
- «цифрові медіатехнології» (Dongmei Guo, 2020; Sehkar Fayda-Kinik, 2023; Sarva et al., Rubene, 2023);
- «майбутні бакалаври цифрових медіа-технологій», зокрема «майбутні бакалаври цифрових медіа-технологій у вищих професійних коледжах КНР» (на основі аналізу освітніх програм (Bachelor of Digital Media Technologies [BDMT-ZUST], 2025; BEng Digital Media Technology [BEng DMT-XJTLU], 2025; BSc (Hons) Digital Media Technology [BSc DMT-BIFCA], 2025);
- «компетенції» (Марущак, 2023; Туркевич, 2018; Юридична енциклопедія [ЮЕ], 2001; та ін.);
- «компетентність / професійна компетентність» (Марущак, 2023; Енциклопедія освіти, 2008; Nicolae & Nicolae, 2017; та ін.);

- «професійна компетентність майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій» (Dongmei Guo, 2020; Sehkar Fayda-Kinik, 2023; Sarva et al., 2023);
- «підприємницька компетентність» (Hu Jie & Zhang Ling, 2023; Yijun Lv et al., 2021; Liu Fangtao, 2020; Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024; Zhang Xiaohua, 2021; Haijiao Chen et al. et al., 2022; Hu Jie & Zhang Ling, 2023; Hong Wei & Wang Dong, 2021; Yuan Gao & Xiao Qin, 2022);
- «підприємницька компетентність майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій» (Dongmei Guo, 2020);
- «розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій» (Nicolae & Nicolae, 2017; Sarva et al., 2023; Стрельников, 2016; Haijiao Chen et al., 2022) тощо.

Водночас маємо зазначити, що аналізу проблеми розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР у наукових джерелах не знайдено, що ще раз наголошує на актуальності досліджуваного питання. Отож, аналізуватимемо наукові джерела загального, а не предметного розуміння досліджуваних понять.

Розпочинаючи із аналізу тлумачення поняття «вищі професійні коледжі КНР» зазначимо, що згідно із нормативними документами (CPRC, 2018; ELPRC, 1995/2015; VELC, 2022) – це вищі навчальні заклади, що належать до професійно-орієнтованого сектору вищої освіти та поєднують академічну освіту з інтенсивним практичним та промисловим компонентом. У китайській системі вищої освіти вищі професійні коледжі посідають проміжне, але незалежне положення між класичними університетами, що дають академічну, науково-орієнтовану освіту, та середньою професійною освітою (Ду Цзінсюй, 2020; Ronghua Zhou et al., 2024). Вони є частиною сектору вищої професійної освіти (ВПО) (Zhang Xiaohua, 2021).

Основною метою вищих професійних коледжів КНР є підготовка спеціалістів із практичним та прикладним підходом для конкретних секторів

економіки, зокрема: цифрових медіа, ІТ та креативних індустрій, інженерії, виробництва, сфери послуг та підприємництва (Ma Jun, 2023; Zhang Xiaohua, 2021). На відміну від класичної університетської освіти, де навчають дослідників та теоретиків, а навчання є академічним, у вищих професійних коледжах КНР готують практиків; а навчання орієнтоване на практику (Hu Jie & Zhang Ling, 2023; Ronghua Zhou et al., 2024).

Отже, вищі професійні коледжі КНР – це прикладні заклади вищої освіти, що зосереджені на підготовці майбутніх бакалаврів із переважанням практичної, проєктної та підприємницької складових освіти, відповідно до потреб національної економіки та цифрових індустрій.

Цифрові медіатехнології, як наступне ключове поняття для аналізу, – це інтегрована галузь цифрових технологій, спрямована на роботу з мультимедійною інформацією (текст, графіка, аудіо, відео, анімація, інтерактивний контент), її представлення в мережевих та платформних середовищах, а також взаємодію з аудиторією (Dongmei Guo, 2020).

Дослідники (Dongmei Guo, 2020; Sehkar Fayda-Kinik, 2023; Sarva et al., 2023) визначають такі основні характеристики цифрових медіатехнологій: 1) контентність: контент створюється та функціонує в цифровому форматі, здатному до масштабування, швидкого редагування та розповсюдження; 2) мультимедійна інтерактивність, адже реалізуються поєднанням різних типів медіа з механізмами зворотного зв'язку та взаємодії з користувачем; 3) просторова системність: формат реалізації – цифрові платформи, соціальні мережі, потокові сервіси, веб- та мобільні додатки; 4) технологічна автоматизація: використання алгоритмів, аналітики даних та систем рекомендацій для розповсюдження та оптимізації контенту; 5) комерційні та підприємницькі компоненти: включення моделей монетизації, брендингу, цифрового маркетингу та управління продуктами.

Принагідно зазначимо, що нас зацікавила структура цифрових медіатехнологій (Sarva et al., 2023), що охоплює кілька взаємопов'язаних компонентів, кожен з яких виконує окрему функцію у створенні,

розповсюдженні та споживанні цифрового медіапродукту. Насамперед, йдеться про контентну складову, яка охоплює текстовий, візуальний, аудіо- та відеоконтент, що формує основу контенту цифрових медіатехнологій. Саме завдяки цій складовій реалізуються інформаційна, комунікативна, культурна та впливова функції медіа. Не менш важливою є технологічна складова, представлена програмним забезпеченням, цифровими платформами та виробничими інструментами, що забезпечують технічні можливості для створення, редагування, зберігання, обробки та розповсюдження контенту. Комунікаційна складова охоплює канали розповсюдження медіапродукту, методи взаємодії з аудиторією та використання соціальних мереж, що роблять цифрові медіатехнології інтерактивними та забезпечують швидкий обмін інформацією. Водночас значну роль відіграє аналітична складова, що передбачає збір та аналіз даних про користувачів, їхню поведінку, запити та ефективність контенту, що дозволяє оцінювати ефективність цифрової комунікації та вдосконалювати її відповідно до потреб аудиторії. Нині підприємницька складова, що охоплює бізнес-моделі, монетизацію та створення цифрових продуктів, є особливо важливою, оскільки вона забезпечує перехід від суто технологічного чи креативного виробництва контенту до його економічної реалізації на цифровому ринку. Тому технології цифрових медіа слід розглядати як цілісну систему, що поєднує принципи контенту, технологій, комунікації, аналітики та підприємництва.

Як бачимо, підприємницький компонент уже визначений у структурі цифрових медіатехнологій.

Водночас, варто врахувати відмінності від суміжних понять, щоб уникнути дослідницьких неточностей:

1. Медіа – загальний термін для комунікаційних медіа (Dongmei Guo, 2020).
2. Цифрові технології – широкий клас ІКТ (Sarva et al., 2023).

3. Цифрові медіатехнології – поєднання цифрових технологій та медіа, орієнтоване на контент, платформи та аудиторії (Dongmei Guo, 2020; Sehkar Fayda-Kinik, 2023; Sarva et al., 2023)

Констатовано, що у підготовці майбутніх бакалаврів цифрові медіатехнології слугують:

- а) сферою професійної діяльності як спеціальність за дипломом;
- б) середовищем для набуття та реалізації, зокрема підприємницьких компетентностей;
- в) фундаментальною основою для створення цифрових продуктів та стартапів (рис. 1.2):



Рис. 1.2. Роль цифрових медіатехнологій у підготовці майбутніх бакалаврів у вищих професійних коледжах КНР*

**виокремлено та змодельовано автором*

Уточнюючи поняття цифрових медіатехнологій у контексті нашого дослідження, зазначимо, що – це сукупність сучасних цифрових інструментів, методів та платформ, що забезпечують повний цикл створення, обробки, розповсюдження та комерціалізації мультимедійного контенту в цифровій економіці та мережових комунікаціях.

У КНР термін «майбутній бакалавр цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР» стосується студентів, які здобувають ступінь бакалавра з цифрових медіатехнологій у системі професійної (технічної) вищої освіти, що поєднує академічну підготовку з професійними навичками в цифровій економіці (Чжоу Ганвей, 2025).

Вищі професійні коледжі КНР, як констатували раніше, орієнтовані на формування практичних навичок у тісній співпраці з виробництвом, що є системою вищої професійної освіти (TVET) КНР (Hu Jie & Zhang Ling, 2023; Ma Jun, 2023). Нині система вищої професійної освіти активно реформується та інтегрується у КНР з основною вищою освітою, зокрема, шляхом розвитку «програм професійного бакалавра» для підготовки фахівців практичнішої спрямованості (Ronghua Zhou et al., 2024; Ma Jun, 2023). Тобто, майбутні бакалаври у вищих професійних коледжах КНР (Ronghua Zhou et al., 2024) – це студенти зі ступенем бакалавра з цифрових медіатехнологій, які:

- навчаються у вищих професійних коледжах КНР;
- проходять комбіноване навчання, що охоплює як теоретичне вивчення, так і практичний досвід на виробництві;
- отримують ступінь бакалавра, але з акцентом на професійні навички, практичні проєкти, сертифікацію та роботу у сфері цифрових медіа.

У системі вищої освіти КНР це часто називають «ступенем професійного бакалавра» – ступенем бакалавра з професійною спрямованістю, зосередженим на конкретних компетенціях та роботі у певній сфері (Zhang Xiaohua, 2021).

Згідно із нормативами (CPRC, 2018; ELPRC, 1995 / 2015; VELC, 2022) спеціальність «Цифрові медіатехнології» – це міждисциплінарна галузь, що поєднує вивчення інформатики, цифрової та відеографіки, створення мультимедійного контенту, інтерактивного дизайну, технологій VR / AR, програмування мультимедійних систем, стислих знань маркетингу та цифрових комунікацій. Відповідно, навчальні програми майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій у вищих професійних коледжах КНР (BDMT-

ZUST, 2025; BEng DMT-XJTLU, 2025) зазвичай охоплюють: дизайн та виробництво аудіовізуального контенту, створення інтерактивних цифрових продуктів, практичні курси мультимедійного програмування, інструменти дизайну інтерфейсів, VR / AR та дизайн ігор. У результаті здобуття освіти у вищих професійних коледжах КНР майбутні студенти-бакалаври з цифрових медіатехнологій набудуть поглиблених професійних компетентностей у сфері цифрових медіатехнологій; технічних навичок, необхідних на ринку праці (наприклад, обробка відео / аудіо, графіка, анімація, розробка додатків та ігор); практичного досвіду, переважно шляхом стажування та співпраці з компаніями або участі у проєктах; можливості отримати як академічну кваліфікацію (ступінь бакалавра), так і професійні сертифікати (Dongmei Guo, 2020; Hu Jie & Zhang Ling, 2023). Тобто, ця програма у КНР готує готових до роботи фахівців, які можуть швидко інтегруватися в індустрію цифрових медіа.

Щодо працевлаштування, то випускники можуть працювати на посадах, пов'язаних із дизайном веб-сайтів та мультимедіа, створенням цифрового контенту, програмуванням мультимедійних систем, інтерактивними інтерфейсами, проєктами VR / AR, цифровим маркетингом тощо (BDMT-ZUST, 2025; BEng DMT-XJTLU, 2025). Навчальна програма майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій у вищих професійних коледжах КНР зосереджена на поєднанні креативності, технічних компетенцій та практичних навичок, що відповідає тенденціям цифрової економіки (Zhang Xiaohua, 2021).

Отже, уточнюємо, що майбутні бакалаври цифрових медіа-технологій у вищих професійних коледжах КНР – це студенти, які здобувають ступінь бакалавра з цифрових медіатехнологій, поєднуючи професійну підготовку з академічними знаннями для розвитку практичних навичок у індустрії цифрових медіа та креативних технологій.

Інтерпретації «компетенції» стосуються особи, яка має відповідну компетентність, або установи, органу управління, який має право вирішувати будь-яке питання. Одним із змістів поняття компетенції є характеристика

особистісних якостей людини, володіння компетентністю (Марущак, 2023). Загальні компетенції складаються зі знань, умінь і життєвого досвіду, а також здатності до навчання «розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій» (Nicolae & Nicolae, 2017).

Аналіз наукових праць дозволив нам виокремити такі методологічні підходи до розуміння дослідниками наступного ключового поняття – «компетенція», що докладно описано у окремій публікації (Чжоу Ганвей, 2025).

Юридично-поведінковий, з точки зору якого компетенція (лат. *competentia* – відповідність, узгодженість, від *competere* – взаємно прагнути, відповідати, наближатися) – це сукупність прав і обов’язків, закріплених в офіційній – юридичній чи неправовій – формі, тобто повноваження будь-якого органу чи посадової особи, котрі визначили повноваження цього органу або посадових осіб приймати обов’язкові для виконання рішення, щоб надалі їх організовувати і контролювати їх виконання, та, у разі необхідності, вживати заходів відповідальності; диспозиція самоорганізованої поведінки (ЮЕ, 2001). Компетентність – це динамічна сукупність знань, умінь, навичок, способу мислення, поглядів, цінностей та інших особистісних якостей, які визначають здатність людини успішно соціалізуватись, вести професійну діяльність». та/або подальшої освітньої діяльності», тобто бути компетентним – означає вміти реалізовувати знання, застосовувати досвід, волю та емоційний стан для вирішення завдань у конкретних обставинах (ЗУ ПО, 2017).

Когнітивно-здібнісний підхід, у рамках якого компетенція – це загальна одиниця, що включає в себе знання, навички та здібності; певне коло питань, у яких будь-хто добре обізнаний (Туркевич, 2018); сукупність того, що людина знає, що може робити, чого хоче і що наважується зробити. «Знаю» означає теоретичні знання, «можу» – практичні та неформальні знання, «хочу» стосується амбіцій, ставлення, цілей і перспектив, а «смію» відображає впевненість у собі та самооцінку (Визначення та виділення компетенцій,

2001); когнітивні здібності та навички, якими володіють особи і що дозволяє їм вирішувати певні проблеми, а також визначає мотиваційну, волюву та соціальну готовність і здатність успішно використовувати рішення і відповідально діяти в мінливих професійних ситуаціях (ВТССУМ, 2007). Компетентний – той, який має достатні знання в будь-якій галузі; хто добре знає щось, розумний; має певні повноваження; повноправний, суверенний (ВТССУМ, 2007; Новий тлумачний словник української мови [НТСУМ], 2003, с. 874).

Компетенція – це інтегрований результат освіти, який, на відміну функціональної грамотності, дозволяє вирішувати цілий клас завдань; на відміну від навички є усвідомленим (передбачає етап визначення мети); на відміну від навички він трансферабельний (ставиться до цілого класу предметів впливу), удосконалюється не за рахунок автоматизації та трансформації у навичку, а за рахунок інтеграції з іншими знаннями, вміннями та здібностями; компетентність підвищується за рахунок усвідомлення загальних засад діяльності; на відміну від знання воно існує у формі діяльності (реальної чи розумової), а не інформації про неї. Крім того, компетентність співвідноситься з ціннісно-смысловими характеристиками особистості, що має практичну спрямованість (Sarva et al., 2023).

Критеріальний підхід, з точки зору якого компетенція – це показники, які допомагають визначити готовність до конкретної діяльності, розвитку особистості та продуктивної участі в житті суспільства. Їх здобуття дає особі можливість орієнтуватися в умовах сучасного суспільства, інформаційного простору, подальшої освіти та мінливого ринку праці (Марущак, 2023).

Грунтуючись на цих та інших тлумаченнях, методологічних підходах та на засадах системно-цілісного підходу, поняття «компетенція» у контексті дослідження розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР тлумачимо як чітко визначений нормативно-правовою базою підготовки вказаних фахівців перелік знань, умінь, навичок та набутого первинного досвіду у сфері

цифрових медіатехнологій, що окреслює рамки їхньої професійної поведінки з перспективами вияву ціннісного ставлення до діяльності, відповідальності за ухвалення професійних рішень та здібностей цього профілю.

У подальшому нам потрібно буде чітко виокремити перелік компетенцій підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, що окреслить спектр критеріальної визначеності рівня розвитку вказаної якості майбутніх фахівців.

Результати здійснено аналізу наукових праць щодо тлумачення наступного ключового поняття – «компетентність / професійна компетентність» – також дозволив нам виокремити такі методологічні підходи до розуміння дослідниками цього поняття: когнітивний, ціннісно-діяльнісний / потенційний, особистісно орієнтований, критеріальний, комплексний підходи, про що також докладно описано у окремій публікації (Чжоу Ганвей, 2025). Наголошуємо, що, враховуючи значущу кількість наукових джерел вказаного контексту, обґрунтованість цих понять у дослідженнях, не будемо зосереджувати свою увагу окремо на понятті «компетентність», а сконцентруємося одразу на окремому її виді – професійній компетентності.

Так, згідно з когнітивним підходом компетентність / професійна компетентність (від лат. *competens* (*competentis*) належний, відповідний (ВТССУМ, 2007) визначається шляхом ключового поняття «знання» – як сукупності знань, навичок і ставлень, що відповідає контексту певної професії (Recommendation of the European Parliament and the Council on Key Competences for Lifelong Learning [RKCLL], 2006, с. 13) або виконувати певні функції, спрямовані на досягнення певних стандартів у професійній галузі; поєднання знань і навичок в узгодженні з вимогами до діяльності (Federal Institute for Vocational Education and Training [BIBB], 2018); поінформованість, обізнаність, авторитетність (ЮЕ, 2001) тощо.

Когнітивний підхід акцентує увагу на знаннях та навичках, як основних компонентах професійної компетентності де навички – це дії, які на основі

багаторазового повторення, внаслідок виконання вправ та завдань стали автоматичними. Знання про світ набуваються шляхом досвіду, освіти чи джерела інформації, а соціокультурні знання стосуються повсякденного життя, його умов, міжособистісних відносин, цінностей, ідеалів, норм поведінки, мови тіла, соціальних правил поведінки, ритуальної поведінки (Туркевич, 2018, с. 102–103).

Спільним для всіх є розуміння навчальної компетентності як набутої властивості особистості, що сприяє успішному входженню студента в життя сучасного суспільства. Компетентність у навчанні розглянуто як інтегрований результат, що передбачає зміщення акцентів з накопичення нормативно визначених знань, умінь і навичок на формування і розвиток у студентів умінь практично діяти, застосовувати досвід успішної діяльності в певній сфері. Компетентність відчужена від суб'єкта; задана соціальна норма (вимога) до освітньої підготовки студента, необхідна для якісної продуктивної діяльності в певній сфері, тобто соціально закріплений результат (Енциклопедія освіти, 2008, с. 408–410).

З точки зору здібностей, характеристики компетентності – це їх ефективне використання, що дозволяє здійснювати плідну професійну діяльність відповідно до вимог робочого місця; володіння знаннями, навичками та вміннями, необхідними для роботи за професією, за одночасної самостійності та гнучкості у вирішенні професійних завдань; розвинена співпраця з колегами та професійним міжособистісним середовищем; комплексне поєднання знань, умінь та установок, оптимальне для виконання роботи в сучасному виробничому середовищі; здатність робити щось добре, ефективно в різних контекстах з високим ступенем саморегуляції, саморефлексії, самооцінки; швидка, гнучка та адаптивна реакція на динаміку обставин та навколишнього середовища (Sehkar Fayda-Kinik, 2023).

Водночас, характеризуючи суттєві ознаки компетентності людини, варто пам'ятати, що вони постійно змінюються (із мінливим світом, з вимогами, що змінюються, до «успішного дорослого»); мати діяльнісний

характер узагальнених умінь у поєднанні з предметними вміннями та знаннями у конкретних галузях (ситуаціях); здатні зробити вибір на основі адекватної оцінки себе у конкретній ситуації; пов'язане з мотивацією до безперервної самоосвіти (Li Yangrong, 2019).

Отже, згідно із когнітивним підходом, поняття «професійна компетентність» розглядається як інтегрована система знань, інтелектуальних навичок та когнітивних стратегій, що забезпечує свідоме, гнучке та ефективне виконання професійної діяльності; це здатність майбутніх бакалаврів обробляти, інтерпретувати, структурувати та застосовувати знання для вирішення професійних завдань у стандартних та нестандартних ситуаціях, спираючись на розвинені процеси мислення.

Відповідно до ціннісно-діяльнісного / потенційного підходу професійна компетентність тлумачиться через ключове поняття «здатність», конкретизоване поняттями «цінність» та «дія» – як продемонстрована здатність особи діяти, володіючи знаннями, навичками та особистими характеристиками, необхідними для задоволення особливих потреб або вимог конкретної ситуації (Competence [ERIC Competence], 2019); комплексна здатність людини, що складається зі знань, досвіду, цінностей та установок, котрі можуть бути цілісно реалізовані на практиці, але попередньо набуті у процесі певного навчання (Li Yangrong, 2019); специфічна здатність, необхідна для ефективного виконання конкретної дії в конкретній предметній галузі, що охоплює вузькоспеціалізовані знання, спеціальні предметні вміння, способи мислення, а також розуміння відповідальності за свої дії (Марущак, 2023); здатність успішно задовольняти складну вимогу або виконувати складну діяльність чи завдання; здатність застосовувати знання, уміння та навички для виконання стандартів, необхідних для роботи (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022, с. 12); загальна здатність осіб виконувати динамічне, змінне завдання (наприклад, діяльність, завдання, розв'язувати проблему), за умови успішного виконання котрого, кандидат отримує ліцензію (Vitello, 2021); здатність вирішувати завдання, що забезпечується як володінням готової

інформацією, а й інтенсивним мисленням, досвідом і творчими здібностями; здатність діяти на засадах особистої зацікавленості у органічній єдності із загальнолюдськими цінностями, тобто у умовах глибокої особистої зацікавленості у тому виді діяльності (цінність є основою будь-якої компетентності) (Hu Jie & Zhang Ling, 2023); здатність і готовність індивіда використовувати знання, навички та особисті, соціальні й методологічні компетенції, поводитися при цьому зважено, індивідуально та соціально відповідально; комплексні навички дії (The German Qualifications Framework for Lifelong Learning [DQR], 2011, с. 17); здатність або навичка, котрі розвинула особа, яка навчалася; конкретні життєво важливі, необхідні будь-якій людині будь-якої професії, віку, сімейного стану – будь-якій людині взагалі цінності діяльності тощо (Hu Jie & Zhang Ling, 2023). Компетентність – це здатність успішно вирішувати проблеми реальності, виклики та можливості (Mannonen et al., 2025). Вона визначається як актуалізована, інтегративна, знаннява, інтелектуально та соціокультурно зумовлена особистісна якість, що виявляється в діяльності, поведінці людини, її взаємодії з іншими людьми при вирішенні різноманітних завдань (Марущак, 2023).

Зазначимо: хоча описаний вище підхід до тлумачення поняття «компетентність / професійна компетентність» сучасними науковцями схарактеризований ними через ключові складники цього поняття – «цінність» та «дія» (дія, до якої особа ціннісно ставиться), усі тлумачення подано ще й через інше ключове поняття – «здатність», що, у тлумачних словниках є також ключовим визначенням понять «потенціал» / «потенційний» (ВТССУМ, 2007, с. 1087–1088) від лат. *potentia*, франц. *Potential* – сила, здатність (ВТССУМ, 2007). Отож, через скісну тотожно визначаємо цей методологічний підхід до розгляду науковцями поняття «компетентність / професійна компетентність» як ціннісно-діяльнісний / потенційний підхід. Звертаємо увагу, що у цьому переліку наведених тлумачень, лише у одній науковій роботі (DQR, 2011, с. 17), поняття «компетентність» аналізується через базове поняття не тільки «здатність», а й «готовність», що проаналізуємо далі.

У контексті особистісно орієнтованого підходу професійна компетентність тлумачиться науковцями через особистісні якості, тобто як цілеспрямована якість особистості, яка на основі знань, умінь, досвіду та рис характеру виявляє бажання, готовність та здатність вирішувати проблеми та виконувати завдання реальної практичної діяльності, беручи відповідальність за ефективність своєї роботи; індивідуальне ставлення при цьому суб'єктивізує професійну компетентність, що впливає на предмет і результат діяльності і проявляється в її успішній реалізації, маючи ціннісне значення для особистості (Марущак, 2023); якість, властивість особистості, що дозволяє їй вирішувати певні проблеми, ухвалювати рішення, судження в певній сфері; певна норма, досягнення якої може свідчити про можливість правильного вирішення проблеми шляхом оцінки досягнення чи недосягнення певної норми; інтегрована характеристика якості спеціаліста; категорія результату виховання через досвід чотирьох видів: пізнавальної діяльності (зафіксованого у формі знання), реалізації відомих способів діяльності (навички дій за зразком), творчої діяльності (уміння ухвалювати ефективні рішення в проблемних ситуаціях), втілення емоційно-ціннісних ставлень (особистісні орієнтації) (Hong Wei & Wang Dong, 2021); цілісна особистісно-діяльнісна категорія, що формується у процесі навчання в результаті поєднання первісного особистісного досвіду, знань, способів діяльності, умінь, навичок, особистісних цінностей та вміння застосовувати їх у процесі продуктивної діяльності у площині певної галузі діяльності (Sehkar Fayda-Kinik, 2023); якість бути хорошим у чомусь (ВТССУМ, 2007, с. 560).

Як бачимо, з точки зору особистісно орієнтованого методологічного підходу професійна компетентність розглядається науковцями як особистісна якість, що характеризується виявом узгодження особистісних та професійних якостей фахівця.

Відповідно до критеріального підходу професійна компетентність тлумачиться через ключове поняття «компетенція» – як результат набуття людиною компетенцій, що дають їй змогу якісно виконувати трудові функції,

успішно засвоювати знання, взаємодіяти з іншими людьми в різних ситуаціях, швидко адаптуватися до змін у професійній діяльності, набувати соціальної самостійності (Марущак, 2023); контекстно-специфічні когнітивні диспозиції, що узгоджені із професійними вимогами, котрі набуваються під час навчання та необхідні для успішного вирішення певних ситуацій або завдань у певній сфері (Туркевич, 2018; ВТССУМ, 2007).

Отже, з точки зору критеріального методологічного підходу професійна компетентність розглядається науковцями у контексті відповідності професійної діяльності компетенціям як вимогам до цієї діяльності.

Комплексний методологічний підхід полягає у розгляді дослідниками професійної компетентності через тлумачення сукупності вказаних вище ключових понять: «знання», «здатність», «цінність», «дія», «особистісні якості», «компетенція» тощо. Тому такі окреслення професійної компетентності – ємнісні, структуровані, багатозначні. Наприклад, компетентність тлумачиться як обізнаність, авторитет; інтегральна (загальна) здатність особистості успішно (кваліфіковано) здійснювати діяльність; готовність до діяльності; особистісна якість (сукупність якостей); наявність у особи відповідної компетенції; цілісна властивість особистості; поєднання знань, умінь, норм, емоційно-ціннісного ставлення та рефлексії; результативно-діяльнісна характеристика особистості; освітні результати тощо (Марущак, 2023); коло питань, у яких людина повинна бути обізнаною; повноваження, делеговані суб'єкту (посадова особа, орган управління, група тощо); як досвід, інформаційний ресурс, знання в певній предметній галузі, якими володіє суб'єкт; суспільно обумовлена потреба в підготовці особистості в певній сфері (Liu Fangtao, 2020); відповідність людини (фахівця) вимогам, критеріям, стандартам в окремих сферах діяльності; володіння необхідними знаннями, вміннями, навичками, компетенціями (компетенціями); вміння та досвід їх застосування; особисті якості, що визначають здатність людини впевнено досягати результатів і володіти ситуацією; комунікативний

компонент, спрямований на ефективну взаємодію з іншими членами команди тощо (Hong Wei & Wang Dong, 2021) тощо.

Принагідно звертаємо увагу на той факт, що науковці, переважно тлумачать поняття «компетентність / професійна компетентність» і шляхом конкретного методологічного підходу (ціннісно-діяльнісного / потенційного, критеріального підходу – (Марущак, 2023); особистісно орієнтованого підходу (Sarva et al., 2023; Li Yangrong, 2019; Hu Jie & Zhang Ling, 2023) і вдаються до узагальненого – комплексного – тлумачення цього поняття на засадах комплексного методологічного підходу.

На засадах вказаних методологічних підходів та системно-цілісного підходу, враховуючи проаналізовані тлумачення, поняття «компетентність / професійна компетентність» у контексті дослідження розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР розглядаємо як здатність та готовність зазначених майбутніх фахівців до подальшої якісної професійної діяльності відповідно до визначених нормативно-правовою базою компетенцій, виявляючи конструктивні особистісні якості, що сприяють мобільно-правильному ухваленню рішення у нестандартних професійних ситуаціях. Варто також врахувати вид професійної компетентності, що має свої особливості з точки зору процесу її формування.

Формування професійної компетентності майбутніх фахівців залишається повсякчас однією із найактуальніших тем сьогодення вищої освіти. Тим паче, що професійна компетентність – явище багатокомпонентне та різноаспектне, детерміноване широкими соціально-економічними та вузькопрофільними вимогами конкретного фаху, як от майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій КНР, котрі спеціалізуватимуться на розробці веб-сайтів, створенні інтерактивного контенту, консультуванні з медіатехнологій, корпоративному навчанні та видавничій діяльності, електронній комерції, мультимедійному маркетингу тощо (Чжоу Ганвей, 2023).

Так, значущий компонент професійної компетентності – підприємницька – досліджений Ду Цзінсюй (Ду Цзінсюй, 2018; Ду Цзінсюй, 2020), V. Ratten, P. Usmanij (Ratten & Usmanij, 2021) та ін. Науковцями схарактеризовано теоретико-практичні засади процесу та процедур формування підприємницької компетентності у майбутніх фахівців різного профілю. Однак досі не визначені особливості формування вказаного виду професійної компетентності у майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій КНР. Загалом автором не знайдено досліджень напрому підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій КНР.

Дотримуючись наукового принципу «від загального до конкретного», зазначимо, що професійна компетентність особистості, як загальніше та первинніше щодо підприємницької компетентності поняття, – це сукупність такого рівня сформованості професійних знань, практичних умінь, професійно значущих особистісних якостей у діяльності конкретної особи, який дозволяє їй постійно забезпечувати високі кінцеві результати, досягати ефективної організації особистої та колективної праці і нести відповідальність за власні рішення. Вона є результатом ґрунтовної базової підготовки фахівця, постійного підвищення кваліфікації і виявляється в готовності людини ефективно виконувати свої службові та професійні обов’язки (Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024).

Отже, акцент зроблено на особистісному аспекті сформованості професійної компетентності, що виражено у словосполученнях: професійно значуща особистісна якість, діяльність конкретної особи, досягнення ефективності, відповідальність за ухвалення рішень. Узгоджуючи зазначене із науковим підходом до тлумачення поняття особистісного ресурсу як необхідної складової особистості для забезпечення можливості ефективно долати складні життєві та професійні ситуації (Вахоцька, Кобець, 2024), можемо стверджувати, що будь-який вид компетентності майбутнього фахівця – це, передусім, ознака його особистісного ресурсу. Доведемо це припущення

шляхом аналізу власне поняття підприємницької компетентності майбутніх фахівців, зокрема майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій КНР.

«Підприємницька» у словнику української мови трактується як те саме, що заповзятливий, який має практичну спостережливість і здогад, уміє діяти енергійно (ВТССУМ, 2007) В «Академічному тлумачному словнику» поняття «підприємець» окреслюється як підприємливий (НТСУМ, 2003). Підприємництво розглядається як здатність генерувати нові ідеї та реалізовувати їх з метою підвищення власного соціального статусу та прогресивного руху країни (Yijun Lv et al., 2021). Воно є частиною соціальної діяльності з макросоціальною функцією, що виражає сутність різних видів бізнесу. Провідною ознакою підприємництва є особиста ініціатива, спрямована на конкретну мету (Haijiao Chen et al., 2022). Тому підприємство визначається як універсальна загальноекономічна функція будь-якої економічної системи, що поєднується із здійсненням інших видів діяльності (менеджмент, маркетинг тощо) (Zhang Xiaohua, 2021).

З одного боку, загалом поняття «підприємництво» має суспільно-соціальний характер, адже це складна соціальна діяльність, що потребує вищих практичних здібностей (Yijun Lv et al., 2021; основа влади, ринкової економіки, що пронизує її інститути (Шеліган, 2019); актуальна проблема економічного розвитку держави, поряд з освітою, адже разом вони утворюють цілісне проблемне поле і потребують розробки певної теорії, зокрема певних педагогічних підходів до її формування (Шеліган, 2019).

З іншого боку, підприємництво має особистісний характер як комплексне поняття, що є не лише творчим бізнесом, а й способом життя та мислення студентів (Бондар, 2022); самостійною ініціативою, систематичною господарською діяльністю, що здійснюється на власний ризик і під особисту майнову відповідальність з метою одержання прибутку (Алексеева та ін., 2016).

Підприємницькі компетенції, як доведено світовим та європейським досвідом, можна розвивати в кожній сфері життя, професійній сфері та на

кожній посаді. Розвиток підприємницької компетентності тісно пов'язаний з економічними та фінансовими знаннями людини. Крім того, підприємницька компетентність передбачає яскраво виражені соціальні, педагогічні та змістовні аспекти і має такі ознаки: орієнтація на ефективність власних дій та успіх; упевненість у собі та своїх силах; витривалість і високий рівень самоконтролю; здатність до творчого та нестандартного вирішення проблем; здатність до ризику; системне планування своєї діяльності тощо (Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024; Zhang Xiaohua, 2021; Haijiao Chen et al., 2022; Hu Jie & Zhang Ling, 2023; Hong Wei & Wang Dong, 2021).

Підприємницькі компетенції, окрім комп'ютерних навичок, технологічної культури, знання іноземних мов та соціальних навичок, належать до ключових компетенцій, що забезпечують розвиток людського капіталу та конкурентоспроможність економіки та сприяють активній участі молодого покоління у професійному, сімейному та соціальному житті в суспільстві, базованому на знаннях. Переваги оволодіння підприємницькими компетенціями не обмежуються лише економічною сферою, з точки зору створення нових підприємств, оскільки в широкому розумінні «підприємницькі компетентності» розглядаються як модель поведінки, заснованій на творчому, інноваційному підході до будь-якого типу професійної діяльності чи повсякденних життєвих завданнях (Алексєєва та ін., 2016).

Тобто, конкретніше поняття – підприємницька компетентність – в українському освітньому середовищі вперше було офіційно вжито в переліку ключових компетентностей, визначених українськими педагогами за матеріалами дискусій, організованих у рамках проекту ПРООН серед таких компетентностей: інформаційно-комунікаційна, соціальна та здоров'язбережувальна (Бондар, 2022). Як частина професійної компетентності підприємницька визначається у КНР як особистісна здатність вживати заходів, використовуючи можливості та ідеї та перетворюючи їх на цінність для інших (Yijun Lv et al., 2021). Підприємницька компетентність у

європейському контексті передбачає ініціативу, креативність, вияв інновації та здатність ризикувати, а також здатність планувати та керувати проектами (Tittel & Terzidis, 2020). Отже, ключовим означенням підприємницької компетентності є певна особистісна здатність до ініціативно-конструктивних (корисних для когось) дій.

Однак, хоч нині, приміром, в Європі підприємливість вважається однією з ключових компетенцій суспільства, дуже часто її визначають у вузькому значенні – як економічну діяльність (Sarva et al., 2023). Водночас проблема розвитку підприємницької освіти може виявитися дуже актуальною в системі вищої освіти, а особливо в університетах та коледжах, враховуючи їх науково-технічний та інноваційний потенціал (Liu Fangtao, 2020). Підприємницькі компетенції були визначені як конкретна група компетенцій, що мають відношення до здійснення успішної підприємницької діяльності (Алексеева та ін., 2016).

Ефективна робота в глобалізованій економіці вимагає від підприємців розвитку нових навичок і компетенцій. Деякі з цих навичок і компетенцій необхідні, щоб мати справу з національними та регіональними культурними відмінностями, які дещо посилюються глобалізацією (Tittel & Terzidis, 2020). Хоча концепції підприємницької компетентності широко використовується державними установами та іншими в прагненні до економічного розвитку та успіху бізнесу, базова концепція підприємницької компетентності, її вимірювання та її зв'язок із підприємницькою діяльністю та успіхом бізнесу потребують подальших досліджень. Результати підтверджують наявність значних залежностей між різними групами компетенцій. Зокрема, вони показують, що загальні компетенції впливають на специфічні компетенції та що існує тісний зв'язок між системними та професійними компетенціями та підприємницькими компетенціями. Це також показує, що змінна досвіду має позитивний вплив на різні групи компетенцій, тоді як змінні «стать та вік» не впливають на розвиток підприємницьких компетенцій (Yijun Lv et al., 2021).

Систематичний огляд літератури з підприємницьких компетенцій забезпечив повне розуміння концептуалізації та категоризації термінів «компетентність» і «підприємницька компетентність» у світовому контексті. У результаті дослідники представили різноманітні точки зору та потенційні застосування концепцій. Хоча є багато визначень компетентності, їх спільним є те, що компетентність включає в себе основні елементи – знання, навички та ставлення – для вирішення проблем у різноманітних підприємницьких ситуаціях (Tittel & Terzidis, 2020).

Підприємницька компетентність, як показує аналіз джерел, – це:

- проблемний процес, який передбачає засвоєння студентами підприємницьких навичок та виховання підприємницької поведінки (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022);
- невід’ємна психологічна якість особистості, яка проявляється у мотивованій здатності до творчого пошуку та реалізації нових ідей і дозволяє вирішувати різні проблеми у повсякденному, професійному та суспільному житті (Hong Wei & Wang Dong, 2021; Zhang Xiaohua, 2021);
- інтегрована якість особистості, що проявляється у мотивованій здатності до творчого пошуку, реалізації нових ідей, що дозволяє вирішувати різні проблеми у повсякденному, професійному та суспільному житті (Бондар, 2022); не суперечить основним положенням компетентнісного підходу; під цим терміном розуміють властивості особистості, володіння якими сприяє успішному вирішенню конкретних бізнес-завдань (Hu Jie & Zhang Ling, 2023).
- сукупність якостей і знань, що допомагають індивіду успішно та ефективно вирішувати бізнес-завдання та досягати високих результатів у підприємницькій діяльності (Прищепа, 2016).

Отже, підприємницька компетентність тлумачена авторами з точки зору:

- а) проблемного процесу; б) невід’ємної психологічної якості особистості;
- в) інтегрованої якості особистості, що проявляється у мотивованій здатності до творчого пошуку; г) сукупності якостей і знань.

Наявність підприємницької компетентності дозволяє особистості знаходити та застосовувати оптимальне поєднання ресурсів у процесі виробництва, створювати та впроваджувати інновації в економічне життя суспільства, йти на певні ризики, необхідні для досягнення поставлених цілей. Успіх підприємницької діяльності пов'язаний із самоорганізацією, діловими та особистими якостями підприємця, ефективністю управління підприємством. Важливими є лідерські якості, вміння вирішувати конфліктні ситуації, ухвалювати рішення в умовах невизначеності, працювати в команді, стимулювати і мотивувати зусилля співробітників, створювати організаційні структури (Алексєєва та ін., 2016).

У Європейській довідковій системі підприємницька компетентність представлена здатністю особистості реалізовувати власні концепції у сфері, основою якою є творчість, новаторство, здатність на ризик, здатність проєктувати і формувати подальший рівень – сферу реалізації, вияву такої компетентності – підприємницьку діяльність (Шеліган, 2019).

Ще одне дотичне підприємницькій компетентності поняття – підприємницькі здібності – вважаються характеристикою вищого рівня, що охоплює риси особистості, навички та знання, і тому їх можна розглядати як загальну здатність підприємця успішно виконувати свою роботу (Hong Wei & Wang Dong, 2021, с. 124); базові характеристики, такі як загальні та специфічні знання, мотиви, риси, уявлення про себе, соціальні ролі та навички, які приводять до здатності до ризику, виживання та / або зростання (Алексєєва та ін., 2016).

Підтвердженням особистісно-ресурсного контексту сформованості підприємницької компетентності є також тлумачення цього поняття, запропонованого В. Майковською, як здатності людини узгоджувати власні економічні інтереси з наявними матеріальними, трудовими та природними ресурсами та інтересами інших людей та суспільства; бути готовим діяти активно, організуючи власну трудову діяльність та роботу колективу; своєчасно адаптуватися до нових потреб ринку праці, оцінюючи свої

особистісні та професійні можливості та здібності; ухвалювати економічно обґрунтовані рішення, складати та реалізовувати плани діяльності, подавати інформацію про їх результати (Майковська, 2017; Майковська, 2021). Суголосно аналізує досліджуване поняття і В. Стрельніков: як певну модель поведінки, сукупність особистісних та ділових якостей, умінь, знань, володіння якими допомагає успішно вирішувати різні бізнес-завдання та досягати високих результатів діяльності (Стрельніков, 2016). Тобто, узагальнено сутність підприємницької компетентності майбутніх фахівців тлумачиться як сукупність особистісних якостей, що виявляються у відповідних здатностях до підприємницької діяльності в обраній сфері.

Зазначене наводить до чергового дотичного поняття – підприємницького наміру, що вважається важливим фактором у виборі майбутньої кар'єри (Yijun Lv et al., 2021); способом мислення, що спрямовує увагу або дії людей на певну поведінку» (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022); функцією позитивного ставлення особистості, сприятливих суб'єктивних норм і позитивного вияву поведінкового контролю для підприємницької поведінки (Yaoming Liang et al., 2025).

Перехід китайської економіки до ринкових відносин значно підвищує вимоги до рівня підприємницьких компетенцій кожної людини. У результаті ця компетентність увійшла до переліку ключових компетентностей, якими мають оволодіти навіть учні загальноосвітніх навчальних закладів (Hong Wei & Wang Dong, 2021). На рівні вищої освіти розвиток підприємницьких здібностей відбувається, коли студенти беруть участь у студентському самоврядуванні та науковій діяльності, виступають організаторами студентської справи, обирають майбутню професію, планують відкрити власну справу тощо (Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024).

Розвиток підприємницьких компетенцій особистості – це складний, суперечливий і багатогранний процес, що охоплює набуття особистістю підприємницьких знань і розвиток на цій основі підприємницької свідомості та підприємницької поведінки (Hong Wei & Wang Dong, 2021); набуття

відповідних економічних знань та навичок, формування вміння їх застосовувати, що дозволить самостійно вирішувати конкретні бізнес-проблеми та ухвалювати правильні рішення; а також формування здатності особистості до самореалізації та систематичного залучення до саморозвитку, що зумовлює розвиток підприємницької ініціативи (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022); формування власного ставлення до економічних реалій, погляду на чинні економічні відносини та перспективи їх розвитку; оцінка себе і своїх можливостей в економічній сфері суспільного життя (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022); шлях стати гнучкішими, впевненішими в собі, незалежними, здатними ухвалювати рішення, планувати, мати більш творчий підхід до бізнесу, вирішувати проблеми, справлятися з ситуаціями, взаємодіяти з партнерів, набувають соціальних навичок, бізнес-знань, кращого самопізнання та навчання лідерству (Середіна, 2022); ланка в ланцюжку системи безперервної освіти; бажання займатися підприємницькою діяльністю, і схильність до підприємницької діяльності, що суттєво впливає на розвиток підприємницької діяльності, підприємництво (Sehkar Fayda-Kinik, 2023).

Розвиток підприємницьких компетентностей майбутніх фахівців створює змістовну основу для актуалізації та закріплення набутих знань і вмінь, сприяє усвідомленню загальнонаціональної важливості своєї праці, формує культуру праці, виховує почуття відповідальності, колективну орієнтацію особистості тощо. Усе це свідчить про те, що майбутні бакалаври зменшують соціально-економічну тривогу за своє майбутнє та набувають упевненості у собі та своїх можливостях. Це в майбутньому допомагає фахівцю знайти своє місце в умовах конкуренції на ринку праці (Середіна, 2022).

Розвиток підходів, заснованих на компетентностях, у різних регіонах і контекстах КНР був зумовлений швидкими темпами економічних змін і конкуренцією на глобальному ринку. Таким чином, соціально-економічні виклики вимагали довгострокової стратегії та відновили популярність компетентнісних підходів у системах освіти та навчання (Tittel & Terzidis,

2020). Підприємницькі компетенції забезпечують наявність у людини засобів і прийомів для ефективної організації власної та колективної підприємницької діяльності (Середіна, 2022), а підприємницька компетентність відіграє ключову роль у підприємницькому успіху. Щоб сприяти працевлаштуванню випускників вищих професійних коледжів КНР та прискорити економічне зростання шляхом підприємництва, уряд КНР та заклади вищої освіти заохочують використання різних факторів для покращення цілісної підприємницької освіти та навчання (Yaoming Liang et al., 2025).

На думку Б. Берда, підприємництво відіграє проміжну роль між підприємницькою конкуренцією та підприємницькою компетентністю; підприємницький дух відіграє сповільнювальну роль між підприємницькою конкуренцією та підприємницькою компетентністю, а підприємницька практика відіграє сповільнювальну роль між підприємницькою конкуренцією та підприємницьким духом (Берд, 1995).

Але, для того, щоб набути чи розвивати підприємницьку компетентність, важливо зрозуміти, що є підприємницькою освітою. На думку науковців підприємницька освіта – це навчання на основі досвіду, що має бути включене в навчальну програму з ключовими навчальними цілями, щоб збільшити залучення студентів, і що необхідний гібридний підхід до навчання, наприклад тематичні дослідження та конкурси бізнес-планів (Ratten & Usmanij, 2021); процес навчання студентів підприємницькій діяльності, що передбачає виявлення життєздатних бізнес-можливостей і перетворення їх на успішні комерційні підприємства (Yaoming Liang et al., 2025); уміння втілювати ідеї в життя, творчий підхід, інновації, ризик, а також уміння планувати та керувати проєктами для досягнення поставленої мети; це основа отримання конкретніших навичок і знань, зокрема ведення соціальної чи комерційної діяльності; містить моральні цінності, що сприяють розумовому управлінню (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022).

Підприємницька освіта має значний вплив на підприємницькі наміри. Щоб сприяти економічному розвитку, у різних країнах переважно

запровадили політику та заходи для зміцнення підприємницької освіти, серед яких освіта підприємництва в університетах є ключовою. Проте суспільство покращується як підприємництвом, так і молоддю з підприємницькими здібностями. Дослідники та практики повинні розуміти підприємництво за рамками вузького сенсу (початок бізнесу) у широкому сенсі (розпізнавання та вирішення проблем, визначення можливостей та створення цінності в суспільстві). Мета навчання підприємництву не обов'язково полягає в тому, щоб усі учасники започаткували бізнес протягом короткого періоду часу. Щоб сприяти підприємництву серед студентів, необхідно переконатися, що студенти мають високі підприємницькі наміри. Оскільки отримання знань може змінити поведінку, на підприємницькі наміри можуть вплинути результати навчання (Yijun Lv et al., 2021).

Історичні корені регіонального, контекстуального та функціонального розвитку підприємницької освіти спричинили неоднорідність цілей навчання, методів навчання та підходів до оцінювання, а також велику різноманітність у визначеннях ключових термінів, таких як підприємницька освіта та підприємницька компетентність (Tittel & Terzidis, 2020); вона поділяється на три виміри: навчання підприємництву, конкурс бізнес-планів і підтримка підприємницької практики (Yaoming Liang et al., 2025). Курси підприємництва, на відміну від інших теоретичних курсів, потребують застосування практики у змісті курсу, наприклад, проведення конкурсів, імітація підприємництва та рефлексивна практика (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022).

Аналіз вказаних раніше наукових джерел дозволив нам сформулювати сутність підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у КНР як інструмент національного розвитку та професійної зайнятості, державний пріоритет масштабованого розвитку в пріоритетній системі – цифрових медіатехнологій – шляхом комерціалізації продукт-контенту, швидкого виходу на ринок тощо; як комплекс особистісно-ділових якостей, що виявляються у спеціальній моделі поведінки, тобто здатності до:

медіа-творчості та новаторства; бізнес-активності; проектування та успішної реалізації особисто та колективом бізнес-ідей та задач; передбачення та убезпечення бізнес-ризиків у сфері цифрової комерції, мультимедійного маркетингу, видавничої діяльності; адаптації у складній професійній ситуації; адекватної оцінки усіх видів ресурсів; соціальної та особистої відповідальності за ухвалені рішення тощо.

На противагу цьому, сутність підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в Україні трактуємо як шлях до самозайнятості, самодостатності та сталого розвитку, переважно, засобами проєктної моделі з орієнтацією на клієнта та експорт послуг, результатом чого є універсальний, креативний та практичний медіа-продукт (дизайн відео, фріланс / агентські послуги тощо) як малий бізнес «із нуля», швидка адаптація до ринку в умовах роботи з обмеженими ресурсами.

Також для порівняння зазначимо, що сутність підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у Європі розглядаємо як відповідальну інновацію: створення компанії з високими стандартами етики, конфіденційності, прав інтелектуальної власності та сталого розвитку з чітким дотримання нормативних вимог, зокрема якості, авторського права, інклюзивності, соціальних цінностей, довгостроковості терміну служби продукту тощо. У США це поняття, на нашу думку, можна сформулювати як інновацію в середовищі, орієнтованому на ризик зростання та захоплення ринку (особистий брендинг, монетизація, конкурентна перевага, масштабування шляхом інвестиції та партнерства).

Ґрунтуючись на вказаному вище тлумаченні, розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, на наш погляд, – це цілеспрямований освітній процес, у якому студенти навчаються створювати, комерціалізувати та масштабувати цифрові медіапродукти (контент, послуги, платформи тощо) відповідно до потреб ринку та державних пріоритетів країни. Завдяки поєднанню практичного навчання, технологічної підготовки та

підприємницького мислення, унаслідок розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах країна забезпечена фахівцями, які не лише створюють цифровий контент чи технології, але й розуміють, як їх перетворити на прибуткові бізнес-продукти в рамках економічної та регуляторної систем КНР.

Подальшого дослідження потребує питання розробки спеціального освітнього ресурсу для формування підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій КНР.

1.3 Структура підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР

Для подальшої характеристики розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР спочатку необхідно визначити, які знання, навички, ставлення та поведінкові прояви вважаються її критеріями в контексті цифрових медіатехнологій, тобто визначити структуру досліджуваної компетентності.

Характеристика структури досліджуваного явища передбачає не лише виокремлення власне структури, тобто компонентів, показників, рівнів розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, а також: а) рамки явища, тобто того, що охоплює чи не охоплює підприємницькі компетенції, особливо в контексті цифрових медіатехнологій; б) логіку причинно-наслідкових зв'язків у моделі розвитку; в) валідність діагностичного інструментарію тощо.

Зазначимо, що до структури підприємницької компетентності студентів університетів КНР, на думку Ду Цзінсюй, входять такі компоненти:

а) особистісно-вольовий (формування особистісних якостей, необхідних для здійснення певної діяльності: воля, наполегливість, ініціативність, чесність, соціальна відповідальність, інтелектуальна гнучкість, креативність тощо);

б) інформаційно-пізнавальний (навчання основ менеджменту, маркетингу, фандрайзингу, нетворкінгу, психології бізнесу; знання про організацію та здійснення підприємницької діяльності в сучасних умовах; знання про методи отримання нової інформації та перевірки її достовірності);

в) організаційно-комунікативний (уміння вибудовувати комунікативні контакти з різними людьми, організовувати та мобілізувати співробітників для виконання поставлених завдань, створювати сприятливу атмосферу в організації тощо);

г) інноваційно-комерційний (уміння виявляти нові потреби ринку та швидко реагувати на них шляхом розробки нових видів товарів та послуг; визначати прибуток і дохід підприємства, собівартість продукції; обирати та поєднувати різні види економічної діяльності з метою отримання найбільшого зиску; вести переговори з постачальниками, посередниками, споживачами, вибудовувати процес реалізації продукції, організовувати співробітництво з іншими компаніями з метою розширення своєї діяльності та отримання прибутку тощо (Ду Цзінсуй, 2018). Попри те, що Ду Цзінсуй докладно розглянуто структуру та зміст підприємницької компетентності студентів закладів вищої освіти, це дещо відрізняється від структури підприємницької компетентності бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР і з точки зору різниці між університетською освітою та освітою у коледжах, і з точки зору конкретності спеціальності.

В українських дослідженнях також схарактеризовано структуру підприємницької компетентності майбутніх фахівців (Майковська, 2017), зокрема економічного профілю (Середіна, 2022; Стеблюк, 2019). Так, зрілість підприємницької компетентності особистості, на думку В. Майковської, виявляється в інтегрованому поєднанні таких якостей, умінь і навичок:

а) узгоджувати власні підприємницькі потреби та інтереси з наявними ресурсами (матеріальними, трудовими, природними та екологічними ресурсами тощо), а також з інтересами та потребами інших людей і суспільства загалом; б) застосовувати технології моніторингу ресурсів для забезпечення сталого розвитку організації; в) аналізувати та оцінювати свої професійні знання, уміння, здібності, здібності та узгоджувати їх із потребами ринку праці; г) економічно грамотно складати, реалізовувати та оцінювати бізнес-плани та особисті бізнес-проекти, розробляти моделі дій для ухвалення економічно та екологічно обґрунтованих рішень; д) організовувати свою господарську діяльність і роботу членів організації, орієнтуватися в нормах і правилах трудової етики; е) подавати та поширювати інформацію про результати (продукцію) власної підприємницької діяльності та колективу працівників зокрема (Майковська, 2017).

У зв'язку з соціальними змінами та розвитком економіки молодь все частіше обирає підприємництво своєю життєвою стратегією. Протести, що виникають в Україні, ринкові відносини жорсткої конкуренції ставлять високі вимоги до спеціаліста, його професійних та особистих якостей. Це забезпечує розуміння нового досвіду підприємництва у вітчизняній практиці, подолання стереотипів мислення, оволодіння правовими основами, етикою підприємництва, презентує соціальне замовлення системи професійно-технічної освіти з метою підготовки студентів до підприємницької діяльності, яка має стати не тільки джерело задоволення матеріальних потреб молоді, але й засіб формування нової генерації підприємців – господарів своєї долі і життя, що працюють на ринку країни і суспільства (Марущак, 2023).

До структури підприємницької компетентності студентів університетів в українських дослідженнях зараховують:

- мотиваційно-ціннісний компонент – морально-етичне ставлення особистості до підприємницьких цінностей (свобода вибору, самореалізація, ощадливість, толерантність, чесність), що визначає суб'єкт-суб'єктні міжособистісні стосунки;

– когнітивний компонент: знання теоретичного і технологічного (процесуального) характеру, тобто сукупність знань, що відображає розуміння сутності економічної сфери життя сучасного суспільства; теоретичні знання про основні поняття та методи підприємницької діяльності. Цей компонент враховує особливості та мінливість змісту освітніх та особистісних потреб, мотивації особистості на різних етапах його економічної та підприємницької підготовки;

– діяльнісний (або практико-технологічний) компонент, що передбачає формування практичних підприємницьких навичок, а саме: вміння обирати ефективну бізнес-ідею та форми підприємницької діяльності; вміння організовувати, планувати та прогнозувати підприємницьку діяльність; вміння презентувати власні проєкти, проводити конструктивний бізнес-діалог; готовність творчо вирішувати різноманітні завдання у сфері підприємницької діяльності на основі отриманих знань, умінь, способу мислення; здатність керувати та контролювати хід та результати підприємницької діяльності;

– емоційно-вольовий компонент: здатність розуміти власний емоційний стан у ситуації пошуку та реалізації бізнес-проєктів; вміння поблажливо ставитись до браку результатів; уміння відкрито ділитися своїми почуттями та переживаннями; цілеспрямованість; витримка, самовладання у ситуаціях невизначеності (Майковська, 2017, Островершенко, 2023).

Аналіз європейської наукової літератури показує, що підприємницька компетентність включає підприємницький дух, підприємницький підхід, підприємницькі навички, показники підприємницької ефективності тощо (Yijun Lv et al., 2021). У сучасній педагогіці підприємницькі компетенції розуміються як інтегрована риса особистості, що охоплює знання, навички, здібності, цінності та ставлення, необхідні для ініціювання, планування та реалізації підприємницької діяльності в умовах невизначеності та ризику (Майковська, 2017; Прищепа, 2016).

Згідно з рамковою моделлю EntreComp (Tittel & Terzidis, 2020), підприємницькі компетенції охоплюють три взаємопов'язані складники:

1) ідеї та можливості; 2) ресурси; 3) дії. Для фахівців з цифрових медіатехнологій підприємницькі компетенції доповнюють цифрові компетенції, креативність, міждисциплінарні комунікативні навички та управління медіапроектами (Чжоу Ганвей, 2025; Bejinaru, 2019). Для цифрових медіатехнологій, як професійної галузі, характерні висока динаміка та швидкі зміни інструментів і бізнес-моделей. Це вимагає розвитку навичок студентів у самостійному створенні професійних можливостей, самозайнятості, стартап-проектах та інноваційних формах зайнятості (Bejinaru, 2019; Ma Jun, 2023; Zhang Xiaohua, 2021). У цьому контексті підприємницькі компетенції виходять за рамки традиційного бізнес-підходу та набувають характеристик креативного підприємництва, зосередженого на створенні інтелектуальних та культурних продуктів (Tittel & Terzidis, 2020).

Надалі для порівняльного аналізу будемо звертатися у нашій роботі до результатів вказаних вище українських та європейських досліджень.

Компетентність поєднує пізнавальні установки та практичні навички, цінності, емоції, поведінкові компоненти, знання та навички, що можуть бути мобілізовані для активних дій; допомагає людині розпізнати, виявити та вирішити (незалежно від контексту) проблеми, характерні для певної діяльності; є показником, що сприятиме визначенню готовності студентів до життя, їхнього подальшого особистісного розвитку; активну участь у житті суспільства (Гоу Кванденг, 2020; Чжоу Ганвей, 2025). До характеристики компетентності зараховують: а) готовність виявити компетентність (тобто мотиваційний аспект); б) володіння знаннями змісту компетенції (когнітивний аспект); в) досвід прояву компетентності у різних стандартних та нестандартних ситуаціях (поведінковий аспект); г) ставлення до змісту компетенції та об'єкта її застосування (ціннісно-смысловий аспект); г) емоційно-вольову регуляцію процесу та результату прояву компетентності (Марущак, 2023).

Отже, наукові пошуки структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних

коледжах КНР розпочнемо довкола традиційних наукових поглядів на загалом структуру професійної компетентності (Гоу Кванденг, 2020; Чжоу Ганвей, 2025): мотиваційний, когнітивний, діяльнісний та рефлексійний компоненти. Передбачаємо, що у процесі подальшого аналізу уточнимо та розширимо традиційну структуру, зважаючи на специфіку цифрових медіатехнологій (проектваність, креативність продукту, монетизацію, співпрацю з різними аудиторіями, інтелектуальну власність тощо).

Схарактеризуємо кожен з компонентів докладно, ґрунтуючись на аналізі наукових джерел та результатах попередніх підрозділів нашого дослідження (виокремлених сучасних тенденціях та уточненні ключових понять контексту розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР).

Так, мотиваційно-ціннісний компонент структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій дає відповідь на питання: навіщо підприємництво студентам цієї спеціальності? У цьому випадку, варто згадати ключову рису китайців: поєднання особистої мотивації з державними та галузевими цінностями, пріоритетами (Yijun Lv et al., 2021; Yuan Gao & Xiao Qin, 2022).

Якщо характеризувати сутність підприємництва, то його можна визначити як особливий стан, що включає в себе особисті здібності, навички та мотивацію, що спонукають людину брати участь у творчій діяльності з метою створення нових продуктів і послуг, розвитку бізнесу відповідно до вимог ринку. Підприємництво, крім особистого значення, має чітко виражений соціальний потенціал, оскільки воно повинно враховувати потреби та запити потенційних клієнтів, покращуючи тим самим умови їхнього життя. Крім того, ведення бізнесу вимагає створення нових робочих місць, нової команди та управлінських навичок. З цих причин мотивація до навчання підприємництву та підприємницькій ініціативі вважається ключовим фактором розвитку сучасних студентів (Yijun Lv et al., 2021; Yaoming Liang et al., 2022).

Отже, мотиваційно-ціннісний компонент структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР характеризується такими показниками:

- орієнтація на економічну ефективність та результати медіапродукту;
- прийняття майбутніми бакалаврами підприємництва як соціально значущого кар'єрного шляху;
- готовність працювати в умовах конкуренції, ієрархії та регуляторних обмежень;
- цінність колективного успіху (проекти, командна робота тощо), а не лише індивідуальної самореалізації.

Тобто, ключове поняття мотиваційно-ціннісного компоненту структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – це вмотивована цінність.

Основою будь-якої компетентності є знання, досвід суспільної та професійної діяльності людини, що підкреслює інтегративний характер цього поняття (Марущак, 2023). В одних визначеннях компетентності акцент робиться на зовнішніх діях, в інших – на внутрішніх характеристиках особистості, однак завжди знання позначаються як передумова навичок – когнітивна база (Туркевич, 2018).

Когнітивний компонент структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій дає відповідь на питання: що знає студент у цьому контексті? На думку дослідників (Sarva et al., 2023; Haijiao Chen et al., 2022), це мають бути прагматичні, практичні знання, орієнтовані на швидке впровадження.

Таким чином, когнітивний компонент структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР характеризується такими показниками:

- розуміння ланцюжка створення вартості цифрових медіатехнологій;
- знання основ підприємництва, економіки, маркетингу цифрових медіапродуктів; регуляторного та інституційного середовища цифрових медіатехнологій; бізнес-моделей цифрових медіаплатформ (екосистеми, трафіку, монетизації тощо).

Ключове поняття когнітивного компоненту структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – це знання.

Оскільки компетентність є основою діяльності, структуру поняття компетентності можна порівняти зі структурою діяльності, що включає компоненти: усвідомлення потреби, формування мотиву, вибір способу діяльності, планування діяльності, перелік дій, виконання дій (Yaoming Liang et al., 2025; Yuan Gao & Xiao Qin, 2022; та ін.). Компетентність поводитьися з особою, шукати її здатність якісно виконувати роботу, має елементи готовності до нестандартної ситуації, визначається особистісними особливостями кожного, впливом внутрішніх факторів (досвіду, цінностей), цим здійснюється перехід від якісного знання до якісної діяльності (Марущак, 2023). Тобто, спільним для позначень компетентності переважно є розуміння її як властивості або якості особистості, потенційної здатності особистості справлятися з різноманітними завданнями, як сукупності знань, умінь і способів діяльності особистості, необхідних для здійснення якісної продуктивної діяльності та завдань щодо певного кола об'єктів і процесів. У цьому випадку спостерігається взаємодія між когнітивними та афективними навичками, наявністю мотивації та відповідних систем цінностей – діяльності та практики (Туркевич, 2018; Гоу Кванденг, 2020).

Креативно-діяльнісний компонент структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР відповідає на запитання: що може робити та зробити студент у цій сфері? Насамперед, на думку науковців (Dongmei Guo,

2020; Sehkar Fayda-Kinik, 2023; Sarva et al., 2023), йдеться про підготовку студентів до тісної інтеграції з галузевими партнерами та платформами.

Отже, креативно-діяльнісний компонент структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР характеризується такими показниками:

- уміння створювати цифрові медіапродукти (контент, послуги, інтерфейси, інтерактивні рішення тощо);
- здатність до медіа-творчості та новаторства, бізнес-активності;
- здатність до адаптації у складній професійній ситуації;
- здатність до проєктування та успішної реалізації особисто та колективом бізнес-ідей та задач з цифровими медіатехнологіями;
- готовність тестувати ідеї, створювати прототипи, впроваджувати цифрові медіатехнології;
- здатність застосувати бізнес-інструменти до реальних або квазіреальних цифрових медіапроєктів.

Тобто, ключове поняття креативно-діялісного компоненту структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – це практична дія.

Основними характеристиками підприємців є комунікабельність, самоорганізованість, чіткість і передбачуваність поведінки, сила волі, авторитарність, лідерство, ініціативність і цілеспрямованість (Алексеева та ін., 2016, с. 134). Серед компонентів підприємницьких компетентностей А. Tittel, О. Terzidis визначені основні категорії: предметна, особиста компетентності і компетентність у стосунках. Для доменної компетентності автори виокремили три підкатегорії, що характеризують сферу підприємництва: визнання можливостей, організаційну, стратегічну та управлінську компетентності. Однак дослідники зауважують, що не всі згадані компетентності можна розвинути у закладах вищої освіти. Багато компетенцій, особливо стратегічні та управлінські компетентності, будуть розвинені в практичному бізнес-

середовищі або на спеціальних програмах ділового адміністрування (Tittel & Terzidis, 2020). Досвід, знання та навички щодо способу організації та управління діяльністю для досягнення поставлених цілей, тобто йдеться про метазнання, що керують іншими знаннями (Туркевич, 2018; Гоу Кванденг, 2020).

У попередньому підрозділі однією із сучасних тенденцій розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР визначено масове впровадження моделі «1+X» (диплом + галузеві сертифікати) у спеціалізації «Цифрові медіатехнології», що створює набір практичних підприємницьких навичок: аналіз даних; управління медіапродуктом; монетизація (електронна комерція, прямі трансляції); створення UX-прототипів; правовий захист інтелектуальної власності / контенту.

У закладах вищої освіти американці навчаються таким підприємницьким навичкам, як: уміння переконувати, вести переговори, робити пропозиції; збут; визнання переваг і комплексний підхід до управління бізнесом (проєктами, ситуаціями); навички стратегічного мислення, ухвалення інтуїтивних рішень в умовах невизначеності; творчий підхід до вирішення завдань і використання досягнень науки і техніки, інформаційних мереж, комп'ютерних технологій тощо (Tittel & Terzidis, 2020).

Зазначене спонукає нас виокремити комунікативно-управлінський компонент структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, що дає відповідь на питання: як студент спілкується з іншими, перебуваючи у різних ієрархічних ролях (керівник чи учасник проєкту, приміром)? Дослідники переконані (Dongmei Guo, 2020; Sehkar Fayda-Kinik, 2023; Sarva et al., 2023), що студенти мають характеризуватися дисципліною, підпорядкуванням та колективною відповідальністю.

Таким чином, комунікативно-управлінський компонент структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових

медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР характеризується такими показниками:

- уміння працювати в ієрархічних та проєктних командах;
- здатність виявити базові управлінські навички (планування, контроль, розподіл ролей у команді, обґрунтування рішень);
- здатність до ділової комунікації в рамках корпоративної культури;
- здатність до передбачення та убезпечення бізнес-ризиків у сфері цифрової комерції, мультимедійного маркетингу, видавничої діяльності;
- здатність до соціальної та особистої відповідальності за ухвалені рішення тощо;
- готовність прилюдно презентувати цифровий медіапроект.

Отож, ключові поняття комунікативно-управлінського компоненту структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – це комунікація та управління.

Водночас, поняття компетентності набагато ширше за поняття знань чи здібностей, чи навичок; воно містить не лише когнітивний (знання) та операційно-технологічний (уміння) компоненти, а й мотиваційний, етичний (ціннісні орієнтації), соціальний та поведінковий. Отже, для оволодіння компетентністю необхідна розумова організація, значний інтелектуальний розвиток: абстрактне мислення, саморефлексія, визначення власної позиції, самооцінка, критичне мислення тощо. Це поняття також можна розуміти як володіння особою відповідною компетентністю, зокрема особистісним ставленням до предмета діяльності та здатністю аналізувати і коригувати, тобто покращувати свої результати (Марущак, 2023).

Багато десятиліть американці вчать культурі підприємництва, яка є складовою економічного успіху країни, виховують майбутніх бізнесменів у сфері підприємницької поведінки, рис характеру та навичок. Наприклад, щоб бути успішним у бізнесі, необхідно: вміло використовувати можливості;

проявляти ініціативу та творчий підхід до вирішення проблем; творчо оцінювати ситуацію; розраховувати переважно на власні сили і не боятися брати на себе відповідальність; довести справу до кінця; ухвалити прораховані ризики та використовувати здоровий глузд; використовувати науково-технічні досягнення (інформаційні мережі, комп'ютерну техніку, нові технології тощо). Необхідними рисами характеру підприємця є: бажання діяти та наполегливість; важка праця; бажання досягти успіху будь-якою ціною; честолюбство та професійна гордість; впевненість у собі і висока самооцінка; внутрішня незалежність; рішучість і креативність; уміння вчитися на власному досвіді і не повторювати чужих помилок (Tittel & Terzidis, 2020).

Це спонукало нас уточнити традиційний – рефлексійний – компонент підприємницької компетентності майбутніх фахівців складником «корекційний», щоб акцентувати на значущості не лише уміння аналізувати свої дії, результати, а й якості власне медіапродукту з орієнтиром на ймовірні потреби його корекції.

Рефлексійно-корекційний компонент структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій дає відповідь на питання: наскільки ефективно студент виконує свою роботу та що можна покращити? Як стверджують дослідники (Liu Fangtao, 2020; Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024; Zhang Xiaohua, 2021; Haijiao Chen et al., 2022; Hu Jie & Zhang Ling, 2023; Hong Wei & Wang Dong, 2021; Yuan Gao & Xiao Qin, 2022), результати підприємницької компетентності, зокрема у сфері цифрових медіатехнологій вимірюються практичним впливом вказаного продукту, а не лише креативністю.

Таким чином, рефлексійно-корекційний компонент структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР характеризується такими показниками:

- здатність до адекватної оцінки усіх видів ресурсів, тобто економічної доцільності власних рішень у сфері продуктів цифрових медіатехнологій;
- здатність до аналізу помилок та результатів діяльності;
- готовність до коригування стратегій унаслідок виявлених помилок;
- здатність зосереджуватися на стабільності та масштабованості, а не на одноразовому успіху цифрового медіапродукту.

Тобто, ключові поняття рефлексійно-продуктивного компоненту структури підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – це рефлексія та корекція.

Узагальнено структуру підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР змодельовано на рис. 1.3 та укладено у табл. 1.2.



Рис. 1.4. Структура підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР*

**виокремлено та змодельовано автором*

Таблиця 1.2

Компоненти та показники підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР*

Компоненти підприємницької компетентності	Показники підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій
Мотиваційно-ціннісний	- орієнтація на економічну ефективність та результати медіапродукту; - прийняття майбутніми бакалаврами підприємництва як соціально значущого кар'єрного шляху; - готовність працювати в умовах конкуренції, ієрархії та регуляторних обмежень; - цінність колективного успіху (проекти, командна робота тощо), а не лише індивідуальної самореалізації.
Когнітивний	- розуміння ланцюжка створення вартості цифрових медіатехнологій; - знання основ підприємництва, економіки, маркетингу цифрових медіапродуктів; регуляторного та інституційного середовища цифрових медіатехнологій; бізнес-моделей цифрових медіаплатформ (екосистеми, трафіку, монетизації тощо).
Креативно-діяльнісний	- уміння створювати цифрові медіапродукти (контент, послуги, інтерфейси, інтерактивні рішення тощо); - здатність до: медіа-творчості та новаторства, бізнес-активності; адаптації у складній професійній ситуації; проектування та успішної реалізації особисто та колективом бізнес-ідей та задач із цифровими медіатехнологіями; застосувати бізнес-інструменти до реальних або квазіреальних цифрових медіапроектів; - готовність тестувати ідеї, створювати прототипи, впроваджувати цифрові медіатехнології
Комунікативно-управлінський	- уміння працювати в ієрархічних та проектних командах; - здатність до: ділової комунікації в рамках корпоративної культури; передбачення та убезпечення бізнес-ризиків у сфері цифрової комерції, мультимедійного маркетингу, видавничої діяльності; соціальної та особистої відповідальності за ухвалені рішення тощо; виявляти базові управлінські навички (планування, контроль, розподіл ролей у команді, обґрунтування рішень); - готовність прилюдно презентувати цифровий медіапроект
рефлексійно-корекційний	- здатність до: адекватної оцінки усіх видів ресурсів, тобто економічної доцільності власних рішень у сфері продуктів цифрових медіатехнологій; аналізу помилок та результатів діяльності; - зосереджуватися на стабільності та масштабованості, а не на одноразовому успіху цифрового медіапродукту; - готовність до коригування стратегій унаслідок виявлених помилок

(виокремлено та укладено таблично автором)

Отже, на основі аналізу наукових джерел виокремлено компоненти (мотиваційно-ціннісний, когнітивний, креативно-діяльнісний, комунікативно-управлінський, рефлексійно-корекційний) та показники підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР. Виокремлені компоненти та показники підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій відповідають практико-орієнтованій моделі підготовки у вищих професійних коледжах КНР.

Висновки до першого розділу

У розділі проведено теоретичний аналіз проблеми розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР та з'ясовано, що вона досліджується на перетині кількох науково-практичних площин: професійної освіти, цифрових медіатехнологій, підприємницької підготовки, компетентнісного підходу та освітньої політики Китайської Народної Республіки.

Виявлено, що розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів активно досліджується у китайському та зарубіжному академічному дискурсі, але, насамперед, шляхом інтеграції інноваційної та підприємницької освіти, організації спеціалізованого освітнього середовища, використання проєктного навчання, цифрової трансформації освітнього процесу та конвергенції освіти з виробництвом. Українська педагогіка також досліджує відповідні питання, але, передусім, у рамках окремих освітніх профілів – економіки, педагогіки, інформаційних технологій, мистецтва, сфери послуг, бізнесу, економіки тощо. Виявлено, що бракує досліджень розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх фахівців цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, а в Україні переважно досліджують формування меіаграмотості та медіакомпетентності.

Обґрунтовано, що у випадку цифрових медіатехнологій підприємництво у КНР є природно інтегрованим, а розвиток підприємницьких компетентностей здійснюється не у рамках окремої навчальної дисципліни, а радше комплексною підготовкою: від створення медіапродукту до його просування, юридичної реєстрації та комерціалізації.

На основі системного аналізу та узагальнення наукових джерел виокремлено та схарактеризовано сучасні тенденції розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

Узагальнено сутність переходу від «екзаменаційного» до «ринкового» способу навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР. Виявлено та схарактеризовано суперечності сучасних тенденцій розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, що суттєво уповільнюють позитивний вплив виокремлених тенденцій.

На основі аналізу наукових джерел уточнено та сформульовано ключові поняття досліджуваного питання: «вищі професійні коледжі КНР»; «цифрові медіатехнології»; «компетентність / професійна компетентність»; «підприємницька компетентність»; «розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій» тощо. Здійснено порівняльну характеристику сутності поняття підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, представлену у наукових дослідженнях КНР, України, країн Європи та США.

Підприємницьку компетентність майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у КНР потрактовано як інструмент національного розвитку та професійної зайнятості, державний пріоритет масштабованого розвитку в пріоритетній системі – цифрових медіатехнологій – шляхом комерціалізації продукт-контенту, швидкого виходу на ринок тощо; як комплекс особистісно-ділових якостей, що виявляються у спеціальній моделі поведінки.

На основі аналізу наукових джерел виокремлено компоненти та показники підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР: мотиваційно-ціннісний, когнітивний, креативно-діяльнісний, комунікативно-управлінський, рефлексійно-корекційний. Виокремлені компоненти та показники підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій відповідають державотворчій, практико-орієнтованій моделі підготовки у вищих професійних коледжах КНР.

РОЗДІЛ 2

ДОСВІД РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ ЦИФРОВИХ МЕДІАТЕХНОЛОГІЙ У ВИЩИХ ПРОФЕСІЙНИХ КОЛЕДЖАХ КНР

2.1. Формування цілеспрямованої позитивної мотивації до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР

Вивчення досвіду розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР вирішено здійснити шляхом аналізу відповідних умов зазначеного процесу.

Варто зазначити, що поняття педагогічних умов як ключового притаманне саме українському контексту досліджень. Приміром, у площині вивчення формування чи розвитку підприємницької компетентності – педагогічні умови формування вказаної компетентності керівників закладів освіти (Мелеш, Скрипинець, Чепелюк, 2023), майбутніх художників-виконавців (Шестерікова, 2023) та ін. При цьому педагогічні умови розглядаються системно: у сукупності 3–5 основних позицій, кожен з яких обґрунтовано та експериментально перевірено окремо. Натомість, у китайських дослідженнях традиційно аналізують конкретні умови без окреслення педагогічності, наприклад особливості створення цифрових навчальних ресурсів в умовах подвійного плану (Jian Dong et al., 2024) та ін. Надалі у дослідженні будемо орієнтуватися на українські традиції виокремлення та обґрунтування певних педагогічних умов питання, що вивчаємо.

Отже, узгоджуючи сучасні тенденції розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР (освітньо-політична; впровадження моделі «виробництво ↔ освіта»; цифрова трансформація освітнього процесу;

впровадження програми «1+X» та мікрокваліфікації; застосування проєктно-орієнтованого та міждисциплінарного підходів; модернізація системи оцінювання успішності) із компонентами та показниками досліджуваного явища (мотиваційно-ціннісний; когнітивний; креативно-діяльнісний; комунікативно-управлінський; рефлексійно-корекційний), визначеними та схарактеризованими у попередньому розділі дисертації, виокремлюємо такі педагогічні умови вказаного процесу:

1. Цілеспрямована позитивна мотивація до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

Аспекти мотивації та прийняття, зокрема технологій у формуванні цифрової ефективності у сфері економіки досліджували О. Канашина, А. Мехрад, О. Крупський (Канашина та ін., 2025). Стимулювання навичок застосування комп'ютера у студентів КНР вивчено Xuehua Zhang (Xuehua Zhang, 2019).

2. Удосконалення змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

Аналіз останніх досліджень і нормативних документів засвідчує активізацію наукового дискурсу щодо модернізації професійної освіти КНР у контексті цифрової трансформації, інтеграції з індустрією та оновлення змісту підготовки фахівців цифрового профілю. Теоретичне обґрунтування соціального партнерства як механізму модернізації професійної освіти подано у працях Yanziye Wei та Chenxue Ren (Yanziye Wei & Chenxue Ren, 2025), а також Jingwen Shao (Jingwen Shao, 2024). Емпіричний вимір цієї проблематики розкрито у статті Yaning Chen, Shisen Li, Rui Chen (Yaning Chen et al., 2025), де доведено позитивний вплив інтеграції освіти й індустрії на якість працевлаштування випускників. Проблематика цифрової трансформації професійних коледжів комплексно представлена у роботах Ma Xinyan, Chen Meirong, Diao Junfeng (Ma Xinyan et al., 2025), а також у дослідженні Wang Zhiqiang, Zhang Guangqiu (Wang Zhiqiang & Zhang Guangqiu, 2023). У

контексті спеціальності «Цифрові медіатехнології» окрему увагу приділено застосуванню штучного інтелекту в освітньому процесі (Lie Shan, 2025).

Вагомою частиною сучасних досліджень є розвиток кадрового потенціалу. Shaoqin Lu (Shaoqin Lu, 2022) обґрунтовує модель формування «подвійно кваліфікованих» викладачів як умову ефективної інтеграції освіти й виробництва, тоді як Yang Zhenzhen (Yang Zhenzhen, 2024) аналізує шляхи підвищення цифрової грамотності педагогів у контексті цифрової трансформації освіти. Доповнює цей напрям дослідження Wu Hongmin (Wu Hongmin, 2025), присвячене викликам і стратегіям створення цифрових підручників та інтерактивних навчальних ресурсів у професійній освіті. Окремий аспект модернізації змісту підготовки представлено у праці Tian Lingfang, Xie Zhikun, Li Xia, He Chunlian (Tian Lingfang et al., 2025), де розглянуто інтеграцію ідеологічно-політичної освіти у курс «Англійська мова для цифрових медіатехнологій».

Таким чином, сучасні дослідження в КНР охоплюють широке коло питань. Водночас аналіз наукових праць засвідчує, що більшість із них зосереджені на окремих аспектах модернізації, тоді як комплексні теоретико-методичні моделі системного оновлення змісту підготовки бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР залишаються недостатньо розробленими.

3. Використання інноваційних форм та методів у зазначеному процесі.

Інновації у викладанні студентам закладів вищої освіти, зокрема вищих професійних коледжів у КНР досліджено у напрямі: проведення професійних курсів цифрових медіатехнологій (Dongmei Guo, 2020) та ієрархічного викладання курсів інформаційних технологій навчання (Guifang Ma, 2020), загалом підприємницької освіти (Hong Wei & Wang Dong, 2021; Yutong Wang & Ying Ma, 2022), інтеграції виробництва та освіти (Ronghua Zhou et al., 2024; Yijun Lv et al., 2021; Liu Fangtao, 2020; Zhang Xiaohua, 2021; Haijiao Chen et al., 2022; Hu Jie & Zhang Ling, 2023; Yahong Xie, 2020), розвитку творчих

комп'ютерних здібностей (Xue Bai, 2018; Shan Lu & Zhi Haidai, 2019), організації медіасередовища (Li Yangrong, 2019; Zhang Xiaohua, 2019; Haijiao Chen et al., 2022; Yan Liu, 2019), систематизації робочого процесу (Guo Shanshan & Peng Yuyu, 2023) та ін. Окремі напрями досліджень щодо інновацій у викладанні для студентів вищих професійних коледжів у КНР дотичні особливостей застосування сучасних технологій навчання: інформаційно-орієнтованих (Rong Yi & Xue Zitao, 2021), інформаційних (Biaocai Huang, 2019; Guifang Ma, 2020; Xiao Jiao Wen, 2018; Feng Jie, 2019; Xuehua Zhang, 2019; Changjun Wang, 2018; Shen Jiaodi, 2024), цифрових (Li Hua & Li Zipeng, 2023), комп'ютерних мережевих (Wang Yixin & Zhang Ming, 2020), технологій віртуальних машин (Yan Liu, 2019), штучного інтелекту (Lai Yusi, 2023), STEM-освіти (Zhitong Zhou, 2018), ситуційно-орієнтованих (Guo Shanshan & Peng Yuyu, 2023) та ін. Для удосконалення системи викладання у вищих професійних коледжах КНР здійснено дослідження необхідності та стратегії створення центрів розвитку викладачів (Zhao Dongxia, 2023) та побудови команди викладачів подвійної кваліфікації (Xia Xiaotian & Tang Juan, 2020; Qian Zhang, 2019) та ін.

Як бачимо, найдосліджуванішими інноваціями у викладанні студентам вищих професійних коледжів у КНР є питання інтеграції виробництва та освіти, організації освітнього медіасередовища, особливостей застосування сучасних технологій навчання, передусім інформаційних технологій навчання, що синонімічно представлені, як технології інформаційно-орієнтовані, цифрові, комп'ютерні мережеві, віртуальних машин та штучного інтелекту.

Незначна кількість досліджень присвячена загальним спрямування методів навчання студентів вищих професійних коледжів у КНР: у сучасному медіаосвітньому середовищі (Zhang Xiaohua, 2019; Yan Liu, 2019), розвитку навичок комп'ютерного мислення (Chuanjun Chen, Shijun Zheng & Bo Li, 2020) та ін. Поодинокі дослідження висвітлюють конкретні методи навчання: метод CDIO (Xu Mengxi & Wu Xiaobin, 2022), «Захід» (Xuyan Wang et al., 2024), мультимедіації (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022) та ін. Конкретним формам та

засобам навчання студентів вищих професійних коледжів також приділена увага науковців КНР, зокрема способам створення онлайн-навчальних (Bao Yingding, 2020) чи цифрових навчальних ресурсів (Jian Dong et al., 2024); змішаного формату навчання (Guo Shanshan & Peng Yuyu, 2024), застосування мікрокурсів (Junhong Chen, 2019) та ін.

Обґрунтуємо кожен із виокремлених педагогічних умов розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

Впровадження цифрових технологій у виробництво та повсякденне життя суттєво змінює ринок праці, відносини між віковими групами, сферами діяльності та формами організації виробництва та зайнятості, вимагаючи нових навичок та компетенцій у працівників. Цифрові навички стають надзвичайно важливими як для працівників, так і для роботодавців. Керівникам та спеціалістам потрібні знання з пошуку, фільтрації, систематизації, оцінки та аналізу значних обсягів даних, цифрового контенту та інформації. Характерною рисою сучасної праці є зміщення традиційних рамок професійної діяльності, посилення ролі індивідуальних професійних характеристик та компетентностей (Albashiry Nabeel Mohsin, Haifa Belhadj & Mohammad Al-Smadi, 2024; Bitakou et al., 2023; Ду Цзінсюй, 2018; Ду Цзінсюй, 2020). Отже, професійна діяльність сучасного працівника у сфері цифрових медіатехнологій стає дедалі специфічнішою, що необхідно враховувати при впровадженні нових форм мотивації.

Передусім, з'ясуємо сутність педагогічного поняття цілеспрямованої позитивної мотивації студентів до навчання та розвитку.

Проблема мотивації в навчальній діяльності, зокрема у закладах вищої освіти, є однією з ключових у педагогіці та педагогічній психології. В епоху сучасних трансформацій в освітніх системах, зростання ролі компетентнісного підходу та зосередження на особистісному розвитку здобувача вищої освіти, концепція позитивної мотивації як фактору ефективного навчання, саморозвитку та професійного формування набуває особливого значення

(Канашина та ін., 2025, Bykov et al., 2020; Xu Mengxi & Wu Xiaobin, 2022; Wang Jianhua, 2021). Мотивацію до навчання потрактовано як систему внутрішніх і зовнішніх стимулів, що визначають активність студента, спрямованість його дій та стабільність пізнавальної поведінки (Канашина та ін., 2025). У педагогічному підході мотивація слугує внутрішнім регулятором процесу навчання, забезпечуючи перехід від зовнішніх впливів до внутрішньої потреби в навчанні (Канашина та ін., 2025; Biaocai Huang, 2019). Мотивація визначає, чи стає навчання формальним обов'язком чи сприйнятою цінністю для студента (Xuehua Zhang, 2019).

Мотивація в освітньому процесі, зокрема закладів вищої освіти, розглядається як система внутрішніх та зовнішніх факторів, що спонукають здобувача освіти до активної навчальної та пізнавальної діяльності. Позитивна мотивація – це не лише внутрішній психологічний механізм, що активізує пізнавальну діяльність, а й цілісне педагогічне явище, що розвивається шляхом взаємодії майбутніх бакалаврів з освітнім середовищем закладу вищої освіти, викладачем, змістом освіти та соціальним контекстом. Це складна, динамічна система мотивів, потреб, інтересів, цілей та ціннісних орієнтацій; внутрішній механізм, що спонукає студентів до здобуття знань, розвитку навичок та компетенцій. Вона забезпечує стійкий інтерес до навчання, готовність долати труднощі та прагнення до самореалізації. Позитивна мотивація – необхідна умова ефективності освітнього процесу, оскільки навіть найякісніше організоване навчання не дає очікуваних результатів без мотиваційного підґрунтя (Канашина та ін., 2025).

Численні педагогічні дослідження (Xuehua Zhang, 2019; Lijie Hao et al., 2024; Sarva et al., 2023) показують, що високий рівень позитивної мотивації безпосередньо корелює з якістю засвоєння знань, розвитком компетенцій та здатністю застосовувати їх на практиці. Мотивований майбутній фахівець демонструє вищий рівень пізнавальної активності, критичного мислення та рефлексії. Саме позитивна мотивація в педагогіці розглянута як спрямованість особистості на навчальну діяльність, ґрунтовану на позитивних емоціях,

інтересі, відчутті важливості навчального змісту та переживанні успіх, що визначає інтенсивність та стабільність діяльності особистості. Вона формується не примусом чи страхом покарання, а створенням умов для самореалізації та особистісного сенсу в навчанні (Biaocai Huang, 2019).

Як вказано вище, у науковій літературі традиційно розрізняють внутрішню та зовнішню мотивацію (Канашина та ін., 2025; Xuehua Zhang, 2019). Внутрішня мотивація пов'язана з інтересом до самого процесу навчання, когнітивною потребою та прагненням до саморозвитку та особистісного зростання. Зовнішня мотивація виникає внаслідок впливу зовнішніх стимулів – оцінок, матеріальних та інших стимулів, соціального очікування та схвалення, статусних факторів та санкцій (Xuehua Zhang, 2019). Педагогічна практика доводить, що домінування зовнішньої мотивації забезпечує лише короточасну активність, тоді як внутрішня, позитивна мотивація створює умови для тривалого та свідомого навчання студентів. Поєднання обох типів мотивації особливо характерне для систем професійної освіти, що вимагають педагогічно збалансованого управління мотиваційними процесами (Канашина та ін., 2025; Xuehua Zhang, 2019).

Внутрішня позитивна мотивація до навчальної діяльності та розвитку компетентностей майбутніх бакалаврів ґрунтується на: а) усвідомленні важливості дії; б) досвіді успіху; в) відчутті автономії та самореалізації. Зовнішня – характеризується системністю та педагогічним контролем, передбачає створення освітнього середовища, в якому студент: а) усвідомлює практичну цінність знань; б) має можливість вибору; в) отримує підтримку у реалізації власних ініціатив (Xuehua Zhang, 2019).

У контексті підприємницької освіти мотивація стає ключовим фактором переходу від репродуктивного навчання до проєктного підходу (Ronghua Zhou et al., 2024).

Як педагогічне явище, позитивна мотивація характеризується: а) усвідомленням навчальних цілей (когнітивний компонент); б) внутрішнім прийняттям навчальної діяльності, виявом особистісної значущості навчання

для майбутнього професійного та життєвого самовизначення (ціннісно-смисловий компонент); в) готовністю до активної, самостійної та відповідальної навчальної діяльності (поведінковий компонент); г) емоційно позитивним переживанням, ставленням, інтересом до процесу навчання та задоволенням його результатів (емоційний компонент). Взаємодія цих компонентів забезпечує цілісність мотиваційної сфери майбутніх фахівців (Канашина та ін., 2025; Biaocai Huang, 2019).

Варто також зазначити, що позитивна мотивація до навчання та розвитку майбутніх бакалаврів виконує низку важливих педагогічних функцій: а) мотиваційну, що активізує пізнавальну діяльність; б) регулювальну, що спрямовує поведінку та зусилля здобувачів вищої освіти; г) розвивальну, що сприяє розвитку самостійності та відповідальності; ґ) ціннісну орієнтацію, що формує ставлення до навчання як особистісної цінності (Канашина та ін., 2025).

Отже, загалом цілеспрямована, позитивна мотивація майбутніх бакалаврів до навчальної діяльності є системним фактором, що формує ефективність освітнього процесу у вищих професійних коледжах КНР. Вона, поєднуючи внутрішні та зовнішні мотивації, забезпечує усвідомлене ставлення студентів до навчання, стійкий інтерес до пізнавальної діяльності та готовність до професійного та особистісного саморозвитку. Тому формування позитивної мотивації майбутніх бакалаврів слід вважати одним із пріоритетних завдань сучасної вищої освіти.

Мотивація чинних працівників у сфері цифрових медіатехнологій до розвитку підприємницької компетентності – це процес створення умов, за яких працівники можуть реалізувати свої цінності, потреби та потенціал, і що активно впливають на цілеспрямовані зміни поведінки. У контексті цифровізації економіки особливо важливими є методи мотивації працівників до набуття цифрових навичок та компетентностей та їх впровадження в цифрові технології. У дослідженнях (Erpenbeck & Von Rosenstiel, 2017; Визначення та виділення компетенцій, 2001) представлено перелік цифрових

навичок та компетенцій, обґрунтовано потенційне використання гейміфікації для залучення персоналу, а також розроблено заходи для мотивації покоління Z до оволодіння та використання цифрових навичок для підвищення ефективності роботи. Особливу увагу приділено характеристикам керівництва та співробітників – «прихованих чемпіонів» (Erpenbeck & Von Rosenstiel, 2017).

Питання цілеспрямованої, позитивної мотивації до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР наразі є надзвичайно актуальним із взаємопов'язаних причин – виокремлених у першому розділі дослідження тенденцій: освітньо-політичної як державно керованої трансформації бакалаврської освіти в інноваційно-підприємницьку модель; впровадження моделі «виробництво ↔ освіта»; цифрової трансформації освітнього процесу засобами EdTech-підходу; впровадження програми «1+X» (диплом + галузеві сертифікати) та мікрокваліфікації; застосування проєктно-орієнтованого та міждисциплінарного підходів; модернізації системи оцінювання успішності для проєктування кар'єрних шляхів.

Обґрунтуємо необхідність цілеспрямованої позитивної мотивації до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР відповідно до виокремлених тенденцій.

Так, щодо першої тенденції – освітньо-політичної як державно керованої трансформації бакалаврської освіти в інноваційно-підприємницьку модель – то у контексті актуальності цілеспрямованої позитивної мотивації цього процесу, зазначимо, що оновлений Закон Китайської Народної Республіки про професійну освіту (VELC, 2022) підсилює логіку узгодження професійної освіти з економічними потребами, підкреслюючи практичність та співпрацю з підприємствами, створюючи таким чином інституційний попит на компетенції, що безпосередньо перетворюються на зайнятість / самозайнятість та реалізацію проєктів.

У сучасному контексті глобальної соціально-економічної трансформації освіта розглядається не лише як інструмент передачі знань, а й як стратегічний ресурс національного розвитку. Система вищої професійної освіти КНР, орієнтована на підготовку практично-орієнтованих спеціалістів, здатних ефективно працювати на динамічному ринку праці, є особливо важливою в цьому контексті. У КНР вищі професійні коледжі відіграють ключову роль у реалізації державної стратегії економічної модернізації, розвитку інновацій та підвищенні конкурентоспроможності людського капіталу. Водночас ефективність спеціалізованої освіти значною мірою залежить від рівня та характеру освітньої мотивації студентів. На мотивацію студентів вищих професійних коледжів КНР впливає поєднання культурних традицій, соціально-економічних факторів, особливостей освітньої політики та специфіки організації навчального процесу (Li Hua & Li Zipeng, 2023).

У 2025 р. науковим аналізом політики китайської професійної освіти (Gábor & Huang Min, 2025; Junxiu Liu, 2025; Yanziye Wei & Chenxue Ren, 2025) вказано на державний порядок денний модернізації системи, «промислової інтеграції» та побудови «суспільства кваліфікованих працівників», адже зростає інтерес до шляхів підприємництва як засобу комерціалізації прикладних навичок. Саме вищі професійні навчальні заклади є ключовою ланкою у реалізації цієї політики (Xia Xiaotian & Tang Juan, 2020; Jian Dong et al., 2024; Qian Zhang, 2019), особливо в контексті «Плану подвійної вищої освіти» (Zhenghua Wang, 2024; Ministry of Education: Five Major Tasks to Deepen the Reform of Key Elements in Vocational Education Teaching [FMT-VET], 2026). Це характеризує реалізацію ще однією, виокремленої, тенденції досліджуваного процесу: впровадження програми «1+X» (диплом + галузеві сертифікати) та мікрокваліфікації.

Тобто, вищі професійні коледжі КНР зосереджені на підготовці майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій практичного профілю, з чітким зв'язком із потребами економіки та промисловості країни. Навчальні програми цього профілю є практичними та тісно інтегрованими з бізнесом та

ринком праці. Ця модель освіти сприяє прагматичному підходу до навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, де цілеспрямована позитивна мотивація часто ґрунтується на очікуванні майбутнього працевлаштування, соціальної стабільності та професійного розвитку. Державна політика у КНР активно стимулює розвиток професійної освіти як інструменту соціально-економічного розвитку країни. Програми підтримки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, можливості працевлаштування та участь у проєктах і конкурсах створюють міцну зовнішню позитивно-мотиваційну основу. Водночас, гостра конкуренція та високі соціальні очікування можуть призвести до домінування інструментальної мотивації, що вимагає педагогічних коригувань від вищих професійних коледжів КНР.

Водночас виявлено проблеми досліджуваного контексту. Так виявлено, що бракує:

- конкретних моделей формування підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, у котрих підприємництво було тісно пов'язане із креативністю, продуктом, платформами, авторським правом та монетизацією контенту тощо;
- чітких рішень для формування позитивної мотивації: засобами дизайн освітнього середовища, наставництва, конкурсів чи інкубаторів, проєктів із реальними клієнтами, портфоліо, студентських спільнот тощо;
- достовірних критеріїв та показників для вимірювання змін у мотивації, тобто намірах, пов'язаних із підприємницькою компетентністю та креативністю, хоча цей напрям досліджень активно проводять у вищій освіті КНР.

Отже, питання цілеспрямованої позитивної мотивації майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій до розвитку підприємницької компетентності у вищих професійних коледжах КНР є не випадковим, а системним для впровадження державних ключових показників ефективності (KPI) для ЗВО.

Наступна тенденція розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – впровадження моделі «виробництво ↔ освіта» – у контексті цілеспрямованої позитивної мотивації цього процесу пояснимо тим, що цифрові медіа характеризуються низьким порогом входу та високим попитом на незалежне підприємництво. Технології цифрових медіа (мультимедіа, інтерактивність, VR / AR, виробництво контенту, дизайн, ігри / анімація), до виробництва яких готують указаних фахівців, зосереджені на споживчих продуктах, що можуть бути легко впроваджені фрілансерами / мікропідприємствами чи студіями / стартапами. Тому ця сфера характеризується працевлаштуванням на основі проєктів, швидкими циклами «ідея → MVP → монетизація» та комерціалізацією креативності засобами платформ та екосистем (Liu Fangtao, 2020; Zhang Xiaohua, 2021; Haijiao Chen et al., 2022; Hu Jie & Zhang Ling, 2023), що проаналізовано раніше.

Система вищих професійних коледжів КНР зосереджена на тісному зв'язку освіти з потребами ринку праці. Державна політика активно підтримує інтеграцію освіти з підприємництвом у навчальних програмах, а також створення інкубаторів, хакатонів та стартап-лабораторій у вищих професійних коледжах (Rong Yi & Xue Zitao, 2021). Підприємництво у КНР стало механізмом працевлаштування та підвищення мобільності випускників: у науково-аналітичних джерелах підкреслено зв'язок між навчальними компетентностями, працевлаштуванням та промисловою інтеграцією (Ronghua Zhou et al., 2024; Yijun Lv et al., 2021; Yahong Xie, 2020). У цьому контексті підприємництво розглянуто не лише як «стартап-романс», а й як інструмент для підвищення зайнятості, зокрема, самозайнятості, засобами невеликих команд, аспірантури та мікропідприємств у сфері послуг (Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024).

Тому підприємницькі навички є не «додатковим елементом», а радше фундаментальним інструментом, що забезпечує професійну стабільність

випускників цифрових медіа, усвідомлення чого – цілеспрямована позитивна мотивація вказаного процесу.

Щодо наступної тенденції розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – цифрової трансформації освітнього процесу засобами EdTech-підходу, то маркетинг нових технологій має першорядне значення для молодих студентів, які поєднують свої ролі активних користувачів цифрових інновацій з поінформованими споживачами. Численні дослідження (Толмач, 2021; Bejinaru, 2019; Jian Dong et al., 2024) підкреслюють їхню вирішальну роль у покращенні процесів візуалізації, сприянні інтеграції освітнього контенту та підвищенні залученості студентів – фактори, що комплексно забезпечують підвищення академічної успішності та загальної задоволеності. У статті О. Канашиної, А. Мехрада, О. Крупського (Канашина та ін., 2025), наприклад, розглянуто специфічне сприйняття доповненої реальності (AR) молодими користувачами та її трансформаційний потенціал в освітніх умовах. Центральне питання цього дослідження: як мотивація студентів формує їхнє сприйняття корисності AR для збагачення освітнього досвіду? Крім того, чи призводить використання AR-додатків до підвищення ефективності та задоволеності навчальними матеріалами? Автори емпірично протестували розширену модель прийняття технологій (ETAM) з додатковими конструкціями, що стосуються безпосередньо використання доповненої реальності в освітніх умовах. Це дозволило емпірично перевірити ініціативи мобільного навчання. На основі масштабного дослідження студентів університетів було використано моделювання структурних рівнянь із частковими найменшими квадратами для виявлення зв'язків між особистою мотивацією, очікуваннями, простотою використання, сприйнятою корисністю, ставленням до інструментів доповненої реальності (AR) та наміром впровадити ці технології. Отримані результати є показовими: мотивація студентів виявляється ключовим фактором, який значно підвищує сприйняття простоти використання, що, у свою чергу, формує позитивне

ставлення до інструментів доповненої реальності (AR) та зміцнює наміри використовувати інноваційні технології. Водночас, зв'язки між очікуваннями, сприйнятою корисністю та ставленням до доповненої реальності розкривають складні механізми, що потребують подальшого поглибленого аналізу. Результати дослідження констатували роль впливу доповненої реальності на поведінку користувачів: як імерсивні технології формують поведінку споживачів у динамічному секторі освіти (Bejinau, 2019; Lai Yusi 2023). Зауважимо, що імерсивні технології – це інноваційні рішення, що створюють ефект повного або часткового занурення у віртуальний або доповнений цифровий світ, дозволяючи взаємодіяти з ним так, ніби він реальний, використовуючи зір, звук і дотик. До них належать VR (віртуальна реальність), AR (доповнена реальність), MR (змішана реальність) і 360-градусний контент, що використовується в іграх, освіті, симуляціях, мистецтві, архітектурі та маркетингу (Yan Liu, 2019).

Також здійснено аналіз освітніх програм (BDMT-ZUST, 2025; BEng DMT-XJTLU, 2025; BSc DMT-BIFCA, 2025) та навчальних планів (Teaching Standards for the Digital Media Technology Major (Higher Vocational Undergraduate Education) [TSDMT-HVU], 2025; Talent Training Program for the Digital Media Technology Major [TTP-DMT], 2024) підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій до розвитку підприємницької компетентності у вищих професійних коледжах КНР із позиції цілеспрямованої позитивної мотивації у напрямі освітньо-політичної трансформації, впровадження моделі «виробництво ↔ освіта», цифрової трансформації освітнього процесу засобами EdTech-підходу тощо.

Здійснений аналіз дозволив зробити такі висновки:

1. У вищих професійних коледжах КНР розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій відбувається не лише на рівні студентської психології, але й як керована система стимулів та умов, створених політикою → стандартами → закладами вищої освіти на рівні:

а) ціннісно-сміслової легітимізації, за якої навчання розглянуто як шлях до соціально значущої самореалізації в цифровій медіаекономіці;

б) інструментальної релевантності, тобто прямого зв'язку між дисциплінами та зайнятістю, стартап-діяльністю;

в) сприятливого освітнього середовища шляхом організації конструктивного стажування, діяльності галузевих наставників, організації участі у реальних цифрових медіапроектах тощо;

г) керованого циклу «успіх ↔ досвід» засобами участі та перемоги у цифрових мікропроектах, портфолію, публічних захистах.

2. Унаслідок указанного вище у навчальних планах (TSDMT-HVU, 2025) та робочих програмах (Syllabus of Disciplines, Specialty «Digital Media Technologies» [SD-DMT], 2025) зроблено значущий акцент на організації практики, застосуванні проєктного навчання, налагодження зв'язків із базами виробництва та організації подвійного наставництва. Отож, цілеспрямована позитивна мотивація до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР ґрунтована на чотирьох основних концепціях:

а) нормативно-правового забезпечення шляхом втілення у навчальних планах та робочих програмах ідеї модульного дизайну та проєктного навчання;

б) автономії, що виявлена у виборі вищими професійними коледжами конкретної мети, теми, засобів, ротаційних модулів, шляхів реалізації цифрових медіапроектів;

в) стимулювання розвитку підприємницької компетентності шляхом застосування інноваційних форм та методів навчання: спеціальної організації практики, застосування портфолію, публічного захисту, MVP, оприлюднення цифрової медіапрезентації тощо;

г) надання переваги формування ділової комунікативності – навчальної інтеракції засобами командних форматів, зв'язків із цифровими

медіакомпаніями та галузевими менторами, організація навчальної роботи у цифрових медіастудіях чи проєктах.

Посиленню цілеспрямованої позитивної мотивації до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР сприяє створення так званої «спіралі підприємницької логіки»: завдання підприємницького характеру повторюється кожні 2–3 семестри в різних навчальних дисциплінах професійного спрямування (наприклад, створення цифрового медіаконтенту, чи користувацького інтерфейсу, долучення до управління проєктами тощо). Цілеспрямована позитивна мотивація до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР підтримується специфікою оцінювання. Це пояснюється розумінням того, що якщо оцінювання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій переважно академічне, то мотивація залишається зовнішньою і недостатньою. Тому здійснюється спеціальне оцінювання цифрових медіапродуктів студентів (MVP, портфоліо, презентація, аналіз дослідження користувачів медіа тощо), як результатів виконання навчального завдання засобами впровадження презентаційних (демонстраційних) днів та залучення зовнішніх експертів для оцінювання завдання. Справжнє підприємництво вимагає інкубації, наставництва, юридичної та інтелектуальної підтримки, а також доступу до клієнтів. Тобто, ефективність цілеспрямованої позитивної мотивації до розвитку підприємницької компетентності зростає з переходом від традиційного бального оцінювання до системи оцінювання у процесі наскрізної (спіральної) інтеграції підприємницьких практик, формування підприємницького, міждисциплінарного мислення, що відповідає логіці державних реформ інноваційної та підприємницької освіти.

Основний позитивний аспект описаної цілеспрямованої позитивної мотивації до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР закріплено

участю у спеціально організованих стажуваннях та навчанні. Це підвищує ймовірність стабільної внутрішньої мотивації шляхом набуття досвіду успіху та очевидного споглядання (психологічного та матеріального відчуття) актуальності навчання.

Водночас констатовано задокументовані проблеми розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, а брак цілеспрямованої позитивної мотивації вказаного процесу – один із ключових недоліків. Виявлено ризик певної підприємницької обмеженості: якщо впроваджено єдиний, основний навчальний курс, що безпосередньо формує та розвиває підприємницьку компетентність майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій без міждисциплінарного, системного підходу, короткий (наприклад, 22 години, як у Піндіншаньському політехнічному коледжі (Talent Training Program for the Digital Media Technology Major [TTP-DMT], 2025), Гуандунському Наньхуа професійному коледжі промисловості та комерції (Guangdong Nanhua Vocational College of Industry and Commerce [GNVCIC], 2025), Хунаньському професійно-технічному коледжі нафтохімічної промисловості (Hunan Petrochemical Vocational and Technical College [HPVTC], 2025)), компетентність у студентів може залишатися на рівні ознайомлення, а не сталої поведінки.

Огляди та емпіричні дослідження розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів у китайських закладах вищої освіти (з особливим акцентом на вищі професійні коледжі) безпосередньо описують типові проблеми: розрив між теорією та практикою (Zhang Xiaohua, 2021); недостатня інтеграція з основною спеціалізацією (Ronghua Zhou et al., 2024); проблеми з освітнім середовищем чи ресурсами (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022); нерівномірна якість впровадження (Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024).

Окрема тенденція спостерігається щодо цифровізації освіти для розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів (платформи, цифрові інструменти, середовища тощо), адже навіть за наявності платформ

ключовою конкретною проблемою залишається бажання та внутрішня відданість студентів роботі на основі підприємницької логіки (Rong Yi & Xue Zitao, 2021). Цілеспрямована позитивна мотивація розвитку підприємницьких компетентності у такому випадку є вирішальною, адже збільшує перенесення знань у поведінку (від «знань» до «дії»: тестування ніш; спілкування з клієнтами; розрахунок економіки одиниць; створення портфоліо кейсів) (Li Hua & Li Zipeng, 2023), а також зменшує «формальність» курсів із підприємництва, де діяльність спрямована виключно на отримання оцінки чи сертифіката (Wang Yixin & Zhang Ming, 2020). Останній пункт – пряме підтвердження значущості цілеспрямованої позитивної мотивації до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР у напрямі реалізації ще однієї виокремленої тенденції: модернізації системи оцінювання успішності для проєктування кар’єрних шляхів.

З метою узгодження із результатами здійсненого теоретичного аналізу та виокремлення засобів і власне мотивів цілеспрямованої позитивної мотивації до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР проведено анкетування, опитування та інтерв’ювання 228 студентів 2–3 курсів Піндіншаньського вищого політехнічного коледжу, Гуандунського Наньхуа професійного коледжу промисловості та комерції, Хунаньського професійно-технічного коледжу нафтохімічної промисловості (КНР). Було сформульовано два основні питання анонімного письмового анкетування та перехресного (аналогічного) опитування та інтерв’ювання: «Які види аудиторної та позааудиторної навчальної роботи позитивно мотивують (спонукають, сприяють) Ваше прагнення до підприємницької діяльності?» та «Для чого Вам розвивати підприємницьку компетентність?». Спершу отримані письмові відповіді було проаналізовано та згруповано, узагальнюючи для скороченого варіанту подальшого опитування та інтерв’ювання. У результаті було узагальнено, що навчальний інтерес у майбутніх бакалаврів викликали

конкурси стартапів, проєкти «Мій майбутній бізнес», груповий проєкт «Інноваційний сайт успішного підприємця», виконання завдання на практиці для клієнтів з розробки стартової сторінки у соціальних мережах тощо. У письмових відповідях на друге питання майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій зазначили, що вказані види навчальної роботи спонукали їх відчуття подальшої гарантованої професійної самореалізації, що сприятиме зміцненню їхнього соціального статусу. Переважно (68,42 %) студенти зазначили, що тоді вони не підведуть свою родину і виправдають кошти, витрачені на їхню вищу освіту.

Таким чином, до найефективніших засобів цілеспрямованої позитивної мотивації до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР на основі аналізу наукових джерел та емпіричного матеріалу, зараховано:

- технології проєктного навчання;
- міждисциплінарні медіапроєкти;
- співпраця з реальними клієнтами;
- участь у стартап-конкурсах та програмах (рис. 2.1).

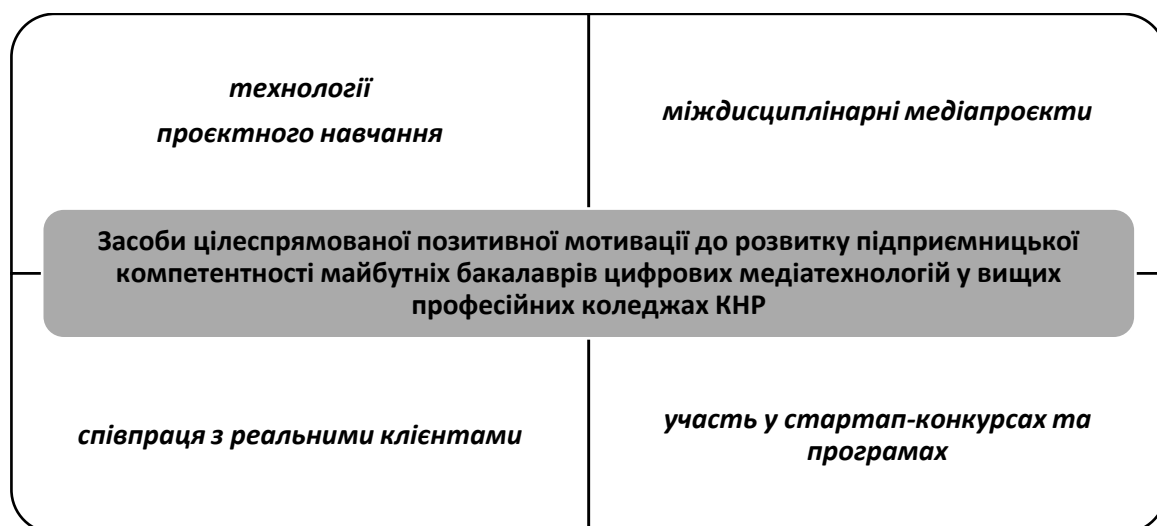


Рис. 2.1. Засоби цілеспрямованої позитивної мотивації до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР*

**виокремлено та змодельовано автором*

Такий підхід сприяє розвитку у студентів почуття професійної значущості та відповідальності за результати власної діяльності. Аналітичне дослідження показало, що цілеспрямована, позитивна мотивація є ключовою педагогічною умовою розвитку підприємницьких компетенцій майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР. Це сприяє переходу від формального отримання знань до активної підприємницької діяльності, орієнтованої на інновації та самореалізацію. Мотивація студентів у КНР значною мірою формується традиційними цінностями, такими як повага до освіти, соціальна відповідальність, орієнтація на досягнення та спільне благо. Освіта розглядається не лише як особистий вибір, а й як внесок у благополуччя сім'ї та суспільства. Це приводить до високого рівня дисципліни та наполегливості, але водночас може обмежувати розвиток внутрішньої, автономної мотивації.

У результаті здійсненого аналізу теоретичних джерел та емпіричного матеріалу (анкетування, опитування та інтерв'ювання) виокремлено основні цілеспрямовані позитивні мотиви майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій вищих професійних коледжів КНР до розвитку їхньої підприємницької компетентності: професійна самореалізація; гарантія зайнятості; соціальний статус та стабільність; сімейні та суспільні очікування (рис. 2.2).

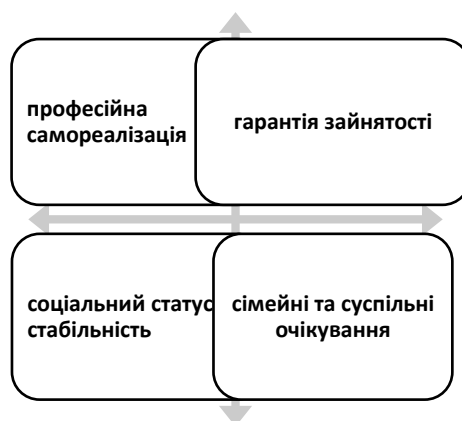


Рис. 2.2. Основні позитивні мотиви майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій вищих професійних коледжів КНР до розвитку їхньої підприємницької компетентності*

виокремлено та змодельовано автором

Отже, формування цілеспрямованої позитивної мотивації розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР є необхідною умовою для сталого розвитку на конкурентних та нестабільних креативних та цифрових ринках. Зазначене сформоване на внутрішніх (професійна самореалізація) та зовнішніх (професійна зайнятість, соціальний та сімейний статуси) позитивних мотивах.

Таким чином, цілеспрямована позитивна мотивація розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР реалізована в певних аспектах.

Державні реформи та правова база після 2022 р. зміцнюють орієнтовану на практику та промисловість модель професійної освіти. Цифрові медіа природним чином мотивують випускників до мікропідприємництва, тобто самозайнятості та швидкої комерціалізації продукції. Дослідженнями підприємницької освіти майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій визначено системні дефіцити впровадження, причому мотиваційний компонент є одним із ключових проблемних аспектів. Цифровізація підприємницької освіти та платформні підходи розвиваються, але без добре сформованої позитивної мотивації вони не дають бажаних результатів, що має бути враховано у підготовці майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

Результати здійсненого аналізу можуть бути використані для вдосконалення навчальних програм, підготовки викладачів та створення освітнього середовища, орієнтованого на мотивацію.

2.2 Зміст навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у контексті розвитку підприємницької компетентності у вищих професійних коледжах КНР

Швидка цифровізація економіки, зростання медіаіндустрії та інтеграція штучного інтелекту у виробничі процеси стимулюють зростання попиту на спеціалістів з цифрових медіатехнологій. У КНР ці тенденції збігаються з масштабними державними реформами професійної освіти, спрямованими на покращення якості освіти, зміцнення зв'язків між професійно-технічними коледжами та підприємствами, розширення практичної актуальності програм та одночасного впровадження інституційної модернізації вищих професійних навчальних закладів (зокрема, завдяки політиці «Подвійного диплому» (TSDMT-HVU, 2025; FMT-VET, 2026) та оновленого Закону «Про професійну освіту» (Changjun Wang, 2018)). У сучасних умовах стрімкої цифровізації суспільства та реалізації стратегічних орієнтирів розвитку освіти, визначених у державних програмах Міністерства освіти КНР (Огляд роботи з цифрової освіти в Китаї, 2024; China Digital Education [CDE], 2020), особливої актуальності набуває проблема вдосконалення змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР. Традиційні підходи до структурування навчальних дисциплін, недостатня інтеграція проєктно-орієнтованого навчання, обмежена взаємодія з індустріальними партнерами та нерівномірний рівень матеріально-технічного забезпечення стримують формування у студентів актуальних цифрових, креативних і підприємницьких компетентностей (Ronghua Zhou et al., 2024; Yaning Chen et al., 2025; Zhenghua Wang, 2024). Сучасні вимоги ринку праці КНР, орієнтованого на розвиток цифрової економіки та інноваційних екосистем, потребують від випускників не лише технічної обізнаності, а й здатності до критичного мислення, командної роботи, управління медіапроєктами та адаптації до швидких технологічних змін (Lijie Hao et al., 2024; Li Xing & Yufeng Diao, 2024; Yaoming Liang et al., 2025). Це актуалізує

необхідність науково обґрунтованого оновлення змісту навчання, його гармонізації з національними кваліфікаційними рамками, професійними стандартами та сучасними тенденціями розвитку цифрових медіа.

Мета цього підрозділу дослідження – на основі системного аналізу нормативних документів, освітніх стандартів, навчальних програм і наукових досліджень обґрунтувати теоретико-методичні засади удосконалення змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР та розробити інтегративно-динамічну модель системного його оновлення в умовах сучасної цифрової трансформації.

Для досягнення поставленої мети передбачено розв’язання таких завдань: проаналізувати нормативно-правові документи та галузеві стандарти КНР, що регламентують підготовку бакалаврів цифрових медіатехнологій; схарактеризувати концептуальні підходи до формування змісту навчання; визначити структурні особливості підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР; виявити можливі суперечності у системі удосконалення змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР; обґрунтувати структурні компоненти інтегративно-динамічної теоретико-методичної моделі системного оновлення змісту підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

Удосконалення змісту майбутніх бакалаврських ступенів з цифрових медіатехнологій у вищих професійних навчальних закладах КНР є складним завданням. Йдеться не лише про оновлення переліку дисциплін чи додавання «трендових» тем (AI, XR, контент, керування даними) (Junhong Chen, 2019), але й про системні зміни: розробку результатів навчання на основі компетенцій, інтеграцію сертифікатів (Dongmei Guo, 2020), впровадження проєктно-орієнтованих траєкторій (Rong Yi & Xue Zitao, 2021), перегляд практики оцінювання та забезпечення якості вищої освіти (Biaocai Huang, 2019; Feng Jie, 2019; Xuehua Zhang, 2019; Shen Jiaodi, 2024), а також масштабування платформ та ресурсів цифрового навчання (Li Hua & Li Zipeng,

2023), особливо, із регіональної точки зору, адже КНР – має значні регіональні відмінності (Guo Shanshan & Peng Yuuyu, 2023).

Оновлення змісту вищих професійних коледжів КНР відбувається в рамках державних стратегій, що наголошують на еквівалентності професійної освіти із загальною освітою, необхідності інтеграції з підприємствами та розвитку висококваліфікованих технічних кадрів (Yuan Gao & Xiao Qin, 2022). Важливим регуляторним елементом є оновлена нормативно-правова база цієї площини, що встановлює рамки для розвитку системи загалом, підвищуючи престиж професійної освіти (Професійний довідник з цифрових медіатехнологій, 2025).

Паралельно КНР впроваджує політику, спрямовану на інституційне зміцнення високорівневих вищих професійних коледжів, що на практиці означає підвищені вимоги до якості програм, викладацького складу, матеріально-технічної бази, партнерства з промисловістю, ефективності прикладних досліджень та трансферу технологій. Навіть якщо окремі зміни змісту освіти зосереджені на патентній чи інноваційній діяльності, вони відображають ширші рамки підвищення якості та промислове значення вищої професійної освіти (Jian Dong et al., 2024).

Додатковим рушійним фактором є цифровізація освіти на національному рівні: держава будує цифрові освітні екосистеми, платформи та ресурси, що опосередковано змінює вимоги до змісту, методів та компетенцій викладачів і студентів (Zhao Dongxia, 2023). Офіційні огляди цифрової освіти Міністерства освіти КНР підкреслюють системний характер цього напрямку. У 2025 р. інтеграція штучного інтелекту (ШІ) в освіту (включаючи навчальні програми та навчальні матеріали) набула дедалі більшого значення, що підвищує важливість перегляду змісту освіти для майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, які працюватимуть у середовищі генеративних технологій, інтелектуального редагування, алгоритмічного проєктування, персоналізації контенту тощо (Zhang Xiaohua, 2019; Yan Liu, 2019).

Отже, для вищих професійних коледжів КНР покращення змісту бакалаврської освіти з цифрових медіатехнологій є відповіддю на поєднання трьох факторів: а) посилення регуляторної професійної освіти; б) реалізації інституційних програм якості («Подвійний диплом»); в) цифровізація та трансформація освіти та промисловості в напрямі ІІІ.

У Державному стандарті освіти спеціалістів бакалаврату з цифрових медіатехнологій (Професійний посібник із цифрових медіатехнологій, 2025) зазначено, що ця спеціальність належить до галузі знань інформатики в категорії електронної інформації, а конкретна професійна кваліфікація (у дипломі – бакалавр із цифрових медіатехнологій): дизайнер комп'ютерної графіки, інженер-програміст, адміністратор комп'ютерної мережі тощо. Термін навчання – 3 роки. Серед загальних компетентностей цієї спеціальності (додаток А) на жаль, не визначено таких, котрі були б орієнтовані на розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

У професійній освіті КНР формування змісту навчання розглядається як ключовий елемент забезпечення високої якості підготовки фахівців, що відповідає вимогам цифрової економіки, промислових стандартів і стратегічних цілей національного розвитку. Згідно із документом про реформу ключових елементів професійної освіти КНР, роль змісту освіти пов'язана із загальною реформою професійної освіти, що спрямована на практичну результативність, адаптивність і безперервне оновлення навчальних програм у відповідь на технологічні зміни та потреби ринку праці (FMT-VET, 2026).

Центральним теоретичним підходом до формування змісту є концепція «Орієнтації на результати навчання» (Outcome-Based Education – OBE), застосування якої поширено в китайських дослідженнях щодо професійних курсів цифрових дисциплін (Yi Wang, 2025). У цьому підході зміст навчання формується не від традиційної структури курсів до підсумкового результату, а від визначених професійних компетентностей та індустріальних вимог, що трансформовані в навчальні модулі, теми та освітні результати. Такий

«обернений дизайн» (reverse design) дозволяє зрівноважити навчальні плани із реальними навичками, що потрібні в цифрових медіаіндустріях, і створює основу для компетентнісно-орієнтованої освіти, де кожен курс, навчальний модуль і практика мають чітко визначені результати.

У контексті освітніх програм вищих професійних коледжів КНР (BDMT-ZUST, 2025; BEng DMT-XJTLU, 2025; BSc DMT-BIFCA, 2025) доцільно виокремити шість блоків професійних компетенцій для майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій як вимог до здатності та готовності працювати у напрямі:

1. Медіатехнології як базової навички, тобто уміння: роботи із фотографією, відео, аудіо; здійснення редагування та постпродакшн; удосконалення кольору, освітлення, композиції; виконання 2D / 3D-графіки та анімації; виконання інтерактивних форматів; роботи з основами веб- чи мобільних платформ.

2. Медіаінженерії – уміння: дотримуватися кодексів та форматів, оптимізації виготовлення медіапродукту тощо; здійснювати цифрове виробництво, конвеєри; брати участь у командній роботі за ролями; керувати версіями та активами; готувати матеріали для різних каналів; інтегрувати медіаінструменти; планувати виробництво.

3. Штучного інтелекту та даних у медіа – здатність: етично та юридично використовувати генеративні інструменти; дотримуватися основних принципів машинного навчання та штучного інтелекту (ML / AI) у медіа, тобто класифікації, рекомендації та синтезу; оптимізувати контент на основі даних.

4. Професійної комунікації та галузевої культури як уміння: здійснювати брифінг (підсумок), презентацію продукту; вести документацію; взаємодіяти з клієнтами; рефлексувати.

5. Правових та етичних основ – уміння: оформлювати та дотримуватися авторського права, ліцензій, персональних даних, етичних аспектів ІІІ, академічної доброчесності.

6. Підприємницьких та інноваційних компетенцій, тобто уміння створювати дизайн продукту; знання основ монетизації, маркетингових метрик; уміння розробки портфолію; готовність до роботи у фріланс / стартап-середовищі.

Отже, підприємницькі компетентності виокремлені окремим пунктом у переліку освітніх програм вищих професійних коледжів КНР для майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. Не зважаючи на те, що розвиток підприємницьких компетентностей посідає у цьому переліку 6-те, крайнє місце, все ж вони передбачені і є обов'язковими.

Цифрові медіатехнології як сфера діяльності поєднують дизайн, аудіовізуальне виробництво, інструменти розробки, інтерактивні платформи та управління життєвим циклом контенту. Тому навчальний зміст підготовки таких спеціалістів має бути побудований не як сума дисциплін, а як система компетенцій, орієнтованих на реальні професійні ролі (дизайнер руху, відеоредактор, 3D-художник, XR-творець, мультимедійний продюсер, молодший спеціаліст із UI / UX, інтерактивний розробник, менеджер технічного контенту тощо) (Shan Lu & Zhi Haidai, 2019). Таким чином, оновлення змісту підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій вищих професійних коледжів КНР має відображати перехід від переліку програм до результатів навчання, що визначають здатність студентів виконувати професійні завдання у виробничих умовах.

Аналіз навчальних планів підготовки майбутніх бакалаврів спеціальності «Цифрові медіатехнології» у вищих професійних коледжах КНР (TSDMT-HVU, 2025; Introduction to the Digital Media Technology Major [IDMTM], 2023; Teaching Standards for the Printing Media Technology Major (Secondary Vocational Education) [TSPMT-SVE], 2017; Teaching Standards for the Printing Digital Graphic Technology Major (Higher Vocational Junior College Education) [TSPDGT-HVJC], 2017; Teaching Standards for the Digital Media Technology Major (Higher Vocational Junior College Education) [TSDMT-HVJC], 2025), зокрема Піндіншаньського вищого політехнічного коледжу

(Додаток В.1) (TTP-DMT, 2025), Гуандунського Наньхуа професійного коледжу промисловості та комерції (додаток В.2) (GNVCIC, 2025), Хунаньського професійно-технічного коледжу нафтохімічної промисловості (HPVTC, 2025) дозволив констатувати, що, узагальнено, розвитку їхньої підприємницької компетентності сприяє вивчення таких дисциплін:

1. Загального, базового курсу обов'язкового переліку, що безпосередньо забезпечують указаний напрям підготовки: «Інноваційна та підприємницька освіта», «Розвиток кар'єри та профорієнтація».

Сюди ж зараховуємо і такі дисципліни, що непрямо стосуються цього аспекту підготовки:

а) «Освіта з питань психічного здоров'я студентів», оскільки формування стресостійкості – визначене одним із критеріїв сформованості підприємницької компетентності майбутніх фахівців цього профілю;

б) «Освіта з питань національної безпеки», так як згідно з чинним китайським законодавством, вектор та специфіка розвитку підприємницької діяльності становить один із ключових складників національної безпеки; це передбачено у процесі вивчення таких тем, як «Сучасне підприємництво та національна безпека» (VELC, 2022);

в) «Ідеологія, мораль і верховенство права», оскільки знання нормативно-правових засад функціонування підприємницької діяльності визначатиме правомірність та легальність майбутнього професійного становлення фахівця сфери цифрових медіатехнологій; зазначене розгорнуто у змісті таких тем навчального курсу: «Моральні засади сучасного підприємця сфери цифрових медіатехнологій» (Bykov, et al., 2020; TSDMT-HVU, 2025; IDMTM, 2023; TSPMT-SVE, 2017; TSPDGT-HVJC, 2017; TSDMT-HVJC, 2025), «Правовий статус сучасного підприємця сфери цифрових медіатехнологій» (VELC, 2022) тощо;

г) «Інформаційні технології та штучний інтелект» – шляхом формування прямих фахових компетентностей вказаного профілю, сприяючи формуванню базових професійних якостей майбутніх фахівців;

г) «Трудова освіта та практика», у рамках котрої вивчають аспекти чинного трудового законодавства.

2. Загального, базового курсу вибіркового переліку, що опосередковано забезпечують розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій:

а) «Традиційна китайська культура», оскільки Китай – різнокультурна країна, з регіональними культурними особливостями, що суттєво визначають та впливають на ринок праці;

б) художній курс із правом вибору однієї із восьми запропонованих дисциплін (артпроекти; інноваційна комп'ютерна графіка; дизайн та штучний інтелект тощо).

Принагідно зазначимо, що варто би було звернути увагу на надмірну політизованість курсу підготовки. Так, серед навчальних дисциплін загального, базового курсу вибіркового переліку майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у навчальних планах (TSDMT-HVU, 2025; IDMTM, 2023; TSPMT-SVE, 2017; TSPDGT-HVJC, 2017; TSDMT-HVJC, 2025) художньому курсу, що є пріоритетним у формуванні професійної майстерності студентів, надано правом вибору однієї із восьми запропонованих дисциплін, тоді як курсів марксистської теорії, партійної й національної історії – вибрати одну із десяти запропонованих.

3. Навчальні курси такого блоку навчального плану, як заняття із професійної майстерності, що опосередковано забезпечують розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, поділено на підблоки:

а) основ спеціальності, представлених навчальними предметами: «Формування професійних основ», «Техніка фотографування та відеозйомки», «Обробка графічних зображень», «Основи програмного забезпечення 3D», «Професійні базові курси», «Цифровий віртуальний дизайн», «Дизайн інтерфейсу користувача», «Цифрова аудіо- та відеотехніка», «Техніка

виробництва спецефектів», «Техніка виробництва 3D-анімації», «Веб-дизайн» тощо;

б) курсів підвищення кваліфікацій – з обмеженим вибором курсів серед запропонованих, приміром: «Цифровий дизайн та анімація», «Техніка виробництва 2D-анімації», «Дизайн взаємодії», «Технологія конвергентних медіа», «Реклама в кіно і на телебаченні, творчість і продакшн», «Планування та продакшн короткого відео» тощо.

Як бачимо, у переліку запропонованих для обмеженого вибору курсів підвищення кваліфікації, передбачених навчальним планом підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих політехнічних коледжах КНР, розвиток їхньої підприємницької компетентності безпосередньо забезпечують навчальні курси («Реклама в кіно і на телебаченні, творчість і продакшн», «Планування та продакшн короткого відео» тощо) із ключовим словом «продакшн», тобто вивчення, розробки та повної реалізації (логістики) певного медіапродукту. У рамках вивчення інших навчальних курсів блоку навчального плану підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій – заняття із професійної майстерності (основ спеціальності та курсів підвищення кваліфікацій з обмеженим вибором серед запропонованих) забезпечують розвиток їхньої підприємницької компетентності лише шляхом виконання відповідних навчальних завдань.

Вважаємо, що чинні навчальні курси загального, базового обов'язкового та вибіркового переліку, заняття із професійної майстерності навчального плану професійної підготовки становлять потенціал для розвитку «м'яких» компонентів підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій: психічного здоров'я (стресостійкості); вміння читати та писати нормативні документи (правові та ідеологічні дисципліни); формують розуміння стратегічного контексту (національна безпека) та ціннісні орієнтації (традиційна культура); створюють основу для розвитку етичної відповідальності, правової свідомості, стратегічного мислення, адаптивності. Отже, китайська модель професійної підготовки розвиває підприємницьку

компетентність майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій як соціально відповідальних суб'єктів, інтегрованих зі стратегією держави.

Також, надмірна політична та ідеологічна складова у навчальних планах, на наш погляд, зменшує варіативність професійної спеціалізації майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у напрямі підприємництва. Дисбаланс між мистецькими спеціальностями та ідеологічними дисциплінами обмежує простір для творчої індивідуалізації; зменшує академічну гнучкість; потенційно обмежує можливості випускників адаптуватися до ринку.

Професійний блок навчальних програм професійної підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій зосереджений на виробництві, а не на підприємстві. Курси з ключовим словом «виробництво» фактично охоплюють: розуміння виробничого циклу, логістику медіапродукту, організацію творчого процесу. Однак, вони не завжди включають: бізнес-моделювання, фінансове планування, маркетинг, комерціалізацію продукту. Отже, студенти вчаться створювати продукт, але не систематично – продавати та масштабувати його.

4. Види виробничої та навчально-наукової студентської роботи такого блоку навчального плану, як заняття із професійної практики, представлені практичними заняттями із цифрового візуального дизайну, навчанням технологій виробництва спецефектів, практичним навчанням технологій виробництва 3D-анімації, двома видами стажування та дипломним проєктом. Розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у рамках цього блоку навчального плану їхньої підготовки забезпечується відповідним спектром цілеспрямованих навчальних завдань.

Запланована у навчальному плані практика для майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій має, на наш погляд, значний підприємницький потенціал. Так, стажування та дипломні проєкти можуть забезпечити платформу для: запуску стартапів, створення реальних цифрових медіакейсів, формування портфоліо та професійних мереж. Отож, саме практична складова навчального плану підготовки майбутніх бакалаврів цифрових

медіатехнологій пропонує найбільші перспективи для цілеспрямованого розвитку їхньої підприємницької компетентності.

Отже, навчальні курси, що безпосередньо забезпечують розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій («Інноваційна та підприємницька освіта», «Розвиток кар'єри та профорієнтація»), належать до загального, базового курсу обов'язкового переліку навчальних дисциплін цієї спеціальності підготовки. Решта навчальних курсів підтримують вказаний процес вивчення окремих тем контексту підприємницької компетентності та запланованими навчальними завданнями, про що ми докладно напишемо у наступному підрозділі нашої дисертації. Навчальні програми реалізовані інтегрованим шляхом розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій завдяки впровадженню окремих обов'язкових чи вибіркових навчальних дисциплін; засобами професійних виробничо-орієнтованих курсів; із допомогою стажування та дипломного проєкту.

Також проаналізовано програми виробничих практик відповідно до навчального плану підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР (TSDMT-HVU, 2025; IDMTM, 2023; TSDMT-HVJC, 2025; TTP-DMT, 2024), зокрема Піндіншаньського вищого політехнічного коледжу (Додаток Д), Гуандунського Наньхуа професійного коледжу промисловості та комерції (GNVCIC, 2025), Хунаньського професійно-технічного коледжу нафтохімічної промисловості (HPVTC, 2025). Цей аналіз показав, що загалом практика передбачена протягом усіх трьох років навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. Причому такі види практики передбачені як самі собою зрозумілі і не уведені окремим пунктом до проаналізованих вище навчальних планів досліджуваної підготовки. Оскільки третій рік навчання бакалаврату передбачає тільки стажування та написання дипломного проєкту, то усі інші види практик розподілені на 1–2 курсах професійної підготовки, з яких найбільше – під час четвертого семестру –

другої половини другого курсу: 7 видів практик, на противагу 3 видам практики у першому-другому семестрах та 4 видам практик у третьому семестрі.

Однак, якщо ці практики проаналізувати з точки зору забезпечення розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, то стане зрозуміло, що саме ці практики посідають у годинному порівнянні з іншими видами практики – нерівномірно. Так, до курсів, що безпосередньо забезпечують досліджуваний процес, передбачено таку кількість годин практики:

- «Розвиток кар'єри та профорієнтації» – 16 год.;
- «Інноваційна та підприємницька освіта» – 8 год.;
- «Реклама в кіно і на телебаченні, творчість і продакшн» – 64 год.;
- «Планування та продакшн короткого відео» – 64 год.;
- «Практика зайнятості та підприємництва» – 30 год.

Отож, загалом за три роки навчання на бакалавраті маємо 182 год. навчальної практики для курсів, що безпосередньо забезпечують розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. Для порівняння, до інших навчальних курсів професійного спрямування передбачено 64 год. або 124 год. навчальної практики. По 8, 6 та 30 год. навчальної практики не передбачено більше жодного курсу, крім вказаних – для розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. Частково це компенсується за рахунок уведених 30 год., вказаних вище, з дисципліни, визначеної лише для практики та не внесеної до загального переліку курсів у навчальному плані: «Практика зайнятості та підприємництва» (ТТР-DMT, 2024).

Аналіз програм практик для майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР (TSDMT-HVU, 2025; IDMTM, 2023; TSDMT-HVJC, 2025; ТТР-DMT, 2024) показує, що практична складова є наскрізним елементом освітнього процесу та охоплює весь трирічний цикл професійної підготовки. Водночас, третій курс повністю

зосереджений на стажуванні та завершенні дипломного проєкту, що свідчить про домінування прикладної логіки на завершальному етапі навчання. Водночас розподіл практик протягом перших двох років навчання нерівномірний: найбільша концентрація видів практик припадає на четвертий семестр, що свідчить про поступовий перехід від базового оволодіння професійними навичками до інтенсивного практичного випробування.

З точки зору забезпечення розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, вважаємо, що програми практик відіграють системну роль у цьому процесі. Загальна кількість практичних годин із дисциплін, безпосередньо пов'язаних з освітою з підприємництва (182 год.) свідчить про інституційну важливість підприємницької складової в структурі професійної освіти. Особливу роль у цьому контексті відіграють курси, орієнтовані на виробництво («продакшн») що акумулюють найбільшу кількість практичних годин та розвивають практичні навички організації повного циклу створення медіапродукту. Тому підприємницька компетентність в аналізованій моделі розвивається не лише шляхом окремих теоретичних курсів, а, насамперед, завдяки значному обсягу цілеспрямованої практичної діяльності. Водночас розподіл годин свідчить про концентрацію підприємницького змісту в окремих курсах, а не про його рівномірну інтеграцію в усі професійні дисципліни.

Здійснено аналіз освітніх програм (BDMT-ZUST, 2025; BEng DMT-XJTLU, 2025; BSc DMT-BIFCA, 2025) та навчальних планів (TSDMT-HVU, 2025; IDMTM, 2023; TSPMT-SVE, 2017; TSPDGT-HVJC, 2017; TSDMT-HVJC, 2025) підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій до розвитку підприємницької компетентності у вищих професійних коледжах КНР із позиції удосконалення змісту вказаного процесу. Здійснений аналіз дозволив нам зробити такі висновки.

У КНР освіта розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій вбудований у логіку розвитку високоякісної професійної освіти у вищих професійних коледжах, де

ключовими орієнтирами є: зайнятість / самозайнятість; інновації та підприємництво; зміцнення зв'язків між професійною підготовкою (навчанням) та виробництвом (реальною професійною сферою). Нормативно-правовою базою зазначеного є нова редакція Закону КНР «Про професійну освіту» (2022) (VELC, 2022), що безпосередньо встановлює у своїх загальних принципах напрям покращення якості професійної освіти та підготовки персоналу, що підтримує зайнятість та підприємництво. Реформа освіти для інновацій та підприємництва у вищій освіті (Адміністрація Державної ради, 2015 (FMT-VET, 2026)) встановлює рамки: інновації та підприємництво повинні бути інтегровані в освітні цілі, стандарти, навчальні програми та практичні форми навчання. На рівні галузевого регулювання Міністерство освіти КНР публікує професійні стандарти викладання для спеціалізацій та галузей, тому для «Цифрових медіатехнологій» існує відповідний стандарт (TSDMT-HVU, 2025), що є основою для розробки університетами власних планів та програм. Отож, підприємницькі компетенції, обов'язково внесені до освітніх програм підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах (BDMT-ZUST, 2025; BEng DMT-XJTLU, 2025; BSc DMT-BIFCA, 2025) не як додаткова опція, а як інструмент державної стратегії: забезпечення мобільності випускників на ринку праці та здатності створювати цінність у цифровій економіці.

Типові навчальні плани підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР (TSDMT-HVU, 2025; TSDMT-HVJC, 2025) демонструють такі відмінні риси, що стосуються розвитку їхньої підприємницької компетентності:

- відповідність проєктно-орієнтованій моделі, що відтворює реальне виробництво та командну роботу;
- висока частка стажувань та працевлаштування; наприклад, план Піндіншаньського вищого політехнічного коледжу, Гуандунського Наньхуа професійного коледжу промисловості та комерції, Хунаньського професійно-технічного коледжу нафтохімічної промисловості передбачає, що загальна

кількість годин стажування становить 56,1 % від загальної кількості годин, а загальна кількість місяців стажування у компаніях – 6 місяців (TTP-DMT, 2025; GNVICIC, 2025);

– включення підприємницької освіти як окремого блоку або як додаткових курсів чи заходів та їх інтеграція із професійними дисциплінами; приміром, один із коротких (22 год. навчання), але обов’язкових навчальних курсів у Піндіншаньського вищого політехнічного коледжу, Гуандунського Наньхуа професійного коледжу промисловості та комерції, Хунаньського професійно-технічного коледжу нафтохімічної промисловості безпосередньо зосереджений на цифровому підприємництві: теоретична частина робочої програма охоплює дизайн-мислення, UX-дослідження, бізнес-моделі цифрових продуктів та захист інтелектуальної власності, а практична складова включає розробку MVP, підготовку документації медіапродукту, аналіз ринку, оцінку вартості, презентації та публічний захист (TTP-DMT, 2025; GNVICIC, 2025); водночас, підприємництво часто вводиться як компактний модуль, що потребує посилення іншими навчальними модулями, навчальними дисциплінами чи практиками, щоб забезпечити стійкість цієї компетентності (Ronghua Zhou et al., 2024; Yaoming Liang et al., 2025);

– передбачення у навчальних програмах підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР (TSDMT-HVU, 2025; TTP-DMT, 2024) розвитку підприємницької компетентності шляхом формування конкретних навичок: а) розпізнавання можливостей та визначення підприємницької проблеми; б) розробки дизайну продукту чи послуги (обґрунтування концепції медіа-продукту; створення моделі прототипування тощо); в) розробки бізнес-моделі та економіки (логістики) проєкту (здійснення аналізу ринку; визначення перспективної оцінки вартості медіапродукту тощо); в) аналізу та опису правових аспектів цифрових медіапродуктів (визначення рівня інтелектуальної власності; нормативно-правове надання даних авторства медіапродукту); г) розробки та

оприлюднення презентації (повний цикл організації презентації медіапродукту); г) командної роботи та ефективної ділової комунікації тощо.

Для підтвердження результатів теоретичного аналізу та визначення шляхів удосконалення змісту професійної підготовки для розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР проведено анкетування, інтерв'ю та опитування 228 студентів другого-третього курсів навчання Піндіншаньського вищого політехнічного коледжу, Гуандунського Наньхуа професійного коледжу промисловості та комерції, Хунаньського професійно-технічного коледжу нафтохімічної промисловості. Для розгорнутості дослідження перехресні запитання було сформульовано 34 викладачам студентів. Було сформульовано два основні питання: «Зміст яких навчальних предметів забезпечує Вашу підприємницьку компетентність?» та «Які навчальні дисципліни чи окремі теми курсів варто увести до навчального плану, щоб ефективно розвинути Вашу підприємницьку компетентність?». Спочатку отримані письмові відповіді були проаналізовані та згруповані, узагальнивши їх у скорочену версію для подальшого опитування та інтерв'ю.

Результати показали, що і майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій, і їхні викладачі у відповіді на перше питання цілком погоджуються із запропонованими нормативами навчальних планів. Щодо відповіді на друге питання (пропозиції нових окремих дисциплін та навчальних тем), то отримані від студентів відповіді структуровано за такими умовно названими блоками:

1. Практичний бізнес-модуль (68 % студентів), до якого студенти пропонують увести навчальні курси з маркетингу та просування цифрових продуктів; SMM та цифрового маркетингу; монетизації контенту; фінансових знань; базового бізнес-планування; управління стартапами; створення власної медіастудії чи компанії; роботи з клієнтами та ведення ділових переговорів тощо. Вважаємо, що вони виокремили такі курси, адже у чинній навчальній

програмі виробництво достатньо представлено, але навчання основам комерціалізації – недостатньо.

2. Правовий та економічний модуль (24 % студентів) – введення навчальних курсів чи окремих тем щодо вивчення податкової системи; поглибленого знання про авторське право, інтелектуальну власність; вивчення ведення договірної права; ознайомлення із правовими ризиками у медіасекторі тощо. Оскільки переважно так відповідали студенти третього курсу, то, думаємо, це тому, що вони саме перебувають у орієнтації на майбутнє, реальне місце роботи після випуску.

3. Формат стартапу (73 % студентів), адже значна частина студентів відповіли не визначенням певного курсу, а пропонуванням конкретних завдань підприємницького спрямування: а) більше реальних проєктів із клієнтами; б) функціонування дієвої лабораторії стартапів та хакатонів з підприємництва; в) організація практики щодо запуску власного бізнесу; г) посилення співпраці з успішними медіакомпаніями тощо. На наш погляд, це означає, що, з точки зору студентів, справа не в теорії, а у форматі розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

4. Нові технології як конкурентна перевага (82 % студентів), тобто попри наявність у навчальних програмах відповідних курсів – посилена робота з набуття практичних навичок, що постійно змінюються, контексту: застосування штучного інтелекту у медіавиробництві; вивчення нових цифрових медіатехнологій; інновації у віртуальній реальності; вивчення цифрової економіки; набуття компетентностей у електронній комерції тощо. На наш погляд, це означає, що студенти асоціюють підприємництво з технологічною перевагою.

5. М'які навички, тобто розвиток soft-skills (76 % студентів): введення курсів та навчальних тем із розвитку лідерства, комунікативності, управлінської компетентності, роботи в команді, навички управління часом. Хоча студенти рідше формують це як підприємницькі компетенції, все ж,

як бачимо, вони усвідомлюють їх значущість у цьому напрямі розвитку професійних якостей.

Показово, що поряд зі спеціальностями прикладного бізнесу студенти часто згадували дисципліни з ідеологічною та соціально-нормативною спрямованістю, що підтверджує інтеграцію підприємницької освіти з ширшим, державно-орієнтованим контекстом професійного розвитку. Результати опитування можуть відображати як особисті переконання студентів, так і їхню орієнтацію на нормативно прийняті освітні та соціальні пріоритети. Можливо, студенти справді сприймають ідеологічні предмети як важливі для підприємництва, тому що: вони пов'язують підприємницьку діяльність із державною стратегією; вважають знання політичного контексту необхідним для бізнесу; орієнтовані на державні програми підтримки інновацій. Це ще більше підкріплює концепцію державно-інтегрованої моделі розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій вищих професійних коледжів КНР. Це емпіричне підтвердження системної узгодженості моделі.

Таким чином, майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій вищих професійних коледжів КНР очікують удосконалення змісту їхньої професійної підготовки у напрямі розвитку підприємницьких компетентностей шляхом: а) введення до навчальних курсів практичного бізнес-модуля, правового та економічного модулів; б) посилення конкретних завдань підприємницького спрямування чи введення навчальних тем (формат стартапу; нові технології як конкурентна перевага; м'які навички, тобто розвиток soft-skills).

У результаті комплексного аналізу стану розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР (наукових джерел (Li Xinga & Yufeng Diao, 2024; Ronghua Zhou et al., 2024; Yaoming Liang et al., 2025), результатів експериментального дослідження, навчальних планів (TSDMT-HVU, 2025; TSDMT-HVJC, 2025), робочих програм (SD-DMT, 2025), нормативних

документів (VELC, 2022; FMT-VET, 2026)) визначено шляхи удосконалення змісту зазначеної підготовки – оновлення:

1. Підходів до проєктування змісту підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. На основі аналізу наукових джерел (Junhong Chen, 2020; Guifang Ma, 2020; Hong Wei & Wang Dong, 2021; Yutong Wang & Ying Ma, 2022; та ін.) визначено ключовий підхід до проєктування змісту вказаної підготовки – компетентнісний, при дотриманні якого кожен освітній модуль має бути пов'язаним із результатами навчання та завданнями підприємницького контексту майбутньої професійної діяльності – чітко сформульованими компетенціями.

2. Структури навчального плану підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР на засадах:

а) переходу від виробничої до корпоративної логіки: заміни у назві та змісті навчальних дисциплін ключового поняття «продакшн» на «логістика», «комерція», «бізнес» тощо;

б) збалансування гуманітарно-ідеологічного та креативно-професійного блоків, адже наразі перевищує перший блок;

в) розширення вибору мистецьких дисциплін, що складають один із ключових аспектів переваг попиту та пропозицій на ринку цифрових медіатехнологій;

г) підвищення гнучкості вибіркової складової навчального плану: розширення спектру курсів за вибором, збільшення курсів за вибором та способів їх вивчення.

На основі результатів сучасних досліджень (Li Yangrong, 2019; Zhang Xiaohua, 2019; Haijiao Chen et al., 2022; Yan Liu, 2019) та пропозицій студентів, які брали участь в експерименті, узагальнено та уточнено додаткові навчальні предмети підприємницького контексту, що доречно, за вибором, доповнити до обов'язкових курсів (табл. 2.1):

Таблиця 2.1

**Навчальні курси підприємницького контексту, рекомендовані для
удосконалення змісту підготовки майбутніх бакалаврів цифрових
медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР***

№	Вид освітнього компонента	Освітній компонент	Рік підготовки
1	Загального, базового курсу обов'язкового переліку	Вступ до цифрових медіа та медіаосвіти на засадах підприємництва	1
2		Основи композиції, типографіки, кольору: попит та пропозиція на медіаринку	
3		Основи медіапрограмування / скриптингу (на рівні автоматизації процесів та підприємництва)	
4		Основи монтажу та постпродакшну	
5		Авторське право та етика цифрового контенту / Правові аспекти авторського права	
6	Заняття із професійної майстерності	3D-графіка та рендеринг (конвеєр)	2
7		Інтерактивний дизайн та UX для медіа	
8		Веб / мобільні медіа та ринкова адаптація контенту до платформ	
9		Віртуальна / доповнена реальність (XR) як прикладний модуль: ринкові вимоги	
10		Інструменти штучного інтелекту у виробництві (генерація, відновлення, масштабування, субтитрування тощо)	
11		Підприємництво в цифрових медіа	
12		Бізнес-моделювання (Lean Canvas, MVP, монетизація)	
13		Реклама цифрового медіапродукту	
14		Бюджетування медіапроєкту	
15		Розрахунок рентабельності інвестицій (ROI)	
16		Маркетингова стратегія цифрових медіатехнологій	
17		Аналіз медіааудиторії	
18	Стажування та подвійні елементи	Короткі стажування «спринти» (2–4 тижні) для виконання конкретних завдань підприємницького змісту	3
19		Довгострокове стажування підприємницького змісту з KPI та зовнішнім наставництвом	
20	Сертифікати та мікро-кваліфікації	Як механізм узгодження навчання з вимогами ринку на засадах «1+X» (Hu Jie & Zhang Ling, 2023; Jingwen Shao, 2024; Ma Jun, 2023), із переоцінкою результатів у межах дисциплін чи модулів та зосередженням на перевірених навичках підприємницького характеру.	Протягом навчання

**узагальнено та уточнено автором*

Щодо п. 20 табл. 2.1, то дослідниками доведено необхідність підтримання мікрокваліфікації та сертифікатів шляхом їх інтеграції в модулі

та розрахунку результатів у навчальній програмі (Xue Bai, 2018; Shan Lu & Zhi Haidai, 2019).

Таким чином, удосконалення змісту майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – це стратегічно спрямований процес, що відбувається на перетині реформ професійної освіти, програм підвищення якості освіти та цифрової трансформації в напрямі штучного інтелекту. Цей процес, із точки зору розвитку їхньої підприємницької компетентності, варто реалізувати шляхом якісної зміни архітектури навчального плану, насамперед, підпорядковування дисциплін результатам, продемонстрованих у медіапродуктах та портфоліо.

Іншим теоретичним підходом є принцип «产教融合» (產教融合 / так зване «поєднання освіти та виробництва») (FMT-VET, 2026), визначений у першому розділі дослідження тенденцією розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих політехнічних коледжах КНР – впровадження моделі «виробництво ↔ освіта». Отже, цей підхід визначено як стратегічний напрям китайської професійної освіти, де зміст навчальних дисциплін і практичних модулів формується у тісній співпраці з підприємствами та професійними спільнотами, враховуючи зміни у технологічних процесах та вимоги роботодавців.

На рівні національних стандартів освіти для професійних спеціальностей застосовано підхід, згідно з яким курси та зміст навчальних дисциплін повинні відображати новітні технічні вимоги, стандарти галузі та професійні операційні навички, що визначені у національних професійних стандартах та навчальних планах. Наприклад, у стандартах професійних дисциплін для технологічних спеціальностей передбачено не лише базові знання, але й конкретні практичні вміння – операційну роботу з цифровими пристроями чи системами, що стає центральним у змісті професійних курсів (TSPMT-SVE, 2017; TSPDGT-HVJC, 2017).

Підкреслено також важливість динамічного оновлення змісту курсів відповідно до змін у промисловості та технологіях. Наприклад, у новому документі Міністерства освіти та суміжних органів щодо реформування ключових елементів професійної освіти визначено, що курси повинні постійно переглядатися, оновлюватися та узгоджуватися з технологічними стандартами підприємств, а не бути статичними «набором знань» (FMT-VET, 2026). Узагальнено ідею про те, що структурованість змісту навчання має базуватися на «матрицях компетентностей», що охоплюють набір професійних навичок, що визначаються шляхом аналізу індустрії та робочих місць (Yi Wang, 2025). Таким підходом передбачено розроблення навчального плану, де кожному елементу змісту відповідає набір конкретних компетентностей, що мають бути сформовані у студента у процесі навчання. Саме це дозволяє перейти від «предметно-орієнтованого» до «компетентнісно-орієнтованого» змісту, що значно підвищує практичну цінність освіти у професійних коледжах.

Ще одним важливим теоретичним підходом є модульна структура змісту, де навчальні дисципліни та навчальні блоки розподіляються на модулі, що пов'язані з певними професійними обов'язками або технологічними процесами. Така модульність дозволяє створити більш гнучкий навчальний план, пристосований до потреб різних профілів студентів та секторів цифрової медіаіндустрії (Yi Wang, 2025). У цьому контексті зміст освіти розглянуто не як набір дисциплін, а як сукупність взаємопов'язаних модулів, кожен з яких формує певні ключові компетентності, що послідовно інтегруються в професійний профіль випускника.

У КНР зміст навчання у професійній освіті має враховувати цифрові ресурси та інтерактивні платформи, що стають невід'ємною частиною освітнього процесу. Сучасні документально оформлені рекомендації щодо цифрового навчального контенту передбачають створення та використання цифрових навчальних матеріалів, мультимедійних ресурсів, онлайн-курсів і інтерактивних симуляцій, що складають окрему частину змісту та сприяють

розвитку цифрової грамотності студентів і їх здатності адаптуватися до нових технологічних середовищ (CDE, 2020).

Таким чином, виокремлено та узагальнено ключові засади теоретичних підходів до формування змісту освіти у професійних коледжах КНР:

- орієнтація на результати (OBE): зміст сформовано з урахуванням конкретних професійних компетентностей, очікуваних результатів навчання і стандартів індустрії (Yi Wang, 2025);
- інтеграція освіти і виробництва (產教融合), що забезпечує зв'язок змісту з реальними вимогами роботодавців та технологічними стандартами (FMT-VET, 2026);
- модульний дизайн навчальних планів, що дозволяє формувати гнучкі й адаптивні освітні маршрути для студентів (Yi Wang, 2025);
- динамічне оновлення змісту відповідно до тенденцій технологічного розвитку й змін у професійних вимогах (FMT-VET, 2026);
- використання цифрових ресурсів і мультимедійних платформ як складової частини змісту навчання (CDE, 2020).

Отже формування змісту освіти для майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у КНР розглянуто не лише як вибір навчальних дисциплін, але як системна, компетентнісно-орієнтована, модульно-структурована та індустріально-адаптована освітня конструкція, що враховує реальні професійні вимоги, діджиталізацію навчальних ресурсів і зміни в технологічних умовах праці.

Підготовка майбутніх бакалаврів у сфері цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР регламентовано національними професійними стандартами, що визначають цільові компетенції, обов'язкові дисципліни та очікувані результати навчання. Згідно зі стандартами Міністерства освіти КНР, бакалавр цифрових медіатехнологій повинен володіти як фундаментальними знаннями у сфері комп'ютерних та інформаційних технологій, так і спеціалізованими навичками обробки

цифрового контенту, програмування мультимедійних систем та управління цифровими продуктами (TSDMT-HVJC, 2025). Особливу увагу приділено розвитку креативного мислення та професійної етики, що сприяє формуванню здатності випускника приймати стратегічні рішення у складних технологічних та соціальних контекстах.

У навчальному процесі КНР значну роль відіграє міждисциплінарний підхід, що передбачає системне поєднання курсів із комп'ютерних наук, дизайну, мультимедіа, цифрової графіки, анімації та веб-технологій. Курсова програма охоплює фундаментальні дисципліни з алгоритмів обробки сигналів, програмування, цифрової графіки та анімації, а також спеціалізовані курси з проєктного менеджменту та стратегічного планування цифрових медіа-продуктів, що забезпечує випускників навичками комплексного проектування цифрових систем (IDMTM, 2023 IDMTM, 2023). Така структура дозволяє формувати у студентів комплексне розуміння цифрових медіа як інтегрованої системи, здатної забезпечувати не лише візуальний і аудіальний контент, а й управління інформаційними потоками та аналітику даних користувачів.

Особливої уваги в підготовці набуває поєднання теоретичної бази з практичною діяльністю. Для цього в навчальні плани інтегруються проєктні та дуальні форми навчання, що охоплюють стажування в медіа-студіях, ІТ-компаніях та творчих лабораторіях, де студенти працюють над реальними завданнями під наглядом як академічних наставників, так і фахівців індустрії (TTP-DMT, 2024). Вказана практика відповідає державній політиці інтеграції освіти та виробництва, що спрямована на підвищення відповідності освітніх результатів потребам економіки цифрових технологій і розвитку креативних індустрій.

Суттєвою особливістю підготовки є поєднання технічної та креативної компетентності з аналітичними та комунікаційними навичками. Майбутні бакалаври здобувають знання та вміння у сфері інтерфейсного та інтерактивного дизайну, цифрового сторітелінгу, управління мультимедійними проєктами, а також розробки стратегій цифрової

комунікації (IDMTM, 2023). Такий підхід формує здатність випускників не лише створювати технічно досконалий контент, а й оцінювати його вплив на аудиторію, адаптувати продукти до соціокультурного та економічного контексту, аналізувати ефективність цифрових кампаній та приймати етичні рішення у процесі роботи з даними користувачів.

Важливим компонентом є розвиток інноваційного та критичного мислення, формування якого передбачено методами комплексу практичних завдань, кейс-стаді та конкурсів проєктів у сфері цифрових медіа (TTP-DMT, 2024). Завдяки цьому майбутні бакалаври навчаються поєднувати технічну підготовку з творчими стратегіями, планувати та реалізовувати мультимедійні продукти у рамках командної роботи, адаптуючись до постійних технологічних змін.

КНР також активно впроваджує цифровізацію освітнього процесу, інтегруючи електронні платформи, віртуальні лабораторії та дистанційні курси у структуру навчання (TSPDGT-HVJC, 2017). Такий підхід дозволяє забезпечити гнучкість освітньої траєкторії, оптимізувати поєднання аудиторного та самостійного навчання, а також створює умови для безперервного професійного розвитку студентів у сфері цифрових медіа.

Отже, підготовка бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР відзначається системністю та комплексністю: вона поєднує стандартизовану академічну базу, міждисциплінарну технічну і творчо-аналітичну підготовку, активне практико-орієнтоване навчання та цифровізацію освітніх процесів. Це забезпечує формування висококваліфікованих фахівців, здатних ефективно функціонувати у динамічному середовищі цифрової економіки, а також розвивати інноваційні продукти та медіа-проекти на національному та міжнародному рівнях.

У рамках професійної та вищої освіти КНР вищі професійні коледжі виконують роль інституцій, що реалізують компетентнісно-орієнтовані навчальні програми шляхом поєднання освіти й виробництва (Yanziye Wei & Chenxue Ren, 2025; Jingwen Shao, 2024). Функціональна особливість цих

закладів полягає в синтезі теоретичного навчання та практичної підготовки, що забезпечена інтеграцією студента у навчальні процеси, колабораціями з підприємствами та виробничими партнерами, а також шляхом спільних стажувань й практичних модулів, що орієнтовані на формування професійних компетентностей (Yanziye Wei & Chenxue Ren, 2025; Jingwen Shao, 2024; Yaning Chen et al., 2025). Це сприяє релевантності освітніх результатів до стандартів індустрії та технологічних вимог.

Організаційно такі коледжі вирізняються гнучкістю управління навчальними програмами, що дозволяє адаптувати зміст і форми підготовки під регіональну специфіку ринку праці, профілі підприємств і технологічні зміни в індустрії (Jingwen Shao, 2024). Висока автономія в управлінні ресурсами дає змогу формувати стратегічні партнерства з промисловими підприємствами, що посилює зв'язок освіти зі світом праці (Yanziye Wei & Chenxue Ren, 2025; Jingwen Shao, 2024).

Особлива увага належить кадровому потенціалу викладачів, зосередженому на підготовці двічі-кваліфікованих викладачів («dual-qualified teachers») – педагогів, які поєднують теоретичні педагогічні компетенції з практичним досвідом у відповідних галузях виробництва й технологій (Shaoqin Lu, 2022). Така модель кадрового забезпечення є передумовою підвищення якості професійної підготовки та інтеграції освіти з потребами роботодавців і ринковими вимогами.

Співпраця з підприємствами та соціальними партнерами реалізована шляхом використання спільних програм стажувань, практичних лабораторій та спільних освітніх моделей, що спрямовані на підвищення працевлаштування випускників і підтримку інноваційної діяльності у регіонах (Yanziye Wei & Chenxue Ren, 2025; Yaning Chen et al., 2025). Такий підхід дозволяє оптимізувати відповідність освітніх результатів потребам роботодавців, що важливо для конкурентоспроможності випускників на динамічному ринку праці.

Вищі професійні коледжі КНР є освітньо-професійними центрами, що забезпечують ефективну адаптацію навчальних процесів до економічних викликів, сприяють формуванню висококваліфікованої робочої сили та підтримують розвиток інноваційної економіки країни (Yanziye Wei & Chenxue Ren, 2025; Jingwen Shao, 2024; Yaning Chen et al., 2025). Їх роль у національній стратегії розвитку людських ресурсів і професійної освіти є стратегічно важливою.

Модернізація змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР відбувається в контексті загальнонаціональної стратегії цифрової трансформації освіти та економіки. Концептуальною основою цієї модернізації виступає поєднання державної політики цифровізації з реформою професійної освіти, орієнтованої на підготовку висококваліфікованих техніко-прикладних фахівців. Цифрова трансформація професійних коледжів є не фрагментарним оновленням навчальних дисциплін, а системною перебудовою освітньої екосистеми, що охоплює цілі, зміст, методи, ресурси й механізми оцінювання (Ma Xinyan et al., 2025; Wang Zhiqiang & Zhang Guangqiu, 2023).

Визначальну роль у модернізації змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР відіграють офіційні нормативні документи Міністерства освіти КНР, зокрема галузевий стандарт спеціальності «Цифрові медіатехнології» для рівня професійного бакалаврату. У стандарті чітко окреслюються професійні компетентності, яких має набути здобувач освіти. Серед таких: здатність здійснювати цифровий дизайн і виробництво мультимедійного контенту, розробляти інтерактивні системи, працювати з технологіями віртуальної та доповненої реальності, застосовувати засоби програмування та алгоритмічні підходи в цифрових проєктах, а також інтегрувати художні й технологічні компоненти в єдиний медіапродукт (Yi Wang, 2025). Таким чином, зміст навчання структуровано навколо міждисциплінарної моделі, де поєднуються мистецькі, інженерні та інформаційно-технологічні компоненти.

Суттєвою тенденцією є інтеграція технологій штучного інтелекту в освітній процес. Дослідження китайських авторів доводять, що штучний інтелект використовується не лише як об'єкт вивчення, а й як інструмент організації навчання. Алгоритми аналізують освітні дані, формують індивідуальні траєкторії навчання, забезпечують адаптивний добір навчального контенту, автоматизують оцінювання практичних робіт і створюють середовище інтелектуальної підтримки студента (Lie Shan, 2025; Wu Hongmin, 2025). Це призводить до оновлення змісту дисциплін, оскільки поряд із традиційними темами цифрового дизайну і медіавиробництва включаються модулі з основ машинного навчання, аналізу даних у медіасфері та використання генеративних алгоритмів у творчих процесах.

Модернізація змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР також охоплює переорієнтацію навчальних програм на практико-орієнтовану підготовку. У наукових публікаціях наголошено, що цифрова трансформація професійних коледжів супроводжується поглибленням інтеграції освіти й індустрії, створенням спільних лабораторій, інноваційних студій і виробничих майданчиків, де студенти виконують реальні проєкти цифрового контенту (Ma Xinyan et al., 2025; Wang Zhiqiang & Zhang Guangqiu, 2023). Зазначений підхід зумовлює перегляд змісту навчальних дисциплін: теоретичні блоки інтегруються з практичними кейсами, а навчальні модулі будуються навколо комплексних проєктів, що імітують або відтворюють реальні виробничі процеси.

Окремим напрямом модернізації змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР є оновлення загальноосвітніх і мовних дисциплін у межах спеціальності. Зокрема, дослідження щодо викладання професійної англійської мови для спеціальності «Цифрові медіатехнології» демонструє інтеграцію професійного контенту, цифрових інструментів та ідеологічно-ціннісних компонентів у єдину структуру курсу (Tian Lingfang et al., 2025). Отже, зміст

підготовки майбутніх бакалаврів не обмежується технічними навичками, а охоплює також формування комунікативної компетентності, міжкультурної взаємодії та розуміння глобального цифрового медіасередовища.

Важливим аспектом модернізації змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР є розвиток цифрової компетентності викладачів. Водночас, ефективність цифрової трансформації залежить від здатності педагогів інтегрувати цифрові інструменти в навчальний процес, аналізувати навчальні дані та використовувати інтелектуальні платформи для організації освітнього середовища (IDMTM, 2023). Відповідно, у вищих професійних коледжах впроваджуються програми підвищення кваліфікації, що спрямовані на освоєння новітніх технологій медіавиробництва, цифрового дизайну та штучного інтелекту.

Таким чином, модернізація змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР характеризується системністю та стратегічною спрямованістю. Вона передбачає нормативно закріплене оновлення компетентнісної моделі майбутніх бакалаврів, інтеграцію інноваційних цифрових технологій у структуру навчальних дисциплін, посилення практико-орієнтованого компонента, розширення міждисциплінарності та підвищення професійної цифрової готовності викладачів. У сукупності ці процеси формують нову модель змісту професійної бакалаврської підготовки, що відповідає викликам цифрової економіки та стратегії розвитку сучасного КНР.

Проведений аналіз наукових джерел (Lie Shan, 2025; Ma Xinyan et al., 2025; TSDMT-HVU, 2025; CDE, 2020; TSPMT-SVE, 2017; TSPDGT-HVJC, 2017; Yi Wang, 2025; FMT-VET, 2026; TSDMT-HVJC, 2025; Wu Hongmin, 2025; Wang Zhiqiang & Zhang Guangqiu, 2023) засвідчує наявність суперечностей між нормативно задекларованими вимогами до результатів навчання, процесами цифрової трансформації професійної освіти та реальними механізмами оновлення змісту освітніх програм, що вказує на

наукову прогалину у площині цілісного удосконалення змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

Стандарт спеціальності «Цифрові медіатехнології» для рівня вищої професійної освіти (бакалавр) 2025 р. планів (TSDMT-HVJC, 2025) зосереджений на інтеграції технологічних, творчих і прикладних умінь, орієнтації на цифрову індустрію та формуванні здатності до розроблення мультимедійних продуктів. Водночас цей стандарт має нормативно-регламентуючий характер і задає рамкові параметри, не розкриваючи механізмів оновлення змісту відповідно до швидкоплинних змін цифрового середовища, розвитку штучного інтелекту, генеративних технологій і нових форматів медіавиробництва. Подібна ситуація простежується і в стандарті для рівня «вища професійна освіта (бакалавр)» 2025 р., затвердженому Міністерством освіти КНР (TSDMT-HVU, 2025), де чітко структуровано перелік професійних компетентностей, проте відсутній інструментарій їх динамічного перегляду та адаптації до нових галузевих запитів.

Порівняльний аналіз зі стандартом «Цифрові графічні та друкарські технології» (вища професійна освіта, освітній ступінь молодшого спеціаліста) (TSPDGT-HVJC, 2017) та стандартом «Технології друкованих медіа» (середня професійна освіта) (TSPMT-SVE, 2017) демонструє, що у споріднених галузях зміст значною мірою зберігає технологічну та виробничо-процесну орієнтацію, зосереджену на операційних уміннях. Водночас у підготовці бакалаврів цифрових медіатехнологій наявний ширший спектр компетентностей, пов'язаний із креативними індустріями, цифровим дизайном, інтерактивними середовищами. Однак недостатність методологічно обґрунтованої моделі інтеграції між цими рівнями освіти свідчить про розрив у послідовності змісту та про недостатню теоретичну розробленість вертикальної інтеграції освітніх програм.

Дослідження Yi Wang щодо реконструкції системи курсів на засадах OBE у спеціальності «Цифрові медіатехнології» (Yi Wang, 2025) обґрунтовує

потребу перегляду структури дисциплін відповідно до запитів ринку праці. Проте дослідження зосереджено переважно на логіці побудови комплексної навчальної програми, залишаючи поза увагою питання змістового наповнення окремих модулів в умовах цифрової трансформації галузі, а також не пропонує комплексної моделі оновлення навчального контенту з урахуванням міждисциплінарності та технологічних проривів.

Загальнодержавна стратегія цифровізації освіти, представлена у програмному документі «China Digital Education, 2020» 2020 р. (CDE, 2020), окреслює вектор розвитку інфраструктури, платформ та ресурсів, проте не деталізує специфіку трансформації змісту окремих спеціальностей. У матеріалах Міністерства освіти щодо п'яти ключових завдань реформування професійної освіти (FMT-VET, 2026) наголошено на модернізації основних елементів освітнього процесу, включно з програмами та стандартами, однак механізми галузево-специфічного оновлення змісту підготовки цифрових медіафахівців залишаються недостатньо конкретизованими.

На рівні наукових досліджень інтеграція освіти та індустрії розглянуто як ключовий чинник підвищення якості підготовки у вищих професійних коледжах. Зокрема, Yanziye Wei, Chenxue Ren (Yanziye Wei & Chenxue Ren, 2025) аналізують інтеграцію з позицій теорії соціального партнерства, доводячи, що ефективність професійної освіти зростає за умов інституціолізованої співпраці з підприємствами. Jingwen Shao (Jingwen Shao, 2024) акцентує на організаційних моделях взаємодії коледжів і галузі. Yaning Chen, Shisen Li, Rui Chen (Yaning Chen et al., 2025) емпірично доводять, що якість зайнятості випускників залежить від рівня інтеграції освіти й виробництва, а також від потенціалу розроблення навчальних програм. Сукупно ці праці аргументують значущість галузевої співпраці, проте не розкривають специфічних змістових змін саме у підготовці бакалаврів цифрових медіатехнологій, зокрема в частині оновлення переліку дисциплін, перерозподілу годин між технологічними й креативними модулями та інтеграції новітніх цифрових інструментів у навчальні курси.

Проблематика кадрового забезпечення також розглядається як важливий чинник модернізації (Shaoqin Lu, 2024; Yang Zhenzhen, 2024). Однак у проаналізованих дослідженнях акцент зроблено на суб'єкті навчання, тоді як взаємозв'язок між розвитком цифрової компетентності викладачів і системним оновленням змісту освітніх програм зі спеціальності «Цифрові медіатехнології», на нашу думку, не отримав достатнього теоретичного осмислення.

Ma Xinyan, Chen Meirong, Diao Junfeng (Ma Xinyan et al., 2025) розглядають цифрову трансформацію професійних коледжів як комплексний процес, що охоплює управління, інфраструктуру та освітні ресурси. Wang Zhiqiang, Zhang Guangqiu (Wang Zhiqiang & Zhang Guangqiu, 2023) пропонують теоретичну рамку цифрової трансформації спеціальностей. Проте у цих працях трансформація описано переважно на макрорівні, без детального аналізу змін у структурі та змісті конкретної освітньої програми підготовки бакалаврів цифрових медіатехнологій.

Lie Shan (Lie Shan, 2025) обґрунтовує потенціал AI для персоналізації навчання та розвитку професійних умінь у сфері цифрових медіа, проте його дослідження зосереджено на методах навчання, тоді як питання системної перебудови змісту дисциплін з урахуванням інтеграції AI-інструментів у професійну діяльність майбутніх бакалаврів залишаються відкритими.

Окремий вимір проблеми становить цифровізація навчальних матеріалів. Проаналізоване дослідження Wu Hongmin (Wu Hongmin, 2025) щодо викликів створення цифрових підручників у професійній освіті та можливих стратегій їх оновлення має загальносистемний характер і не конкретизує вимоги до навчально-методичного забезпечення спеціальності «Цифрові медіатехнології» на бакалаврському рівні, зокрема в аспекті інтеграції інтерактивних, проєктно-орієнтованих та міждисциплінарних компонентів.

Аналіз освітніх програм (IDMTM, 2023; ТТР-DMT, 2024) демонструє, що зміст навчання часто формується шляхом комбінування традиційних

курсів із комп'ютерної графіки, відеомонтажу, програмування та дизайну. Водночас інтеграція нових напрямів – віртуальної та доповненої реальності, генеративного контенту, аналізу даних у медіа – не завжди має системний характер та іноді реалізована фрагментарно у вигляді вибірових дисциплін.

Дослідження практики ідеологічно-політичної освіти у курсі «Англійська мова для цифрових медіатехнологій» (Tian Lingfang et al., 2025) засвідчує, що питання інтеграції ціннісного компонента у професійну підготовку розглянуто локально – на рівні окремої дисципліни, без узагальнення щодо балансу між професійно-технологічним, гуманітарним і світоглядним компонентами у цілісній структурі змісту підготовки бакалавра.

Отже, на основі системного аналізу нормативних документів, освітніх програм і наукових досліджень (Jingwen Shao, 2024; Lie Shan, 2025; Ma Xinyan et al., 2025; Yaning Chen et al., 2025; Yanziye Wei & Chenxue Ren, 2025; TSDMT-HVU, 2025; TSPMT-SVE, 2017; TSPDGT-HVJC, 2017; Yi Wang, 2025; FMT-VET, 2026; TSDMT-HVJC, 2025; Yang Zhenzhen, 2024; Wu Hongmin, 2025; Wang Zhiqiang & Zhang Guangqiu, 2023; Tian Lingfang et al., 2025) виявлено наукову прогалину, що полягає у недостатності цілісно обґрунтованої теоретико-методичної моделі удосконалення змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР. Наявні стандарти визначають рамкові вимоги, дослідження інтеграції освіти й індустрії обґрунтовують необхідність партнерства, праці з цифрової трансформації окреслюють загальні тенденції, а роботи щодо викладацького корпусу та методів навчання зосереджені на кадровому та технологічному аспектах. Проте комплексного дослідження, що б інтегрувало ці виміри у концепцію змістового оновлення освітньої програми з урахуванням міжрівневої наступності, галузевої динаміки та цифрових інновацій, у проаналізованому масиві наукових джерел не виявлено. На нашу думку, ця невідповідність між багатовекторними реформами професійної освіти та відсутністю цілісної моделі змістової модернізації спеціальності «Цифрові медіатехнології» становить наукову прогалину удосконалення змісту

навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

Вважаємо, що теоретична модель усунення описаної наукової прогалини має ґрунтуватися на синтезі нормативно-компетентнісного, галузево-динамічного, цифрово-трансформаційного та міжрівневого інтеграційного підходів і бути спрямованою на системне оновлення змісту підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР. Її концептуальною основою пропонуємо положення про те, що зміст освіти у сфері цифрових медіа не може розглядатися як статично закріплений перелік дисциплін, визначений стандартом, а має функціонувати як відкрита, динамічна система, чутлива до технологічних, індустриальних і соціокультурних змін.

Вихідною рамкою пропонованої моделі обрано вимоги стандартів спеціальності «Цифрові медіатехнології» бакалаврського рівня 2025 р., затверджені Міністерством освіти КНР, що визначають інтеграцію технологічних, креативних і прикладних компетентностей, орієнтацію на цифрову індустрію та здатність до розроблення мультимедійних продуктів (TSDMT-HVU, 2025; TSDMT-HVJC, 2025). У рамках запропонованої моделі нормативний компонент розглянуто як базовий рівень, що підлягає постійному уточненню шляхом циклічного перегляду результатів навчання відповідно до загальнодержавних орієнтирів модернізації професійної освіти (FMT-VET, 2026). Такий механізм передбачає інституціоналізований зворотний зв'язок між коледжем, галуззю та випускниками, що трансформує стандарт із регламентуючого документа у функціональний інструмент стратегічного оновлення змісту.

Другим концептуальним блоком моделі визначено міжрівневу наступність, що вибудована на порівняльному аналізі стандартів споріднених спеціальностей, аналіз яких засвідчує переважання виробничо-процесної та операційної орієнтації на нижчих рівнях освіти (TSPMT-SVE, 2017; TSPDGT-HVJC, 2017) тоді як бакалаврський рівень передбачає ширший спектр

креативних, аналітичних і проєктних компетентностей (TSDMT-HVU, 2025; TSDMT-HVJC, 2025). Теоретична модель пропонує вертикально інтегровану структуру змісту, у рамках якої операційно-технологічні компетентності трансформуються у складніші проєктно-аналітичні та інноваційні здатності, що забезпечує логіку професійного зростання без дублювання змісту.

Третім структурним виміром обрано галузево-динамічний компонент, що обґрунтований положеннями теорії соціального партнерства та інтеграції освіти й індустрії: представники цифрової індустрії залучаються до спільного проєктування модулів, оновлення переліку дисциплін і формування практико-орієнтованих завдань (Jingwen Shao, 2024; Yanziye Wei & Chenxue Ren, 2025; Yaning Chen et al., 2025). Це забезпечить адаптивність змісту до змін у цифровому виробництві та креативних індустріях.

Четвертий компонент моделі пов'язаний із цифровою трансформацією професійної освіти як системним процесом. Запропонована модель переносить акцент із макрорівня на рівень освітньої програми: цифрова трансформація спеціальності реалізується шляхом перебудови змістових модулів відповідно до логіки цифрового виробничого циклу, інтеграції інструментів штучного інтелекту та генеративних технологій у професійну підготовку, а також методом структурної реконфігурації спеціальності відповідно до теоретичної рамки цифрової трансформації.

П'ятий вимір – кадрово-компетентнісний – спирається на концепцію «подвійно кваліфікованих» викладачів (Shaoqin Lu, 2022) та дослідження шляхів підвищення цифрової грамотності педагогів у контексті цифрової трансформації (Yang Zhenzhen, 2024). У рамках запропонованої теоретичної моделі розвиток цифрових і галузових компетентностей викладачів розглянуто як необхідну умову системного оновлення змісту освітніх програм.

Наступний компонент запропонованої моделі пов'язаний із цифровізацією навчально-методичного забезпечення. Дослідження викликів та стратегій створення цифрових підручників у професійній освіті засвідчує необхідність переходу від традиційних навчальних матеріалів до інтерактивних, гнучких і

технологічно інтегрованих ресурсів (Wu Hongmin, 2025). У рамках моделі передбачено розроблення цифрових освітніх середовищ, що поєднують теоретичний матеріал, практичні кейси, проєктну діяльність і засоби аналітики результатів навчання.

Аналіз освітніх програм підготовки фахівців зі спеціальності «Цифрові медіатехнології» вказує, що зміст часто сформовано шляхом поєднання традиційних курсів із комп'ютерної графіки, відеомонтажу, програмування та дизайну, тоді як новітні напрями – віртуальна та доповнена реальність, генеративний контент, аналіз даних у медіа – інтегруються фрагментарно (Lie Shan, 2025; IDMTM, 2023; TTP-DMT, 2024). Тому пропонована теоретична модель передбачає системну інтеграцію інноваційних напрямів у базові модулі підготовки, а не їх існування у форматі вибіркового дисциплін.

Іншим важливим структурним елементом вважаємо забезпечення балансу між професійно-технологічним, креативним і ціннісно-світоглядним компонентами підготовки. Практика інтеграції ідеологічно-політичної освіти у курсі «Англійська мова для цифрових медіатехнологій» (Tian Lingfang et al., 2025) демонструє можливість поєднання професійного та гуманітарного змісту, проте на рівні окремої дисципліни. У запропонованій моделі цей підхід узагальнено до рівня освітньої програми загалом, де етичні, культурні та соціальні аспекти цифрового виробництва інтегруються у професійні модулі.

Структурно модель має циклічний характер і включає етапи моніторингу галузевих змін, проєктування оновлених результатів навчання відповідно до стандартів (TSDMT-HVU, 2025; TSDMT-HVJC, 2025); модульної реконфігурації змісту з урахуванням цифрової трансформації (Ma Xinyan et al., 2025; Wang Zhiqiang & Zhang Guangqiu, 2023), апробації шляхом застосування проєктної діяльності і подальшого оцінювання якості підготовки методом визначення показників працевлаштування випускників (Yaning Chen et al., 2025). Такий підхід узгоджується із загальною логікою реформування професійної освіти та модернізації її ключових елементів.

Характеристику інтегративно-динамічної теоретико-методичної моделі системного оновлення змісту підготовки бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР з точки зору розвитку підприємницької компетентності узагальнено у табл. 2.2 та змодельовано на рис. 2.3.

Таблиця 2.2

Характеристика моделі оновлення змісту підготовки бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР з точки зору розвитку підприємницької компетентності*

Блок моделі	Структурні компоненти	Змістова характеристика	Функціональне призначення
Концептуально-методологічний	Синтез нормативно-компетентнісного, галузево-динамічного, цифрово-трансформаційного та міжрівневого підходів.	Осмислення змісту освіти як відкритої, динамічної системи, чутливої до технологічних, індустриальних і соціокультурних змін, орієнтацію на розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій	Формування теоретичного підґрунтя системного оновлення змісту підготовки з орієнтиром на розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій
Нормативно-інтеграційний	Стандарти спеціальності «Цифрові медіатехнології»; міжрівнева наступність; циклічний перегляд результатів навчання.	Інтеграція технологічних, креативних і прикладних компетентностей; вертикальна логіка професійного зростання підприємницького контексту без дублювання змісту.	Забезпечення цілісності та регульованості змістової модернізації з орієнтацією на розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.
Галузево-технологічний	Соціальне партнерство; цифрова трансформація; інтеграція інноваційних напрямів.	Спільне проєктування модулів із представниками індустрії; перебудова змісту відповідно до цифрового виробничого циклу; системна інтеграція ІІІ, VR / AR, генеративних технологій, конкурентноспроможних на ринку медіа	Підприємницька адаптація освітньої програми до динаміки цифрової індустрії.

Кадрово-ресурсний	«Подвійно кваліфіковані» викладачі; розвиток цифрової грамотності; цифровізація навчально-методичного забезпечення.	Підвищення галузево-цифрових і підприємницької компетентностей педагогів; створення інтерактивних цифрових освітніх середовищ.	Забезпечення спроможності до реалізації інноваційного змісту, орієнтованого на розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів.
Ціннісно-компетентнісний	Баланс професійно-технологічного, креативного, гуманітарного та вибіркового складників.	Інтеграція етичних, культурних, соціальних та підприємницьких аспектів цифрового виробництва у професійні модулі.	Формування комплексної професійної ідентичності та відповідальності як компонентів підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів.
Процесуально-оцінювальний	Циклічний механізм: моніторинг галузевих змін → оновлення результатів навчання → модульна реконфігурація → апробація → оцінювання якості.	Безперервний зворотний зв'язок між стандартом, освітньою програмою та ринком праці.	Системна та безперервна модернізація змісту підготовки з орієнтиром на розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів.

**узагальнено та укладено таблицею автором*

Таким чином, запропонована інтегративно-динамічна теоретико-методична модель системного оновлення змісту підготовки бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР з точки зору розвитку підприємницької компетентності інтегрує нормативні вимоги, міжрівневу наступність, галузеве партнерство, цифрову трансформацію, розвиток викладацького потенціалу, цифровізацію навчальних матеріалів та баланс професійного й гуманітарного змісту у єдину концептуально узгоджену систему. Ця інтеграція дозволяє усунути виявлену наукову прогалину й забезпечити цілісне, науково обґрунтоване удосконалення змісту розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.



Рис. 2.3. Модель системного оновлення змісту підготовки бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР з точки зору розвитку підприємницької компетентності*

**розроблено та змодельовано автором*

Отже, на основі здійсненого теоретичного аналізу нормативних документів, освітніх програм і наукових праць щодо формування та модернізації змісту підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР з точки зору розвитку підприємницької компетентності зроблено такі висновки.

Встановлено, що формування змісту професійної освіти в КНР здійснюється в умовах системної державної регламентації та стратегічної орієнтації на потреби цифрової економіки, а зміст підготовки бакалаврів цифрових медіатехнологій з орієнтиром на розвиток їхньої підприємницької компетентності визначено як ключовий інструмент реалізації національної політики цифрової трансформації та розвитку креативних індустрій.

З'ясовано, що концептуальною основою формування змісту навчання є поєднання підходу Outcome-Based Education (OBE), принципу інтеграції освіти й виробництва (产教融合), модульного дизайну освітніх програм та

динамічного оновлення компетентнісних матриць відповідно до змін технологічного середовища.

Виявлено, що підготовка майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР має міждисциплінарний характер і поєднує інженерно-технологічні, інформаційно-аналітичні, креативні та комунікаційні компоненти, забезпечуючи інтеграцію технічної, творчої та управлінської складових майбутньої професійної діяльності, розвиток підприємницької компетентності студентів.

Встановлено наявність суперечності між нормативно визначеними компетентнісними вимогами стандартів і браком чітко окреслених механізмів їх системного та динамічного оновлення для розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій на рівні конкретної освітньої програми, що ускладнює оперативну адаптацію змісту до швидкоплинних змін у сфері цифрових технологій.

Обґрунтовано інтегративно-динамічну теоретико-методичну модель, що поєднує концептуально-методологічний, нормативно-інтеграційний, галузево-технологічний, кадрово-ресурсний, ціннісно-компетентнісний, процесуально-оцінювальний блоки й передбачає циклічний механізм оновлення результатів навчання та змістових модулів підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР для розвитку їхньої підприємницької компетентності.

Окреслено основні положення запропонованої інтегративно-динамічної теоретико-методичної моделі системного оновлення змісту підготовки бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР для розвитку їхньої підприємницької компетентності.

Отримані результати створюють теоретико-методологічне підґрунтя для подальшого проєктування та експериментальної перевірки запропонованої моделі системного оновлення змісту підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, а також

розроблення рекомендацій щодо модернізації професійної бакалаврської освіти в умовах цифрової трансформації.

Отже, із точки зору розвитку підприємницької компетентності студентів, китайська модель підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах характеризується високим рівнем технологічної та виробничої орієнтації, однак підприємницькі компетенції розвиваються переважно фрагментарно та опосередковано. Перехід до інтегрованої парадигми підприємницької та інноваційної підготовки відбувся шляхом: а) систематизації бізнес-компонентів; б) збільшення різноманітності креативних курсів; в) перетворення практики на інкубаційний простір; г) зміщення акценту з виробництва продукту на створення та масштабування бізнесу.

Водночас, конструктивні зміни у розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах можливі лише за умови комплексної позитивної, цілеспрямованої мотивації зазначеного процесу та застосування інноваційних форм та методів навчання.

2.3 Форми, методи, засоби розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР

Професійна освіта є ключовим елементом китайської системи вищої освіти. Студенти вищих професійних коледжів КНР, як кваліфіковані фахівці, є потужною рушійною силою економічного та соціального розвитку. Тому сприяння інноваціям у професійній освіті має вирішальне значення для задоволення потреб у робочій силі як в економічній, так і в соціальній сферах. Реформи та інновації в методах навчання формують основу для інновацій в освіті та поглиблення педагогічних реформ, а також слугують основою для

розвитку інноваційних кадрів (Hong Wei & Wang Dong, 2021; Yutong Wang & Ying Ma, 2022).

Типова тривалість професійної освіти у КНР становить 2–3 роки. Освітні цілі є специфічними для певної галузі та професії, пріоритетом яких є практичні навички, операційна компетентність та розвиток професійної етики. Акцент зроблено на практичному застосуванні знань та орієнтації на працевлаштування, а навчальні програми тісно узгоджені з реальними потребами у виробництві, наданні послуг та управлінні. Випускники отримують диплом без необхідності отримання ступеня, що забезпечує основу для розвитку кваліфікованої робочої сили (Li Yangrong, 2019; Haijiao Chen et al., 2022). За традиційних методів навчання деякі викладачі повільніше адаптуються до оновлених педагогічних філософій. Викладання часто надає пріоритет класній дисципліні, а не створенню динамічного навчального середовища, створюючи атмосферу, в якій студенти не можуть розвивати свій інноваційний, творчий та підприємницький потенціал. Щоб краще готувати висококваліфікованих фахівців, викладачі вищих професійних коледжів КНР повинні змінити свою філософію викладання (Xu Mengxi & Wu Xiaobin, 2022). Це вимагає інтеграції інноваційних методів навчання, адаптованих до когнітивних та поведінкових характеристик студентів вказаних закладів вищої освіти. Такі педагогічні інновації можуть значно покращити загальну якість навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. Кінцевою метою навчання є зміщення акценту із зовнішніх ефектів професійної освіти на адаптацію поведінки та навчальних звичок студентів, а також розвиток їх загальної якості, зокрема – підприємницької компетентності (Xuyan Wang et al., 2024).

Сучасна трансформація світової економіки, зумовлена цифровізацією та розвитком креативних індустрій та інформаційних технологій, підкреслює потребу у фахівцях, які можуть поєднувати технічні, креативні та підприємницькі компетенції. Це особливо важливо у сфері цифрових медіатехнологій, де професійна діяльність безпосередньо пов'язана з

інноваціями, стартап-культурою, дизайн-мисленням та самозайнятістю. У КНР система вищих професійних коледжів відіграє ключову роль у підготовці практично-орієнтованих бакалаврських ступенів у цифрових медіатехнологіях. Національна стратегія розвитку інновацій та підприємництва (Керівні висновки Генерального офісу Державної ради, 2021; Ronghua Zhou et al., 2024; Yutong Wang & Ying Ma, 2022) визначає розвиток підприємницької компетентності у студентів як один із пріоритетів освітньої політики. Водночас ефективність такої освіти значною мірою залежить від рівня внутрішньої, цілеспрямованої та позитивної мотивації студентів, удосконалення змісту їхньої підготовки та якості викладання.

Приміром, завдяки стратегічному просуванню проєкту «Подвійна освіта» вищі професійні коледжі Гуандуна взяли відповідальність за оптимізацію якості освіти та покращення якості викладання. З точки зору покращення якості підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР значущим є стан цифрових освітніх ресурсів. Дослідженням встановлено комплексний процес інноваційної побудови освітнього процесу, що включає визначення вимог, побудову ресурсів, системну інтеграцію та застосування (Jian Dong et al., 2024).

Дослідники формування підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів у вищих професійних коледжах КНР довели, що вказаному процесу сприяє спеціально організоване сучасне освітнє середовище, що повинно забезпечувати: можливість вибору студентами навчального завдання та його практичну спрямованість (Hong Wei & Wang Dong, 2021); інтеграцію теорії з практикою шляхом застосування інноваційних форм навчання за умови підтримки самостійної та проєктної діяльності (Yutong Wang & Ying Ma, 2022). Таке середовище сприяє переходу від формального навчання майбутніх бакалаврів до їхньої свідомої освітньої діяльності шляхом застосування інноваційних форм, методів та засобів навчання.

Схарактеризуємо використання інноваційних форм, методів та засобів розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, ґрунтуючись на окремих тенденціях вказаного процесу, виокремлених у першому розділі цього дослідження.

Так, тенденція застосування проектно-орієнтованого та міждисциплінарного підходів до навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій характеризується тим, що проектне навчання є провідною формою освіти для студентів цієї спеціальності (Ying Hu, 2024). Студенти на системній основі виконують складні міждисциплінарні проекти: створення цифрової анімації, сценаріїв віртуальної реальності, інтерактивних веб-сайтів та мобільних додатків (Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024).

Проектне навчання майбутніх бакалаврів є практично необхідним у цифрових медіа, оскільки результатом їхньої подальшої професійної діяльності є медіапродукт, а не сукупність знань. Дослідження підготовки композитних майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій підкреслюють пріоритетну роль проектного підходу у розвитку їхніх практичних навичок (Dongmei Guo, 2020).

Особливості впровадження проектного навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій передбачає використання гнучких підходів до співпраці з ІТ-компаніями та медіастудіями, оцінювання на основі портфоліо, розробку продуктів у команді (Lijie Hao et al., 2024). Дослідження Ying Hu (Ying Hu, 2024) демонструє, що проектне навчання підвищує професійну автономію майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій та сприяє розвитку їхніх м'яких навичок. Студенти працюють над реальними проектами щодо розробки анімаційних продуктів, створення VR / AR контенту, проектування інтерактивних медіаплатформ, розробки цифрових рекламних кампаній тощо (Yutong Wang & Ying Ma, 2022).

Наприклад, результативними є курсові проекти, що демонструють розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових

медіатехнологій: дизайн інтерфейсу мобільного телефону; конкурсний проєкт на тему «Реклама розумного паска для шахтарів, що використовується для підземних аварійно-рятувальних робіт»; соціальний проєкт «Туга батьків за дитиною, коли вона дорослішає», «Креативний дизайн талісмана «Доктор Клауд»»; соціальна реклама «Тримайтеся подалі від знущань у кампусах» тощо (Додаток Е).

Особливістю китайської моделі розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій є активна співпраця з ІТ-компаніями шляхом спільної організації та проведення спеціальних проєктів, зокрема із фірмами Tencent та Huawei, які беруть участь у формуванні освітніх стандартів та забезпечують галузеві стажування загалом у рамках підприємницької освіти. У процесі виконання та презентації студентами медіапроєкту, оцінки потужними фірмами результатів студентських робіт, що здійснюється лише через призму купівельної спроможності медіапродукту навчального проєкту, студенти усвідомлюють рівень підприємницької відповідальності своїх медіанавичок (Xiaoxin Zhai & Pengfei Chen, 2024; Hong Wei & Wang Dong, 2021).

Таким чином, проєктне навчання є домінівним методом розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР.

Один із різновидів впровадження проєктно-орієнтованого та міждисциплінарного підходів у навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій – це застосування методів дизайн-мислення та кейс-стаді, базованих на інтеграції теорії та практики, використанні цифрових платформ та моделюванні реальних виробничих медіапроцесів (Zhang Xiaohua, 2021).

Метод дизайн-мислення та кейс-стаді як тематичні дослідження зосереджені на аналізі реальних медіапроєктів та охоплюють формування умінь: емпатії до медіакористувача, передбачаючи, чи здатний він придбати розроблений цифровий продукт; формулювання проблеми та способів її вирішення щодо виробництва та збуту медіапродукту; генерувати кілька ідей

щодо вироблення медіапродукту, активного на ринку товару (Yahong Xie, 2020); створювати прототипи чинних медіапродуктів; здійснювати підприємницьке тестування медіапродукту (Li Hua & Li Zipeng, 2023). Таким чином, метод дизайн-мислення та кейс-стаді сприяють розвитку креативності та аналітичних навичок, стратегічного та інноваційного мислення, як складників підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

Також різновидом впровадження проєктно-орієнтованого та міждисциплінарного підходів у навчанні майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій вищих професійних коледжів КНР є інтеграція STEAM-освіти (Wang Yixin & Zhang Ming, 2020). Освітні програми підготовки вказаних фахівців, логічно, передбачають застосування наскрізного програмування, формування UX / UI-дизайну, 3D-моделювання, аудіовізуальних технологій з точки зору розробки цифрового медіапродукту, орієнтованого на споживача та його ринкову конкурентність (Guo Shanshan & Peng Yuyu, 2023). Застосування штучного інтелекту поєднують із умінням використання елементів когнітивної психології: передбачення сприйняття споживачем медіапродукту (Zhitong Zhou, 2018). Отже, STEAM-освіта сприяє реалізації міждисциплінарного підходу та формуванню системного бачення цифрових процесів з орієнтацією на споживача та кінцеву ринкову конкурентноспроможність медіапродукту, що розвиває підприємницьку компетентність майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

Отже, розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, з позиції тенденції застосування проєктно-орієнтованого та міждисциплінарного підходів, сприяє домінування проєктного навчання; впровадження методів дизайн-мислення та кейс-стаді; інтеграція STEAM-освіти (рис. 2.4):



Рис. 2.4. Проектно-орієнтований та міждисциплінарний підхід до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР*

**узагальнено та змодельовано автором*

У рамках наступної тенденції розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – цифрової трансформації освітнього процесу засобами EdTech-підходу – йдеться, передусім, про створення спеціального цифрового освітнього середовища. Дослідження констатують, що вищі професійні коледжі КНР активно впроваджують застосування хмарних середовищ, віртуальних лабораторій, системи електронних портфоліо (Zhang Xiaohua, 2019; Haijiao Chen et al., 2022). При цьому вирішальним аспектом є формування цифрової культури та цифрової етики майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій (Li Yangrong, 2019).

Проблеми та стратегії створення цифрових освітніх ресурсів у вищих професійних коледжах КНР описані в сучасних прикладних дослідженнях. Цифровізація освіти в КНР передбачає розробку платформ та ресурсів, однак пріоритет – інтеграція цифрових методів та засобів навчання: створення бази

даних високоякісних кейсів та шаблонів (передпродакшн, продакшн, постпродакшн) та репозиторіїв ресурсів. Для розвитку підприємницької компетентності важливими є аналітична робота із кейсами щодо політики ліцензування, аналіз прогресу LMS (Yan Liu, 2019).

Найпопулярнішими, за визначеннями майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, указаними у проведеному анкетуванні (Додаток А), є застосування цифрових симуляторів та тренажерів (у випадках, де це можливо), VR-лабораторій, що дозволяють студентам: створювати 3D-контент; моделювати інтерактивні середовища та симуляції; тестувати UX / UI-рішення та медіапродукти у віртуальному середовищі; моделювати користувацький досвід. На думку майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, зокрема використання технології XR підвищує занурення та розвиває практичні навички, а імерсивні технології підвищують професійну мотивацію та креативність.

Особливу увагу у процесі професійної підготовки майбутніх бакалаврів цифрових технологій навчання виконує застосування штучного інтелекту. Зростаюча національна увага до штучного інтелекту в освіті ще більше підкреслює важливість такого впровадження (Biaocai Huang, 2019). Ключові критерії ефективності його застосування – це «контент», «інструменти», «етика» (Rong Yi & Xue Zitao, 2021). Дослідниками доведено, що штучний інтелект слід інтегрувати в контент підготовки майбутніх фахівців не як окремий курс для самого курсу, а як:

- засіб навчальної роботи медіавиробництва з метою, приміром, генерації ескізів, зменшення шуму на відео, створення процедури субтитрування та масштабування, здійснення інтелектуального редагування;
- суб'єкт для критичної оцінки кінцевого медіапродукту без упередженості, однак зі збереженням та дотриманням авторського права, уникаючи маніпуляції та діпфейків (Guifang Ma, 2020; Xiao Jiao Wen, 2018; Xuehua Zhang, 2019; Shen Jiaodi, 2024). Завдяки доцільному застосуванню штучного інтелекту можна об'єктивно перевірити професійні знання та

навички у сфері цифрових медіатехнологій у напрямі підприємництва: дізнатися, як працюють розроблені моделі; які фінансові та інші ризики можуть очікувати у процесі логістики медіапродукту; як перевірити купівельну спроможність очікуваних результатів тощо (Feng Jie, 2019).

Після пандемії COVID-19 впровадження онлайн-навчання та змішаного форми навчання у вищій освіті КНР значно активізувалося. Нині у підготовці майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій активно використовують платформи XuetangX і Course (Bao Yingding, 2020). Ці платформи дозволяють застосовувати гейміфікацію освітнього процесу з підприємницьким контекстом (Guo Shanshan & Peng Yuyu, 2023); впроваджувати адаптивні системи та алгоритми навчання (Junhong Chen, 2019); використовувати великі дані для моніторингу прогресу навчання; інтелектуальні системи оцінювання, зокрема завдань підприємницького контексту (Jian Dong et al., 2024) тощо.

Таким чином, розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР сприяє створення спеціального цифрового освітнього середовища, основними цифровими методами та засобами якого є хмарні середовища, віртуальні лабораторії (VR-лабораторії), система електронних портфоліо, створення бази даних високоякісних кейсів та шаблонів (передпродакшн, продакшн, постпродакшн) та репозиторіїв ресурсів, аналітична робота із кейсами щодо політики ліцензування та аналізу прогресу LMS, цифрові симулятори та тренажери (технології XR, імерсивні технології). Окрему значущу роль у цьому контексті займає штучний інтелект як засіб навчальної роботи медіавиробництва та суб'єкт для критичної оцінки кінцевого медіапродукту. Типовою формою навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій є онлайн-навчання та змішані форми навчання: платформи XuetangX і Course, де також застосовують гейміфікацію освітнього процесу з підприємницьким контекстом, адаптивні системи та алгоритми навчання, великі дані для моніторингу прогресу навчання; інтелектуальні системи оцінювання завдань підприємницького контексту (рис. 2.5):

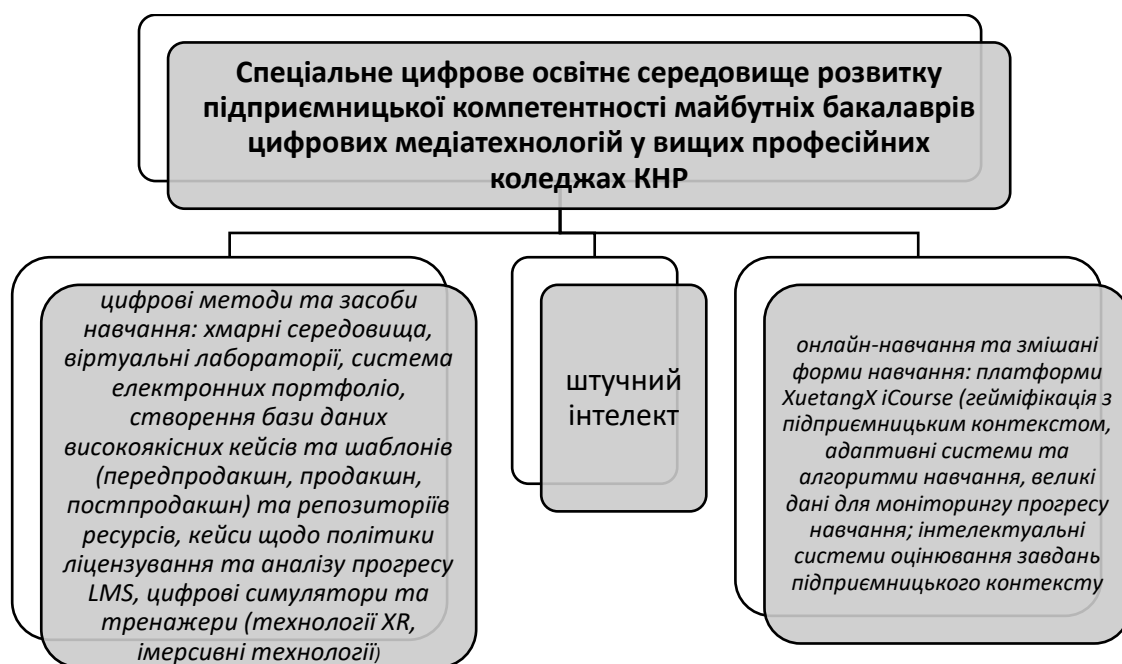


Рис. 2.5. Створення спеціального цифрового освітнього середовища розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР

**узагальнено та змодельовано автором*

Наступна тенденція розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – впровадження моделі «виробництво ↔ освіта» – реалізована шляхом впровадження дуальної системи освіти, успішно запозиченої у німецькій вищій освіті (Ronghua Zhou et al., 2024). У варіанті КНР це радше має вигляд коледжу-компанії, що функціонує від формалізму виконаного завдання до спільного проектування медіапродукту, котрого можна продати на ринку медіатовару (Yijun Lv et al., 2021). За таких умов 30–50 % навчального часу присвячено виробничій практиці (TSDMT-HVU, 2025), створюються спільні лабораторії з компаніями, навчальні та виробничі центри, корпоративні відділи, а у викладанні беруть участь досвідчені фахівці. Серед галузевих партнерів часто є такі компанії, як Tencent та Huawei, що допомагає оновлювати навчальні програми відповідно до ринку праці. (Yijun Lv et al., 2021).

Співпраця вищих професійних коледжів КНР у підготовці майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій із промисловістю також відбувається шляхом: спільної розробки брифів та тематичних досліджень підприємницького характеру (Liu Fangtao, 2020); спільного навчання наставників-практиків (Haijiao Chen et al., 2022); оновлення апаратного та програмного забезпечення (Hu Jie & Zhang Ling, 2023);

Отже, дуальна освіта сприяє розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій шляхом формування практичних навичок та подоланню розриву між освітою та ринком праці. Ця логіка узгоджується з державною політикою інтеграції професійної освіти з виробництвом та підвищення рівня професійної підготовки на засадах підприємництва.

На думку дослідників (Biaocai Huang, 2019; Guifang Ma, 2020; Xiao Jiao Wen, 2018; Feng Jie, 2019; Xuehua Zhang, 2019; Shen Jiaodi, 2024), розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій КНР здійснюються шляхом інтеграції формування професійно-технологічних (жорстких) та особистісно-поведінкових (м'яких) навичок, що мають бізнес-орієнтовані компоненти. При цьому, дослідниками доведено, що розвиток м'яких навичок підприємницької компетентності студентів відбувається винятково шляхом практики (Zhang Xiaohua, 2021; Li Hua & Li Zipeng, 2023; Yahong Xie, 2020). До жорстких (твердих) навичок підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій зараховують здатність та готовність здійснювати: виробничий цикл медіатехнологій; розробку програмного забезпечення (3D, UI, VFX тощо); технічну реалізацію медіапродуктів; використання для ринку інструментів штучного інтелекту та цифрової дистрибуції; застосування бізнес-навичок (основ підприємництва) та бізнес-моделювання; прорахунок та реалізацію маркетингу, монетизації, використовуючи фінансові знання засобами юридичного забезпечення та управління проєктами (Wang Yixin, & Zhang Ming, 2020; Guifang Ma, 2020; Feng Jie, 2019; Xuehua Zhang, 2019).

До м'яких навичок (особистісно-поведінкових) підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій зараховують вияв стресостійкості (шляхом вивчення курсу психічного здоров'я), відповідальності та правової культури; етики та взаємодії в команді; здатність до адаптації у складних ринкових умовах; стратегічне мислення щодо поточної та перспективної ринкової ситуації. Формування таких навичок здійснюється шляхом застосування хакатонів, створення та діяльності лабораторій навчання стартапів; реалізації програм промислового наставництва цифрових медіапродуктів; симуляцій командного виробництва (Wang Yixin & Zhang Ming, 2020; Yan Liu, 2019; Lai Yusi, 2023, Shen Jiaodi, 2024). Однак вказані дослідники також констатують, що у китайській моделі розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій бракує системної інституціоналізації основної бізнес-навички як окремої структурної одиниці навчальної програми, адже цей блок не структурований окремим напрямом.

У контексті впровадження моделі «виробництво ↔ освіта» як тенденції розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР значущу роль відведено формуванню професійності викладачів. У системі вищої професійної освіти КНР викладачі виступають не лише джерелом знань, а й організаторами освітньої та професійної діяльності, своєрідними керівниками виробництва – артдиректорами. Їхня здатність пов'язувати навчальний матеріал із реальними професійними ситуаціями значно підвищує мотивацію та якість навчання студентів (Zhao Dongxia, 2023). Тому викладачі досить часто або мають подвійну кваліфікацію (Xia Xiaotian & Tang Juan, 2020; Qian Zhang, 2019), або запрошені з реального виробництва, або проходять систематичні стажування у спеціальних центрах розвитку викладачів (Zhao Dongxia, 2023).

Водночас навчальні програми підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій демонструють політично обумовлену та стандартизовану інтеграцію навчання підприємництву, а роль викладачів-

наставників у галузевих проєктах – формалізована, що вже відображено у вимогах до практичного навчання та партнерської бази в умовах дуальної освіти (Guifang Ma, 2020). Таким чином, розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, з позиції тенденції впровадження моделі «виробництво ↔ освіта», сприяє реалізація дуальної системи освіти; інтеграція формування професійно-технологічних (жорстких) та особистісно-поведінкових (м'яких) навичок; формування професійності викладачів (рис. 2.6):

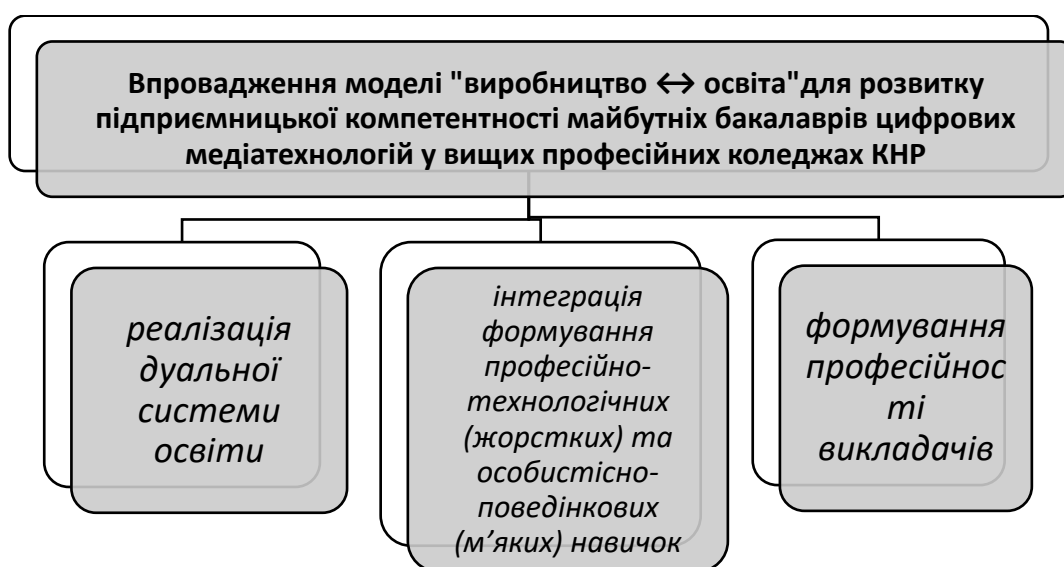


Рис. 2.6. Впровадження моделі «виробництво ↔ освіта» для розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР*

**узагальнено та змодельовано автором*

Отже, інноваційні форми, методи та засоби навчання у вищих професійних коледжах КНР забезпечують підготовку конкурентоспроможних випускників, розвиток підприємницької компетентності бакалаврів цифрових медіатехнологій, здатних до професійної адаптації у швидкозмінній цифровій економіці. Зазначене здійснюється у рамках реалізації тенденцій: впровадження проєктно-орієнтованого та міждисциплінарного підходів (пріоритету проєктного навчання; впровадження методів дизайн-мислення та кейс-стаді; інтеграції STEAM-освіти), створення спеціального цифрового

освітнього середовища (цифрові методи та засоби навчання: хмарні середовища, віртуальні лабораторії, система електронних портфоліо, створення бази даних високоякісних кейсів та шаблонів (передпродакшн, продакшн, постпродакшн) та репозиторіїв ресурсів, кейси щодо політики ліцензування та аналізу прогресу LMS, цифрові симулятори та тренажери (технології XR, імерсивні технології); штучний інтелект; онлайн-навчання та змішані форми навчання: платформи XuetangX і Course (гейміфікація з підприємницьким контекстом, адаптивні системи та алгоритми навчання, великі дані для моніторингу прогресу навчання; інтелектуальні системи оцінювання завдань підприємницького контексту), впровадження моделі «виробництво ↔ освіта» (реалізація дуальної системи освіти; інтеграція формування професійно-технологічних (жорстких) та особистісно-поведінкових (м'яких) навичок; формування професійності викладачів). Досвід Китайської Народної Республіки є цінним для модернізації освітніх систем інших країн, особливо України, за умови дотримання балансу між технологічною та гуманітарною складовими освіти, з урахуванням специфіки їхнього освітнього середовища.

Узагальнення результатів нашого дослідження у першому та другому розділі дає підстави зробити висновок про розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, як державоцентричної моделі «підприємець як елемент державної стратегії». За такого ключового підходу розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – це інституційно вбудована ідеологічна складова, тобто інтеграція підприємницької діяльності з парадигмою національної безпеки. Тобто, бакалаврські програми з цифрових медіатехнологій у КНР проводяться в рамках державоцентричної моделі підприємництва, в якій підприємницька діяльність розглядається не лише як ринкова ініціатива, а й як інструмент досягнення стратегічних національних пріоритетів. Характерними рисами такої моделі визначено:

- стратегічну узгодженість із державною політикою;
- нормативну та ціннісну інтеграцію підприємництва;
- ідеологічну підтримку освітнього процесу;
- підпорядкування інновацій національним цілям.

Ці особливості розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР не оцінюються з точки зору ефективності чи неефективності, а вважаються результатом конкретного соціально-політичного контексту системи вищої освіти КНР, оскільки поточні макроекономічні показники КНР, динаміка інноваційного сектору та глобальна конкурентоспроможність цифрових галузей вказують на ефективність цієї моделі в національному контексті.

Водночас, якість розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР гарантована не лише змістом навчальних тем, але й освітнім дизайном: тематичними дослідженнями, організацією семінарів, оцінюванням портфолію, цифровою інфраструктурою навчального середовища та відповідальною інтеграцією штучного інтелекту.

На цьому етапі дослідження укладено практичні рекомендації для вищих професійних коледжів КНР щодо розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій:

1. Реструктуризувати навчальну програму підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій навколо міжгалузевих проєктів, у яких підприємницькі дисципліни відіграватимуть сервісну роль.
2. Системно використовувати моделі стартап-проєкту у дипломних роботах.
3. Встановити мінімальний галузевий пакет: 2–3 реальні кейси на рік, зовнішні перевірки, стажування з ключовими показниками ефективності (KPI).

4. Удосконалити впровадження штучного інтелекту як інструменту з урахуванням етичного питання: правил використання, валідації, авторського права.

5. Стандартизувати цифрові ресурси: банки завдань, рубрики, шаблони, репозиторії навчальних ресурсів.

6. Оновити систему оцінювання, зокрема критерії оцінювання портфоліо, захисту проєктів, зовнішньої експертизи тощо.

7. Підвищити цифрові педагогічні компетентності викладачів, оскільки цифрова трансформація змінює роль викладачів та вимоги до їхніх методологічних інструментів.

8. Включити до навчальних курсів; бізнес-аналіз; захист бізнес-плану та креативного продукту; презентацію інвесторам або галузевим експертам; оцінку на основі критеріїв комерційного потенціалу; інтегрувати міждисциплінарні дослідження (приміром, ІІІ з дизайном та маркетингом) тощо.

Виокремлені та узагальнені практичні рекомендації не претендують на унікальність та беззаперечність і потребують подальшої експериментальної перевірки.

Подальшого дослідження потребує здійснення порівняльної характеристики розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР та відповідних закладах вищої освіти України.

Висновки до другого розділу

На основі узгодження сучасних тенденцій розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР із компонентами та показниками досліджуваного явища, виокремлено педагогічні умови вказаного процесу: 1) формування цілеспрямованої позитивної мотивації до розвитку підприємницької

компетентності; 2) удосконалення змісту навчання; 3) використання інноваційних форм, методів та засобів навчання.

Дотримання першої педагогічної умови є системним фактором, що забезпечує ефективність освітнього процесу у вищих професійних коледжах КНР, забезпечуючи усвідомлене ставлення студентів до навчання, стійкий інтерес до пізнавальної діяльності та готовність до професійного та особистісного саморозвитку. Формування цілеспрямованої позитивної мотивації до розвитку підприємницької компетентності ґрунтується на таких основних концепціях: а) нормативно-правового забезпечення; б) автономії; в) стимулювання шляхом застосування інноваційних форм та методів навчання; г) надання переваги формуванню ділової комунікативності. Результати проведеного анкетування, опитування та інтерв'ювання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій засвідчили, що, переважно, (68,42 %) студенти вмотивовані до розвитку підприємницької компетентності почуттям сорому та відповідальності, адже інакше вони підведуть свою родину і не виправдають кошти, витрачені на їхню вищу освіту.

Щодо другої педагогічної умови розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій (удосконалення змісту навчання), то для вищих професійних коледжів КНР покращення змісту бакалаврської освіти з цифрових медіатехнологій є характерною тенденцією поєднання трьох факторів: а) посилення регуляторної професійної освіти; б) реалізації інституційних програм якості («Подвійний диплом»); в) цифровізації та трансформації освіти та промисловості в напрямі ІІІ. Проведене експериментальне дослідження показало, що майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій вищих професійних коледжів КНР вбачають удосконалення змісту їхньої професійної підготовки щодо розвитку підприємницьких компетентностей шляхом: а) введення до навчальних курсів практичного бізнес-модуля, правового та економічного модулів; б) посилення конкретних завдань підприємницького спрямування чи введення навчальних тем.

Третя педагогічна умова розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР – використання інноваційних форм, методів та засобів навчання – здійснюється у рамках реалізації тенденцій: 1) впровадження проєктно-орієнтованого та міждисциплінарного підходів; 2) застосування методів дизайн-мислення та кейс-стаді; 3) інтеграції STEAM-освіти; 4) створення спеціального цифрового освітнього середовища та репозиторіїв ресурсів, кейсів щодо політики ліцензування та аналізу прогресу LMS, цифрових симуляторів та тренажерів; 5) об'єктивного залучення штучного інтелекту; 6) онлайн-навчання та змішаних форм навчання: платформи XuetangX і Course; 7) інтелектуальних систем оцінювання завдань підприємницького контексту; 8) впровадження моделі «виробництво ↔ освіта»; 9) інтеграції формування професійно-технологічних (жорстких) та особистісно-поведінкових (м'яких) навичок; 10) формування професійності викладачів.

Доведено, що досвід КНР є цінним для модернізації освітніх систем інших країн, особливо України, за умови дотримання балансу між технологічною та гуманітарною складовими освіти, з урахуванням специфіки їхнього освітнього середовища. Обґрунтовано інтегративно-динамічну теоретико-методичну модель системного оновлення змісту підготовки бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР із точки зору розвитку їхньої підприємницької компетентності.

РОЗДІЛ 3

ВИКОРИСТАННЯ КИТАЙСЬКОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ ЦИФРОВИХ МЕДІАТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ

3.1. Сучасний стан розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у закладах вищої освіти України та КНР у порівняльному аспекті

Цифрова трансформація економіки, розвиток креативних індустрій та поширення інноваційних бізнес-моделей актуалізують підготовку фахівців, здатних поєднувати професійні знання у сфері цифрових медіатехнологій із підприємницькою ініціативністю та управлінським мисленням. Формування підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій постає як важливий складник їхньої професійної підготовки, що забезпечує здатність до створення та просування цифрових продуктів, реалізації стартап-проектів і функціонування в умовах інноваційного середовища. Особливої уваги набуває питання інтеграції підприємницької складової у фахові дисципліни цифрового профілю, а також розроблення організаційно-методичних засад її формування у процесі професійної підготовки. Науковий інтерес становить порівняльний аналіз підходів до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у закладах освіти України та Китайської Народної Республіки. Зіставлення освітніх стратегій, моделей взаємодії освіти й індустрії, механізмів підтримки студентського підприємництва створює підґрунтя для виявлення ефективних практик та можливостей їх адаптації.

Сучасні дослідження у вітчизняному та європейському науковому просторі представлені вивченням загальних аспектів розвитку підприємницької та цифрової компетентностей у системі вищої освіти. Зокрема, порівняльний аналіз рівня сформованості підприємницьких

компетентностей студентів творчих спеціальностей здійснено у праці Й. Дехтяре, Кр. Узуле, А. Стразда, Л. Ганущак-Єфіменко (Dehtjare et al., 2025), де досліджено відмінності між латвійськими та українськими студентами й акцентовано на необхідності інтеграції підприємницьких модулів у професійну підготовку.

Окремий напрям становлять дослідження цифрової компетентності як підґрунтя професійної та підприємницької готовності майбутніх фахівців. Теоретичні засади та тенденції розвитку інформаційно-цифрової компетентності у вітчизняній і зарубіжній педагогіці узагальнено у праці М. Суркова (Суркова, 2025). Особливості формування цифрової компетентності майбутніх фахівців професійної освіти в умовах глобальних викликів розкрито у статті С. Ткачук, О. Мельник, Т. Паска (Ткачук та ін., 2025), де обґрунтовано доцільність застосування проєктного навчання, цифрових платформ і міждисциплінарної інтеграції. У дослідженні М. Шиненко, В. Ткаченко та Ю. Лабжинського (Шиненко та ін., 2024) проаналізовано закордонний досвід розвитку цифрової компетентності науково-педагогічних працівників.

Вагомий сегмент наукових розвідок стосується безпосередньо підприємницької компетентності у вищій освіті. Так, у праці М. Lambarri Villa, J. Gordon-Isasi, E. Arrondo M. Lambarri Villa, J. Gordon-Isasi, E. Arrondo Diez (Lambarri Villa et al., 2025) досліджено рівень усвідомлення студентами старших курсів значущості підприємницької компетентності та доведено необхідність її системного впровадження у зміст бакалаврських програм. Практичний аспект поєднання цифрових технологій і підприємницької підготовки представлено у роботі О. Кравчиної (Кравчина, 2024), у якій обґрунтовано потенціал цифрових інструментів для розвитку ініціативності, інноваційності та проєктного мислення.

Водночас, більшість проаналізованих праць зосереджені на окремих аспектах – формуванні цифрової компетентності, розвитку підприємницьких якостей студентів окремих спеціальностей або підготовці педагогічних кадрів.

Комплексні дослідження, присвячені саме розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у закладах освіти України з урахуванням порівняльного аспекту з КНР, залишаються недостатньо представленими.

Мета цього параграфу дослідження – на основі порівняльно-педагогічного аналізу освітніх програм українських та китайських закладів вищої освіти виявити особливості змісту та системні розбіжності у підходах до формування підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

Для досягнення поставленої мети передбачено розв’язання таких завдань:

- проаналізувати сучасний стан інтеграції підприємницької складової у зміст підготовки бакалаврів цифрових та медіатехнологічних спеціальностей у ЗВО України;
- визначити та охарактеризувати моделі розвитку підприємницької компетентності у провідних ЗВО КНР;
- здійснити порівняння концептуальних засад формування професійної суб’єктності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в Україні та КНР;
- узагальнити спільні тенденції та принципові відмінності у підходах до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у відповідних закладах освіти України та КНР;
- обґрунтувати необхідність модернізації сучасних освітніх програм у відповідних закладах освіти України із урахуванням міжнародного досвіду розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

У сучасних наукових дослідженнях (Тулашвілі, 2021; Паска, Паска, 2024; Сурков, 2025; Ткачук та ін., 2025; Єжова, 2024; Вуков et al., 2020; Веїнагу, 2019; та ін.) проблема підготовки майбутніх бакалаврів цифрових технологій розглядається в контексті цифрової трансформації суспільства, що

зумовлює потребу у фахівцях, здатних ефективно застосовувати цифрові інструменти, розробляти технологічні рішення та працювати в умовах швидкого розвитку інформаційного середовища.

Окремим напрямом сучасних досліджень є вивчення структури професійних та універсальних компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових технологій. Зокрема, наголошується на необхідності розвитку так званих «м'яких навичок» (soft skills), які забезпечують ефективну комунікацію, здатність до командної роботи, критичне мислення та адаптивність до технологічних змін (Алексеева, Пірковець, 2025). Формування таких навичок описано як важливу складову підготовки фахівців цифрової сфери та їхньої професійної мобільності.

У окремих дослідженнях (Єжова, 2024; Паска, Паска, 2024; Тулашвілі, 2021) увагу акцентовано на міждисциплінарному характері підготовки фахівців цифрових технологій. Сучасні освітні програми мають поєднувати знання з інформаційних технологій, інженерії, економіки та управління, що дозволяє формувати комплексні професійні компетентності та забезпечувати адаптацію випускників до різних сфер діяльності. У цьому контексті важливим є також вивчення зарубіжного досвіду підготовки бакалаврів у технологічних галузях, що дає змогу визначити перспективні напрями модернізації національної системи освіти.

У науковій літературі (Dehtjare et al., 2025; Кравчина, 2024) наголошено, що підготовка майбутніх фахівців у галузі цифрових технологій має бути орієнтована не лише на формування технічних знань, а й на розвиток інноваційного мислення, підприємницьких здібностей та готовності до безперервного професійного розвитку. У сучасних умовах цифрової економіки такі компетентності стають важливою умовою професійної реалізації випускників і їхньої здатності адаптуватися до швидких технологічних змін.

Отже, аналіз сучасних наукових досліджень свідчить, що проблема підготовки майбутніх бакалаврів цифрових технологій в Україні охоплює

питання формування цифрових компетентностей, інтеграції сучасних технологій у освітній процес, розвитку універсальних професійних навичок та модернізації змісту вищої освіти відповідно до вимог цифрової економіки. Водночас актуальними залишаються питання удосконалення освітніх програм, впровадження інноваційних педагогічних технологій та розширення практичної підготовки студентів у сфері цифрових технологій.

У сучасній українській педагогічній та економічній науці значна увага приділена дослідженню підприємницької компетентності як однієї з ключових компетентностей майбутніх фахівців. Підприємницьку компетентність описано як інтегративну характеристику особистості, що поєднує економічні знання, практичні навички, мотивацію до підприємницької діяльності та здатність до інноваційного мислення (Seredina, 2020). Формування підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів відбувається у процесі професійної підготовки у ЗВО шляхом поєднання теоретичної підготовки з практично орієнтованим навчанням. У науковій літературі підкреслено значення практичних форм роботи, зокрема виконання навчальних проєктів, моделювання підприємницьких ситуацій, участі у стартап-проєктах та інших видах діяльності, що сприяють розвитку підприємницького мислення та креативності студентів (Баніт, 2019). Такі підходи дозволяють формувати у здобувачів освіти здатність застосовувати теоретичні знання в реальних економічних ситуаціях та розвивати навички ухвалення управлінських рішень.

Важливим напрямом досліджень є визначення структури підприємницької компетентності майбутніх фахівців. Вона описана як комплекс взаємопов'язаних компонентів, серед яких виділяють когнітивний, діяльнісний та мотиваційно-ціннісний (Біда та ін., 2021). Ефективне формування підприємницької компетентності передбачає розвиток економічного мислення, комунікативних умінь, креативності, здатності до ризику та відповідальності за ухвалені рішення. Також, наголошено на важливості формування психологічної готовності до підприємницької діяльності, що включає підприємницьку мотивацію, впевненість у власних

можливостях, здатність до самостійного ухвалення рішень та відповідальність за результати діяльності (Акімова, 2024). Такі характеристики є передумовою формування підприємницького потенціалу майбутніх фахівців.

Підприємницькі компетентності формуються не лише у студентів економічних спеціальностей, а й у здобувачів освіти інших галузей, що відповідає загальноєвропейським підходам до розвитку ключових компетентностей у системі вищої освіти. Порівняльні дослідження українських та зарубіжних студентів свідчать про зростання ролі підприємницьких навичок у професійній підготовці майбутніх фахівців і підтверджують актуальність інтеграції підприємницької освіти у навчальні програми

ЗВО (Dehtjare et al., 2025). Водночас дослідники підкреслюють, що формування підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів тісно пов'язане з розвитком інших ключових компетентностей, зокрема цифрової та інноваційної (Кравчина, 2024; Паска, Паска, 2024). Використання цифрових інструментів та сучасних освітніх технологій сприяє розвитку підприємницького мислення студентів, розширює можливості реалізації освітніх проєктів і підвищує ефективність навчального процесу. У цьому контексті важливу роль відіграє цифровізація освіти та впровадження інноваційних педагогічних методів навчання.

Таким чином, сучасні дослідження засвідчують зростання в Україні наукового інтересу до проблеми розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів. Основними напрямками досліджень є визначення сутності та структури підприємницької компетентності, розроблення методів її формування у процесі професійної підготовки, інтеграція підприємницької освіти у різні освітні програми та використання інноваційних освітніх технологій для розвитку підприємницького потенціалу студентів.

Отже, узагальнення сучасних наукових досліджень (Dehtjare et al., 2025; Кравчина, 2024; Паска, Паска, 2024) дає підстави стверджувати, що питання розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових

медіатехнологій в Україні перебуває на етапі активного формування та поступової концептуалізації. Науковці розглядають підприємницьку компетентність як важливий компонент професійної підготовки фахівців цифрової сфери, що поєднує здатність до інноваційної діяльності, використання цифрових ресурсів і реалізації творчих проєктів у медіасередовищі. Водночас аналіз наукових праць (Акімова, 2024; Баніт, 2024; Біда та ін., 2021; Seredina, 2020). свідчить, що більшість досліджень зосереджена переважно на загальних питаннях формування підприємницької компетентності студентів або на її розвитку у представників економічних чи педагогічних спеціальностей, тоді як підготовка майбутніх бакалаврів у галузі цифрових медіатехнологій лише поступово стає предметом окремих наукових розвідок. У цьому контексті дослідники (Алексєєва, Пірковець, 2025; Єжова, 2024) підкреслюють важливість інтеграції підприємницьких підходів у підготовку фахівців цифрових технологій. Сучасні наукові роботи (Паска, Паска, 2024; Сурков, 2025; Ткачук та ін., 2025; Шиненко та ін., 2024) акцентують на взаємозв'язку підприємницької компетентності з цифровою, комунікативною та інноваційною компетентностями, що формуються у процесі професійної підготовки у закладах вищої освіти та забезпечують готовність майбутніх фахівців до діяльності у цифровому медіапросторі.

Таким чином, сучасний стан дослідження розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в Україні характеризується зростанням наукового інтересу до цієї проблеми та розширенням кола досліджень, спрямованих на поєднання підприємницької освіти з цифровою підготовкою. Водночас подальшого наукового опрацювання потребують питання розроблення цілісних педагогічних моделей формування підприємницької компетентності саме у майбутніх фахівців цифрових медіатехнологій, а також визначення ефективних методів її розвитку в умовах цифровізації освіти та медіасфери.

У рамках дослідження сучасного стану розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій було

здійснено порівняльний аналіз актуальних освітніх програм і навчальних планів українських закладів вищої освіти, що безпосередньо або опосередковано здійснюють підготовку фахівців у сфері цифрових медіа, цифрових технологій та суміжних напрямів. Аналіз проведено на основі відкритих описів освітньо-професійних програм, навчальних планів та зазначених у них переліків освітніх компонентів і задекларованих програмних результатів навчання (Навчальний план «Видавництво та поліграфія» [НП ВП ХНУМГ], 2023; Освітньо-професійна програма «Цифрові медіа» [ОПП ЦМ ХНУМГ], 2023; ОПП ЦТб НУЛП, 2025; Освітньо-професійна програма «Професійна освіта (цифрові технології)» [ОПП ПОЦТ НУЛП], 2023; Освітньо-професійна програма «Комп'ютерні науки» [ОПП КН ХНУРЕ], 2024; Освітньо-професійна програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» [ОПП ПТБД КНЕУ], 2025). Аналіз здійснено методом зіставлення змісту та структурних характеристик освітніх програм різного профілю – медіатехнологічного, цифрово-технологічного, педагогічного, ІТ-орієнтованого та економічного. Такий підхід обрано з метою визначення, наскільки системно інтегрована підприємницька складова в підготовку фахівців цифрової медіасфери та чи має вона цілеспрямований характер.

Аналіз освітньо-професійної програми «Цифрові медіа» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 186 «Видавництво та поліграфія», що реалізована в Харківському національному університеті міського господарства імені О. М. Бекетова, засвідчує орієнтацію підготовки здобувачів на формування професійних компетентностей у сфері цифрового контенту, мультимедійного проєктування, веб-дизайну, цифрової верстки та медіапродакшен (ОПП ЦМ ХНУМГ, 2023). У структурі загальних компетентностей програми виявлено наявність елементів, пов'язаних із ініціативністю, здатністю до самореалізації, командної роботи та управління проєктами, що опосередковано корелює з підприємницькою компетентністю. Водночас, у формулюваннях спеціальних компетентностей підприємницьку складову не виокремлено як самостійний результат навчання. У навчальному

плані цієї програми (ОПП ЦМ ХНУМГ, 2023) переважають технологічні і креативні дисципліни, спрямовані на формування фахових умінь у галузі цифрових медіа. Таким чином, за відсутності окремих обов'язкових дисциплін економічного або бізнес-орієнтованого спрямування, розвиток підприємницької компетентності має переважно інтегрований і непрямий характер.

В освітньо-професійній програмі «Цифрові технології» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, що реалізована у Національному університеті «Львівська політехніка» (ОПП ПОЦТ НУЛП, 2023), виявлено відмінну модель акцентування підприємницької складової. Програма орієнтована на формування компетентностей у сфері цифрових систем, інформаційних технологій та інженерних рішень. У переліку загальних компетентностей передбачаються здатність до ініціативності, ухвалення рішень, організації діяльності та відповідальності за результати роботи. Проте, підприємницька компетентність не визначена як окрема програмна мета, а економічні аспекти цифрової діяльності не належать до ядра підготовки майбутніх бакалаврів цифрових технологій. Отже, розвиток підприємницького мислення в межах цієї програми є потенційно можливим, але не системно структурованим.

Освітньо-професійна програма «Професійна освіта (цифрові технології)» того ж закладу – Національний університет «Львівська політехніка» (ОПП ПОЦТ НУЛП, 2023) – демонструє педагогічну спрямованість підготовки майбутніх фахівців. У її змісті домінують психолого-педагогічні та методичні компоненти, що спрямовані на формування здатності здійснювати освітню діяльність у сфері цифрових технологій. Підприємницька компетентність у цій програмі не визначена як ключовий результат навчання, а економічні аспекти цифрової діяльності не мають системного відображення. Таким чином, у цьому випадку констатуємо мінімальний рівень інтеграції підприємницької складової в підготовку майбутніх бакалаврів.

Аналіз освітньо-професійної програми «Комп'ютерні науки» бакалаврського рівня, що реалізована у Харківському національному університеті радіоелектроніки (ОПП КН ХНУРЕ, 2024), свідчить про домінування алгоритмічної, програмної та інженерної підготовки. Програма спрямована на формування здатності до розроблення програмних продуктів, аналізу даних, проєктування інформаційних систем. У загальних компетентностях декларуються навички командної роботи, управління проєктами, ухвалення рішень, проте підприємницький аспект не є окремо акцентованим. Підприємницька компетентність формується опосередковано, переважно шляхом розвитку soft skills та проєктної культури, а не системної економічної або бізнес-підготовки.

Найбільш цілісно, на нашу думку, підприємницька компетентність представлена в освітньо-професійній програмі «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» бакалаврського рівня, що реалізована у Київському національному економічному університеті імені Вадима Гетьмана (ОПП ПТБД КНЕУ, 2025). У цій програмі підприємницька компетентність є центральною ціллю підготовки, що відображено у системі програмних результатів навчання, структурі фахових дисциплін, а також у спрямуванні практичної підготовки. Здобувачі формують здатність до створення та управління бізнесом, розроблення бізнес-планів, аналізу ринку, фінансового планування та управління ризиками. Водночас програма не належить до сфери цифрових медіатехнологій, що обмежує її пряме використання для підготовки медіафахівців, однак вважаємо, що вона може слугувати еталонною моделлю системної інтеграції підприємницької компетентності.

Результати здійсненого порівняльного аналізу рівня та характеру інтеграції підприємницької компетентності у змісті освітніх програм і навчальних планів українських

ЗВО, що безпосередньо або опосередковано здійснюють підготовку фахівців у сфері цифрових медіа, цифрових технологій та суміжних напрямів узагальнено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

**Порівняльний аналіз стану розвитку підприємницької
компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у
відповідних закладах освіти України***

Заклад вищої освіти	Освітня програма	Характер інтеграції підприємницької компетентності	Загальна оцінка рівня розвитку
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова	«Цифрові медіа»	Підприємницька складова інтегрована опосередковано; окремі бізнес-дисципліни відсутні.	Середній (непрямий, інтегрований характер).
Національний університет «Львівська політехніка»	«Цифрові технології»	Передбачено розвиток ініціативності та відповідальності; підприємницька компетентність не визначена як самостійна мета.	Середній / низький (потенційний, несистемний).
Національний університет «Львівська політехніка»	«Професійна освіта (цифрові технології)»	Домінують психолого-педагогічні компоненти; підприємницький аспект практично не представлений.	Низький (мінімальна інтеграція).
Харківський національний університет радіоелектроніки	«Комп'ютерні науки»	Підприємницькі елементи формуються шляхом розвитку soft skills та проєктну діяльність; економічна складова відсутня як системний компонент.	Середній / низький (опосередкований розвиток).
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана	«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»	Підприємницька компетентність є центральною метою підготовки; системна бізнес-орієнтована структура дисциплін і практики.	Високий (системоутворювальний характер).

**узагальнено та укладено таблицею автором*

Комплексний аналіз наукових джерел, робочих програм, нормативних документів підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у закладах вищої освіти України, із точки зору розвитку їхньої підприємницької компетентності, дозволив визначити проблемні аспекти традиційних навчальних планів та причини їхньої недостатньої ефективності зазначеного контексту:

а) фрагментація підприємницької освіти: інструментальні предмети відокремлені від власне виробничого процесу, тому студенти (за їхнім визначенням, указаним у анкетах) знають основи підприємництва, але не знають, як створити продукт;

б) відставання від галузевих стандартів цифрових медіатехнологій: вивчення змісту застарілих версій програмного забезпечення тощо;

Вважаємо, що виокремлені недоліки є системними та не можуть бути усунені шляхом лише додавання кількох тем до змісту навчальних дисциплін. Потрібна модель контенту, в якій теорія, форми, методи, практика та оцінювання складуть єдину логіку навчання.

Отже, порівняльний аналіз актуальних освітніх програм і навчальних планів українських ЗВО, що безпосередньо або опосередковано здійснюють підготовку фахівців у сфері цифрових медіа, цифрових технологій та суміжних напрямів засвідчує, що у програмах медіатехнологічного та цифрово-технологічного спрямування підприємницька компетентність переважно має інтегрований, імпліцитний характер і реалізована шляхом формування ініціативності, здатності до проєктної діяльності та командної роботи. Натомість у спеціалізованій економічній програмі вона структурована як системоутворювальний компонент підготовки. Це дозволяє констатувати, що сучасний стан розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у відповідних закладах освіти України характеризується фрагментарністю та відсутністю чітко вираженої інституціоналізації підприємницької підготовки в межах саме медіатехнологічних програм. Формування підприємницького мислення здійснюється переважно опосередковано, без виділення окремих освітніх компонентів бізнес-орієнтованого спрямування, що свідчить про потребу посилення міждисциплінарної інтеграції цифрових і підприємницьких компетентностей у структурі підготовки майбутніх фахівців цифрової медіасфери.

Виявлена у процесі аналізу українських освітніх програм тенденція до переважно імпліцитної, фрагментарної інтеграції підприємницької компетентності у підготовку майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій актуалізує необхідність розширення дослідження шляхом звернення до міжнародного досвіду. Зокрема, доцільним є зіставлення вітчизняних підходів із моделями підготовки, що реалізуються в ЗВО КНР, де цифрова економіка та креативні індустрії визначені як стратегічні напрями державного розвитку. Такий перехід від національного до міжнародного контексту дозволяє не лише окреслити альтернативні освітні практики, а й виявити потенційні напрями модернізації українських програм з огляду на інтеграцію цифрової та підприємницької складових.

На відміну від українських програм, у яких підприємницька компетентність здебільшого формується шляхом розвитку загальних компетентностей або використання проєктної діяльності без чіткої структурної інституціоналізації, освітні програми КНР у галузі цифрових медіатехнологій демонструють тенденцію до поєднання технологічної, креативної та бізнес-орієнтованої підготовки в межах єдиної концепції професійного становлення фахівця (BEng DMT-XJTU, 2025; BDMT-ZUST, 2025; BSc DMT-BIFCA, 2025). У цьому контексті показовими є програми Бірмінгемського інституту моди та творчих мистецтв (бакалавр наук (із відзнакою) «Технологія цифрових медіа») (BSc DMT-BIFCA, 2025), Чжецзянського університету науки і технологій («Бакалавр цифрових медіатехнологій») (BDMT-ZUST, 2025) та Сіань Цзяотун-Ліверпульського університету («Бакалавр цифрових медіатехнологій») (BEng DMT-XJTU, 2025), які репрезентують різні інституційні моделі – креативно-індустріальну, технологічно-інженерну та міжнародно-інтегровану.

Звернення до аналізу зазначених програм зумовлене тим, що вони функціонують у середовищі, де цифрові медіа розглядаються не лише як сфера професійної діяльності, а як сегмент інноваційної економіки, тісно пов'язаний із підприємництвом, стартап-культурою, комерціалізацією цифрового

продукту та розвитком креативних індустрій. Саме тому дослідження сучасного стану розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у ЗВО КНР дозволяє простежити, яким чином у структурі навчальних планів інтегруються технічні дисципліни, проєктна діяльність, елементи управління, інноваційного мислення та ринкової орієнтації. Вважаємо це логічним продовженням здійсненого аналізу українських освітніх програм і дає можливість виявити спільні тенденції та принципові відмінності у підходах до формування підприємницької компетентності здобувачів, а також оцінити рівень її системності, інституціоналізації та міждисциплінарної інтеграції в умовах різних освітніх і соціально-економічних контекстів.

Освітня програма Бакалавр наук (із відзнакою) «Технологія цифрових медіа», що реалізована у Бірмінгемського інституту моди та творчих мистецтв (BSc DMT-BIFCA, 2025), позиціонована як міждисциплінарна підготовка на стику цифрового дизайну, анімації, візуальних ефектів, інтерактивних медіа та креативних індустрій. Структура навчального плану передбачає поетапний розвиток професійних умінь шляхом поєднання технічних дисциплін (програмування, 3D-моделювання, розробка ігор, цифрова візуалізація) з творчими модулями та проєктною діяльністю. У контексті розвитку підприємницької компетентності значна частина навчання базується на виконанні індивідуальних і групових проєктів, орієнтованих на реальні ринкові запити. Формування здатності до самопрезентації, створення портфоліо, участі в конкурсах і креативних індустріальних ініціативах безпосередньо сприяє розвитку таких складників підприємницької компетентності, як ініціативність, інноваційність, уміння працювати з клієнтом і розуміння потреб ринку. Водночас у програмі Бірмінгемського інституту моди та творчих мистецтв (BSc DMT-BIFCA, 2025) підприємницька складова здебільшого інтегрована імпліцитно шляхом використання проєктної та креативної діяльності, а не виокремлена в самостійні модулі з бізнес-планування чи управління стартапами. Це вказує на домінування моделі

«креативного підприємництва», коли розвиток підприємницького мислення відбувається шляхом практики створення цифрового продукту.

Натомість освітня програма «Бакалавр цифрових медіатехнологій» Чжецзянського університету науки і технологій (BDMT-ZUST, 2025) демонструє більш технологічно орієнтований підхід із чіткою інженерною та прикладною складовою. Навчальний план охоплює фундаментальні дисципліни з комп'ютерних наук, цифрової обробки сигналів, мультимедійних систем, програмування, комп'ютерної графіки, що формують ґрунтовну технічну базу. У контексті підприємницької компетентності ця програма передусім забезпечує розвиток здатності створювати конкурентоспроможний технологічний продукт, працювати в інноваційному середовищі та інтегрувати цифрові рішення у виробничі процеси. Підприємницька складова тут проявляється шляхом орієнтації на прикладні дослідження, індустріальні стажування, співпрацю з підприємствами та виконання випускних кваліфікаційних проєктів, що мають практичну цінність для бізнесу (BDMT-ZUST, 2025). Порівняно з програмою Бірмінгемського інституту моди та творчих мистецтв (BSc DMT-BIFCA, 2025), у Чжецзянському університеті науки і технологій (BDMT-ZUST, 2025) підприємницька компетентність формується методами інженерно-інноваційної парадигми – як здатність комерціалізувати технологічні розробки, працювати в R&D-командах, оцінювати техніко-економічну доцільність цифрових рішень.

Особливий інтерес становить освітня програма «Бакалавр цифрових медіатехнологій» Сіань Цзяотун-Ліверпульського університету (BEng DMT-XJTLU, 2025), що реалізована у форматі міжнародного освітнього партнерства та поєднує британські та китайські освітні стандарти. Навчальний план орієнтований на інженерну підготовку з акцентом на програмування, комп'ютерні мережі, інтерактивні медіа, віртуальну та доповнену реальність, цифрові комунікації. Водночас, завдяки міжнародному контексту навчання, значну увагу приділено розвитку критичного мислення, командної роботи,

міжкультурної комунікації та управління проєктами. У цій програмі формування підприємницької компетентності передбачено шляхом системної інтеграції інженерного дизайну, проєктного менеджменту та інноваційного підходу до розробки цифрових продуктів. На відміну від програми Бірмінгемського інституту моди та творчих мистецтв (BSc DMT-BIFCA, 2025), де акцент зроблено на креативному самовираженні, та програми Чжецзянського університету науки і технологій (BDMT-ZUST, 2025), де домінує прикладна технологічність, освітня програма Сіань Цзяотун-Ліверпульського університету (BEng DMT-XJTLU, 2025) має більш структурований підхід до розвитку інженерного підприємництва: студенти навчаються аналізувати вимоги ринку, розробляти технічні рішення з урахуванням економічних обмежень і презентувати результати в академічному та бізнес-середовищі.

На основі проведеного порівняльного аналізу освітніх програм ЗВО КНР (BEng DMT-XJTLU, 2025; BDMT-ZUST, 2025; BSc DMT-BIFCA, 2025) виокремлено кілька спільних тенденцій. Серед них:

- у всіх трьох програмах формування підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій не обмежено вивченням окремих економічних дисциплін, а інтегровано в професійну підготовку методами застосування проєктної діяльності, індустріальні стажування та практико-орієнтовані завдання;
- значну увагу приділено формуванню здатності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій працювати в команді, що є ключовим елементом підприємницької діяльності в цифрових медіаіндустріях;
- проаналізовані програми орієнтовані на міжнародний ринок праці, що передбачає розвиток гнучкості, адаптивності та готовності до міжкультурної взаємодії.

Водночас, виявлено певні відмінності, що полягають у характері акцентів проаналізованих освітніх програм ЗВО КНР. Так, програма (Бакалавр наук (з відзнакою) «Технологія цифрових медіа») (BSc DMT-BIFCA, 2025)

розвиває підприємницьку компетентність переважно засобами креативної індустріальної моделі, де ключовими є інноваційність і самозайнятість у сфері дизайну та цифрового контенту. Програма Чжецзянського університету науки і технологій («Бакалавр цифрових медіатехнологій») (BDMT-ZUST, 2025) орієнтована на технологічну підприємливість, формуючи здатність працювати у високотехнологічному секторі та інтегрувати цифрові рішення в бізнес-процеси. Програма Сіань Цзяотун-Ліверпульського університету («Бакалавр цифрових медіатехнологій») (BEng DMT-XJTLU, 2025) поєднує інженерну підготовку з міжнародним освітнім середовищем, що сприяє формуванню стратегічного бачення, здатності до комерціалізації інновацій та управління складними цифровими проєктами.

Результати здійсненого порівняльного аналізу моделей розвитку підприємницької компетентності у програмах підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у ЗВО КНР узагальнено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Порівняльна характеристика моделей розвитку підприємницької компетентності у програмах підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у ЗВО КНР*

Заклад вищої освіти	Освітня програма	Інституційна модель	Характер інтеграції підприємницької компетентності	Ключовий акцент
Бірмінгемського інституту моди та творчих мистецтв	Бакалавр наук (з відзнакою) Технологія цифрових медіа	Креативно-індустріальна	Імпліцитна інтеграція: проєктна діяльність, портфоліо, участь у креативних ініціативах.	Креативне підприємництво, самозайнятість у сфері цифрового контенту.
Чжецзянський університет науки і технологій	Бакалавр цифрових медіа-технологій	Технологічно-інженерна	Інтеграція шляхом прикладних досліджень, стажування, співпраці з бізнесом.	Комерціалізація технологічних розробок, R&D-орієнтація.
Сіань Цзяотун-Ліверпульський університет	Бакалавр цифрових медіатехнологій	Міжнародно-інтегрована інженерна	Системна інтеграція інженерного дизайну, проєктного менеджменту та ринкового аналізу.	Інженерне підприємництво, стратегічне та інноваційне мислення.

**узагальнено та укладено таблицею автором*

Таким чином, сучасний стан розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у досліджуваних ЗВО КНР характеризується інтегрованістю, міждисциплінарністю та практичною спрямованістю. Відмінності між програмами зумовлені інституційною місією та профілем університетів: від креативно-індустріальної моделі (Бірінгемського інституту моди та творчих мистецтв) до інженерно-інноваційної (Чжецзянського університету науки і технологій та Сіань Цзяотун-Ліверпульського університету). Сукупно це свідчить про поступове формування нової освітньої парадигми, у якій цифрова компетентність і підприємницьке мислення розглядаються як взаємопов'язані складники професійної підготовки фахівців цифрових медіатехнологій.

Порівняльний аналіз розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в Україні та КНР засвідчує відмінність не лише у змістовому наповненні освітніх програм, а й у концептуальних засадах інтеграції підприємницького компонента в структуру професійної підготовки.

В українських закладах вищої освіти підприємницька компетентність у межах програм цифрового та медіатехнологічного профілю формується переважно методами загальноосвітніх та міждисциплінарних елементів, без чіткого виокремлення її як самостійного освітнього результату. Аналіз освітньо-професійної програми «Цифрові медіа» у Харківському національному університеті міського господарства імені О. М. Бекетова свідчить про орієнтацію на підготовку фахівців, здатних створювати цифровий контент і реалізовувати мультимедійні проєкти, тоді як економічний аспект діяльності майбутнього спеціаліста не структурований у вигляді окремих дисциплін чи модулів (ОПП ЦМ ХНУМГ, 2023). Підприємницькі якості опосередковано розвиваються шляхом проєктної роботи та практичної підготовки, що вказує на інтегрований, але несистемний характер їх формування.

Подібна тенденція простежується у програмі «Цифрові технології» Національного університету «Львівська політехніка», де акцент зроблено на інженерно-технологічній складовій підготовки, а розвиток здатності до ініціативності та відповідального ухвалення рішень реалізовано в межах загальних компетентностей без виразної економічної конкретизації (ОПП ПОЦТ НУЛП, 2023). У рамках програми «Професійна освіта (цифрові технології)» цього ж університету підприємницький компонент практично не репрезентований, що пояснюється домінуванням педагогічної парадигми підготовки (ОПП ПОЦТ НУЛП, 2023). Аналогічно, в освітній програмі «Комп'ютерні науки» Харківського національного університету радіоелектроніки підприємницькі елементи не мають самостійного змістового наповнення, а формуються переважно шляхом розвитку командної взаємодії та управління ІТ-проектами (ОПП КН ХНУРЕ, 2024).

Водночас, програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» у Київському національному економічному університеті імені Вадима Гетьмана демонструє повноцінну структурну модель розвитку підприємницької компетентності, де вона є центральною освітньою метою, підкріпленою спеціалізованими дисциплінами, практиками та прикладною аналітикою (ОПП ПТБД КНЕУ, 2025). Однак ця модель функціонує поза межами медіатехнологічної спеціалізації, що вказує на розрив між цифровою та бізнес-підготовкою в українському освітньому просторі.

Узагальнюючи національний контекст, вважаємо за доцільне зазначити, що вітчизняні дослідження вказують на потребу цілеспрямованого поєднання цифрових і підприємницьких компетентностей. Зокрема, у працях М. Суркова увагу акцентовано на значенні інтеграції інформаційно-цифрових умінь із соціально-економічними складниками професійної підготовки (Сурков, 2025). Водночас, С. Ткачук, О. Мельник та Т. Паска акцентують увагу на необхідності адаптації змісту підготовки до глобальних викликів цифрової трансформації (Ткачук та ін., 2025). Дослідження Й. Дехтяре, Кр. Узуле, А. Стразда та Л. Ганущак-Єфіменко підтверджує, що українські студенти

творчих спеціальностей демонструють нижчий рівень сформованості підприємницьких компетентностей порівняно з європейськими колегами, що пов'язано з обмеженою інституційною підтримкою підприємницької освіти (Dehtjare et al., 2025). Також у дослідженні M. Lambarri Villa, J. Gordon-Isasi, E. Arrondo Diez зазначено, що ефективність формування підприємницької компетентності безпосередньо залежить від її інтеграції в обов'язкову частину навчального плану (Lambarri Villa et al., 2025).

На відміну від України, у КНР освітні програми цифрових медіатехнологій функціонують у середовищі, де цифрова економіка визначена одним із пріоритетів державної стратегії розвитку, що позначено на змісті підготовки фахівців. Програма Бірмінгемського інституту моди та творчих мистецтв поєднує технічні та творчі модулі з практико-орієнтованими завданнями, спрямованими на створення конкурентоспроможного цифрового продукту (BSc DMT-BIFCA, 2025). Підприємницька компетентність у цій моделі розвивається шляхом використання механізмів портфоліо, участі в індустріальних ініціативах та підготовки до самостійної професійної діяльності у сфері креативних індустрій. У програмі Чжецзянського університету науки і технологій підприємницький аспект інтегровано в інженерну підготовку шляхом залучення студентів до прикладних досліджень і стажувань у виробничому секторі (BDMT-ZUST, 2025). Такий підхід формує здатність до оцінювання ринкової доцільності цифрових розробок і комерціалізації інновацій. Програма Сіань Цзяотун-Ліверпульського університету реалізує модель, у якій інженерний дизайн, управління проєктами та економічний аналіз інтегровані в єдину освітню траєкторію, що сприяє формуванню стратегічного бачення цифрового підприємництва (BEng DMT-XJTLU, 2025).

Отже, у ЗВО КНР підприємницька компетентність майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій набуває системного характеру завдяки поєднанню академічної підготовки з індустріальним партнерством, інноваційною інфраструктурою та міжнародною орієнтацією. В українських університетах,

попри наявність окремих елементів підприємницького змісту, переважає модель непрямой інтеграції, що не забезпечує повної міждисциплінарної синергії цифрової та бізнес-компетентностей.

Також вважаємо за доцільне здійснити переосмислення проблеми розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в Україні та КНР не лише шляхом констатації рівня її інтеграції в навчальні плани, а й шляхом аналізу освітньої логіки, в межах якої вибудовується професійна ідентичність фахівця цифрової медіасфери.

Так, у ЗВО України підготовка фахівців цифрового профілю орієнтована передусім на формування предметно-технологічної компетентності. Освітньо-професійна програма «Цифрові медіа» у Харківському національному університеті міського господарства імені О. М. Бекетова репрезентує модель, у якій цифровий продукт розглянуто як результат творчо-технічної діяльності, що потребує володіння інструментами дизайну, верстки та мультимедійного проєктування (ОПП ЦМ ХНУМГ, 2023). У цій конфігурації економічний вимір професійної діяльності не виступає окремим предметом осмислення, а залишається поза межами спеціалізованого аналізу. Це вказує на домінування виробничо-технологічної парадигми підготовки, де основним об'єктом уваги є технологія створення контенту.

У Національному університеті «Львівська політехніка» програма «Цифрові технології» формує інженерний тип професійного мислення, що спрямований на проєктування цифрових систем і технічних рішень (ОПП ПОЦТ НУЛП, 2023). Професійна діяльність майбутнього фахівця модельована як участь у командній розробці складних технологічних продуктів, що передбачає відповідальність і автономність, однак не акцентує уваги на самостійному створенні економічної ініціативи. У програмі «Професійна освіта (цифрові технології)» цього ж університету (ОПП ПОЦТ НУЛП, 2023) професійну ідентичність пов'язано з педагогічною функцією, що орієнтує підготовку на трансляцію знань, а не на їх комерціалізацію. Відповідно, цифрова компетентність трактовано як дидактичний інструмент.

Подібну спрямованість демонструє освітня програма «Комп'ютерні науки» у Харківському національному університеті радіоелектроніки, де освітня логіка побудована навколо алгоритмічного мислення, програмної інженерії та системного аналізу (ОПП КН ХНУРЕ, 2024). У рамках цієї моделі студент постає як розробник технологічних рішень у структурі організації, а не як суб'єкт, що ініціює власний цифровий проєкт як економічну одиницю.

Програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» у Київському національному економічному університеті імені Вадима Гетьмана центральним є аналіз ринку, фінансового планування та ризик-менеджменту (ОПП ПТБД КНЕУ, 2025). Тут студент модельований як економічний агент, однак цифрові медіатехнології не виступають предметом професійної спеціалізації. Таким чином, в українському освітньому просторі спостерігається розмежування технологічного та економічного треків підготовки, що формують різні типи професійної суб'єктності.

Водночас, аналіз наукових джерел, результатів експериментального дослідження, навчальних планів, робочих програм, нормативних документів, з точки зору розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у закладах вищої освіти України, дозволив визначити проблемні аспекти традиційних форм, методів та засобів навчання: а) відставання від галузевих стандартів цифрових медіатехнологій: застосування застарілих версій програмного забезпечення, брак інтеграції сучасних процесів, недостатня зосередженість на інтерактивних форматах тощо; б) недостатня участь у освітньому процесі реальних підприємств: формальні угоди з цифровими медіакомпаніями без системної реальної спільної розробки завдань, оцінок та практик тощо; в) недосконала система оцінювання: переважання тестів чи іспитів над портфоліо, брак оновлення компетенцій, обмежений досвід студентів під час практики; г) брак вбудованих цифрових навчальних ресурсів: функціонування платформ без методологічної інтеграції у навчальний план та без стандартизації освітніх даних (контенту).

Теоретичні узагальнення, що представлені у працях М. Суркова (Сурков, 2025), С. Ткачук, О. Мельник та Т. Паска (Ткачук та ін., 2025), засвідчують, що цифрова компетентність у вітчизняній педагогічній думці переважно інтерпретована як інструмент професійної адаптації, тоді як підприємницька – як окрема соціально-економічна якість. Дослідження Й. Дехтяре, Кр. Узуле, А. Стразда та Л. Ганущак-Єфіменко (Dehtjare et al., 2025) вказує на необхідність міждисциплінарного поєднання цих площин, що нині не є домінуючим підходом. В роботі М. Lambarri Villa, J. Gordon-Isasi, E. Arrondo Diez (Lambarri Villa et al., 2025) підприємницька компетентність описана як наскрізний освітній принцип, а не лише як професійна спеціалізація, що обумовлює доцільність змін в усталеному підході до конструювання освітніх програм в Україні.

На відміну від описаної моделі диференціації, у КНР освітні програми цифрових медіатехнологій формують цілісний тип фахівця, для якого технологічна творчість і економічна доцільність не розділені на різні сфери діяльності. У програмі Бірмінгемського інституту моди та творчих мистецтв (BSc DMT-BIFCA, 2025), цифровий продукт осмислено як складник креативної індустрії, що функціонує в конкурентному середовищі. Навчальні модулі спрямовані на формування здатності презентувати результат, працювати з цільовою аудиторією та адаптувати творчий задум до соціально-економічного контексту.

У Чжецзянському університеті науки і технологій програма «Бакалавр цифрових медіатехнологій» інтегрує технічну підготовку з орієнтацією на інноваційне виробництво (BDMT-ZUST, 2025). Студента розглянуто як учасника технологічного розвитку, здатного оцінювати життєвий цикл продукту та його конкурентні переваги. У цьому випадку освітній процес моделює взаємозв'язок між дослідженням, розробкою та впровадженням.

Міжнародно-інтегрований формат програми Сіань Цзяотун-Ліверпульського університету (BEng DMT-XJTLU, 2025) поєднує інженерну підготовку з управлінськими й аналітичними компонентами, що формує

стратегічний вимір професійного мислення. Освітня модель передбачає здатність працювати в глобальному середовищі, де цифрові технології розглядаються як ресурс економічного розвитку та інструмент інноваційної трансформації.

Таким чином, зіставлення українського та китайського досвіду дає підстави говорити не про різний ступінь інтеграції підприємницької компетентності, а про відмінні освітні конструкції професійної суб'єктності. В українському контексті домінує галузева спеціалізація з чітким розмежуванням технологічного й економічного напрямів підготовки. У китайських університетах цифрові медіатехнології осмислюються як частина інноваційної екосистеми, що передбачає одночасну технічну, креативну та організаційну компетентність. Така різниця відображає особливості освітньої політики, інституційної місії університетів і соціально-економічного контексту, у межах якого формується сучасний фахівець цифрової медіасфери.

Також, згідно із результатами здійсненого порівняльного аналізу вважаємо, що модернізація підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в Україні потребує переходу від фрагментарного включення підприємницьких елементів до їх системної інституціоналізації у рамках професійних освітніх програм з урахуванням міжнародного досвіду та сучасних тенденцій розвитку цифрової економіки.

На основі здійсненого порівняльного аналізу змісту та структурних характеристик освітніх програм підготовки майбутніх бакалаврів у сфері цифрових медіатехнологій в Україні та КНР, зроблено такі висновки.

Констатовано, що в українських ЗВО підготовка фахівців цифрового профілю базована на виробничо-технологічній парадигмі, що свідчить про фрагментарність української моделі розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

Встановлено, що підприємницька компетентність у ЗВО України не виокремлена як самостійний результат навчання, а її формування має

імпліцитний характер, реалізуючись переважно шляхом розвитку soft skills та проєктну роботу.

Виявлено розрив між технологічною та бізнес-підготовкою. Якщо в інженерно-технологічних програмах економічний вимір професійної діяльності майже відсутній, то в профільних економічних програмах («Підприємництво, торгівля та біржова діяльність») бракує медіатехнологічної спеціалізації, що створює перешкоди для формування цілісної професійної суб'єктності фахівця, здатного до комерціалізації власних цифрових розробок.

З'ясовано, що у ЗВО КНР підприємницька компетентність інтегрована в ядро професійної підготовки шляхом поєднання технологічного дизайну, інженерії та ринкової аналітики, що свідчить про системність китайського досвіду.

Типологізовано моделі інтеграції підприємницької складової в КНР та визначено характер інтеграції підприємницької компетентності у освітніх програмах відповідних ЗВО України. Окреслено особливості стану розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій відповідних закладах освіти України.

Визначено відмінності у підході формування професійної ідентичності у ЗВО України та ЗВО КНР: в Україні майбутній бакалавр модельований переважно як виконавець-розробник у структурі організації, а в КНР – як інноваційний агент, для якого технологічна творчість та економічна доцільність є нерозривними складниками фахової діяльності.

Обґрунтовано необхідність модернізації української системи підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій від фрагментарного включення бізнес-елементів до системної інституціоналізації підприємницької підготовки, що передбачає впровадження наскрізних модулів з управління медіапроєктами, стартап-культури та фінансового планування безпосередньо в межах технічних та креативних освітніх програм.

Перспективою подальшого дослідження вбачаємо створення і апробацію інтегрованої моделі підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій із запозиченням досвіду КНР щодо розвитку їх підприємницької компетентності.

3.2 Перспективи використання в Україні досвіду розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у професійних коледжах КНР

Активний розвиток креативних індустрій, цифрових платформ, штучного інтелекту, віртуальної та доповненої реальності, а також інтеграція медіатехнологій у різні сфери економіки зумовлюють зростання вимог до професійної підготовки фахівців нового покоління, які здатні ефективно працювати в умовах конвергенції технологій та міждисциплінарної взаємодії. Протягом останніх десятиліть КНР досягла значних успіхів у розвитку інноваційної економіки, активно підтримуючи підприємництво студентів та молодих фахівців. У китайських вищих професійних коледжах розроблено цілісну систему розвитку інноваційних та підприємницьких компетенцій, яка охоплює освітні програми, стартап-інкубатори, інноваційні лабораторії та партнерство з технологічними компаніями.

Україна, безумовно, має значний потенціал для розвитку цифрової економіки та креативних індустрій. Однак система підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій потребує подальшого вдосконалення, зокрема у розвитку підприємницької компетентності студентів.

Метою цього підрозділу дослідження є визначення перспектив впровадження китайського досвіду розвитку підприємницьких компетенцій майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в українській системі вищої освіти. При цьому врахуємо висновки, зроблені у попередньому підрозділі на основі здійсненого порівняльного аналізу змісту та структурних

характеристик освітніх програм підготовки майбутніх бакалаврів у сфері цифрових медіатехнологій в Україні та КНР.

Для логічного викладу означеного структуруємо перспективи впровадження досліджуваного досвіду на окремих рівнях: теоретико-методологічному, нормативно-правовому, методичному.

Так, на теоретико-методологічному рівні впровадження китайського досвіду розвитку підприємницьких компетенцій майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в українській системі вищої освіти варто врахувати виокремлені у першому розділі та попередньому підрозділі дослідження:

а) сучасні тенденції цього процесу: освітньо-політичну як державно керовану трансформацію бакалаврської освіти в інноваційно-підприємницьку модель; впровадження моделі «виробництво ↔ освіта»; цифрову трансформацію освітнього процесу засобами EdTech-підходу; впровадження програми «1+X» (диплом + галузеві сертифікати) та мікрокваліфікації; застосування проєктно-орієнтованого та міждисциплінарного підходів; модернізацію системи оцінювання успішності для проєктування кар'єрних шляхів;

б) потребу коригування виробничо-технологічної парадигми, на якій базована підготовка майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в українських ЗВО, що свідчить про фрагментарність української моделі розвитку їхньої підприємницької компетентності;

в) компоненти підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР: мотиваційно-ціннісний; когнітивний; креативно-діяльнісний; комунікативно-управлінський; рефлексійно-корекційний;

г) педагогічні умови вказаного процесу: цілеспрямована позитивна мотивація до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР; удосконалення змісту навчання зазначеного процесу; використання

інноваційних форм, методів та засобів навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР;

г) зміну підходу до формування професійної ідентичності у ЗВО України за прикладом КНР: від виконавця-розробника у структурі організації, до інноваційного агента, для якого технологічна творчість та економічна доцільність є нерозривними складниками фахової діяльності.

Уточнимо, що сучасних дослідженнях підприємницькі компетенції вважаються важливим елементом професійної освіти в Україні. Підприємницькі компетенції відіграють особливо важливу роль у сфері цифрових медіатехнологій. Ця сфера характеризується високим рівнем конкуренції, швидкими технологічними змінами та потребою в постійних інноваціях. Успішний спеціаліст із цифрових медіа повинен вміти не лише створювати високоякісний контент, але й ефективно просувати його на ринку, визначати нові бізнес-моделі для монетизації та працювати в міждисциплінарних командах. Важливим напрямом розвитку підприємницьких компетенцій є інтеграція освіти та підприємництва в навчальні програми вищої освіти (Haijiao Chen et al., 2022; Ronghua Zhou et al., 2024; Yaoming Liang et al., 2025). Важливо, щоб підприємництво сприймалося у підготовці українських майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій не як окрема дисципліна, а як міждисциплінарний підхід, що поєднує знання з різних галузей.

На нормативно-правовому рівні впровадження китайського досвіду розвитку підприємницьких компетенцій майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в українській системі вищої освіти вважаємо за доцільне орієнтуватися на такі позиції:

1. Створити чітку нормативно-правову базу вказаного напрямку підготовки. Беручи приклад із КНР, що є одним зі світових лідерів в галузі інновацій та технологічного розвитку, варто розуміти, що успіх країни значною мірою зумовлений систематичною державною політикою, спрямованою на підтримку інноваційного підприємництва та розвиток

людського капіталу. Важливо в Україні розпочати, на наш погляд, масштабну програму розвитку інноваційної та підприємницької освіти у закладах вищої освіти. Однією з ключових ідей такої програми має бути сприяння формуванню підприємницької культури серед молодих студентів: активне впровадження курсів, спрямованих на розвиток підприємницьких навичок, інноваційного мислення та створення стартапів.

2. Оновити стандарти професійної підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій на засадах практико-орієнтованого поєднання теоретичної та практичної складників підготовки. Так, однією з відмінних рис системи розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у КНР є те, що нормативні документи передбачають створення спеціальних інноваційних платформ, де студенти можуть реалізувати власні бізнес-ідеї. Аналогічні платформи в Україні мають включати бізнес-інкубатори, програми акселерації та стартап-лабораторії для розвитку підприємницьких компетенцій.

3. Удосконалити освітні програми підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, щоб вони поєднували технічну, творчу та підприємницьку підготовку. Студенти мають вивчати дисципліни не тільки пов'язані з мультимедійним дизайном, програмуванням, комп'ютерною графікою, а й з відеовиробництвом, цифровим підприємництвом та управлінням медіапроектами, стартапами. Таким чином, буде усуватися виявлений розрив між технологічною та бізнес-підготовкою: до інженерно-технологічних програм долучити економічний вимір професійної діяльності, а до профільних економічних програм («Підприємництво, торгівля та біржова діяльність») додати медіатехнологічну спеціалізацію, усуваючи перешкоди для формування цілісної професійної суб'єктності фахівця, здатного до комерціалізації власних цифрових розробок. Варто інтегрувати підприємницьку компетентність в ядро професійної підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій шляхом поєднання технологічного дизайну, інженерії та ринкової аналітики за прикладом системності

китайського досвіду. Використати приклад моделі інтеграції підприємницької складової професійної підготовки вказаних фахівців, що містить концептуально-методологічний, нормативно-інтеграційний, галузевотехнологічний, кадрово-ресурсний, ціннісно-компетентнісний та процесуально-оцінювальний блоки, виокремлені та описані у другому розділі дослідження.

4. Передбачити у навчальних планах підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій об'єктивну співпрацю між університетами та технологічними компаніями, що відіграє значну роль у розвитку студентської підприємницької компетентності. Партнерство з ІТ-компаніями, медіаагентствами та стартапами дозволить студентам отримати практичний досвід та краще зрозуміти потреби сучасного ринку. Так, значущі китайські корпорації активно підтримують студентські інноваційні проєкти, надаючи фінансову підтримку, консалтинг та стажування.

5. Розвивати міжнародну співпрацю: українські університети можуть активніше співпрацювати з китайськими вищими професійними коледжами, обмінюватися досвідом, реалізовувати спільні освітні програми та проводити міжнародні студентські проєкти.

На методичному рівні впровадження китайського досвіду розвитку підприємницьких компетенцій майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в українській системі вищої освіти варто дотримуватися таких позицій:

1. Організовувати всеукраїнські конкурси щодо розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, що стимулюють розвиток підприємництва серед молоді. Ці конкурси сприятимуть просуванню підприємництва та формуватимуть позитивне ставлення до інноваційного бізнесу.

2. Посилити практичну роботу, що є ключовим елементом підприємницької освіти майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. Студенти мають брати участь у створенні реальних медіапроєктів, працювати

у командах та співпрацювати із представниками своєї майбутньої галузі. Такий підхід сприятиме розвитку професійної та підприємницької компетентності.

3. Організовувати спеціалізовані курси, присвячені створенню стартапів цифрових медіатехнологій, не обмежуючись тільки розвитком soft skills та проектною роботою: виокремлювати підприємницьку компетентність у ЗВО України не імпліцитним характером, а як самостійний результат навчання. Так, китайські майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій під час навчання розробляють власні бізнес-проекти, проводять маркетингові дослідження та створюють прототипи цифрових медіапродуктів.

4. Створювати інноваційну інфраструктуру в університетах. Це можуть бути стартап-інкубатори, креативні лабораторії, медіацентри та інші платформи, що дозволяють студентам реалізовувати власні проекти.

5. Застосовувати в освітньому процесі інноваційні методи розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

Узагальнено рекомендації щодо впровадження китайського досвіду для розвитку підприємницьких компетенцій майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в Україні представлено у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Перспективи впровадження в Україні китайського досвіду розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій*

Рівень впровадження	Характеристика впровадження
теоретико-методологічний рівень	орієнтація на сучасні тенденції цього процесу: освітньо-політичну як державно керовану трансформацію бакалаврської освіти в інноваційно-підприємницьку модель; впровадження моделі «виробництво ↔ освіта»; цифрову трансформацію освітнього процесу засобами EdTech-підходу; впровадження програми «1+X» (диплом + галузеві сертифікати) та мікрокваліфікації; застосування проектно-орієнтованого та міждисциплінарного підходів; модернізацію системи оцінювання успішності для проектування кар'єрних шляхів
	потреба коригування виробничо-технологічної парадигми, на якій базована підготовка майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в українських ЗВО,

	що свідчить про фрагментарність української моделі розвитку їхньої підприємницької компетентності
	орієнтація на формування компонентів підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР: мотиваційно-ціннісний; креативно-діяльнісний; комунікативно-управлінський; рефлексійно-корекційний
	дотримання педагогічних умов вказаного процесу: цілеспрямована позитивна мотивація до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР; удосконалення змісту навчання зазначеного процесу; використання інноваційних форм, методів та засобів навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР
	зміна підходу до формування професійної ідентичності у ЗВО України за прикладом КНР: від виконавця-розробника у структурі організації, до інноваційного агента, для якого технологічна творчість та економічна доцільність є нерозривними складниками фахової діяльності.
нормативно-правовий рівень	Створити чітку нормативно-правову базу вказаного напрямку підготовки
	Оновити стандарти професійної підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій на засадах практико-орієнтованого поєднання теоретичної та практичної складників підготовки
	Удосконалити освітні програми підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, щоб вони поєднували технічну, творчу та підприємницьку підготовку. Інтегрувати підприємницьку компетентність в ядро професійної підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій шляхом поєднання технологічного дизайну, інженерії та ринкової аналітики за прикладом системності китайського досвіду. Використати приклад моделі інтеграції підприємницької складової професійної підготовки вказаних фахівців.
	Передбачити у навчальних планах підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій об'єктивну співпрацю між університетами та технологічними компаніями
	Розвивати міжнародну співпрацю: українські університети можуть активніше співпрацювати з китайськими вищими професійними коледжами
методичний рівень	Організовувати всеукраїнські конкурси щодо розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій
	Посилити практичну роботу, що є ключовим елементом підприємницької освіти майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій
	Організовувати спеціалізовані курси, присвячені створенню стартапів цифрових медіатехнологій
	Створювати інноваційну інфраструктуру в університетах. Це можуть бути стартап-інкубатори, креативні лабораторії, медіацентри та інші платформи, що дозволяють студентам реалізовувати власні проєкти.
	Застосовувати в освітньому процесі інноваційні методи розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

**узагальнено та укладено таблицею автором*

Щодо останнього пункту, то окремо розроблено для викладачів українських ЗВО спеціальну методичну презентацію щодо використання інноваційних методів розвитку підприємницької компетентності майбутніх

бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР (Додаток Е). Зазначену презентацію можна використовувати на навчально-методичних семінарах кафедрального, факультетського та університетського рівня для удосконалення професійної майстерності викладачів з метою розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. Схарактеризуємо її докладно, не зупиняючись на актуальності питання та загальному теоретичному вступі, а лише рекомендуємо до застосування в Україні китайського досвіду інноваційних методів розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. Отже, попри почасти формальний рівень чинного застосування в Україні вказаних далі методів розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, варто підприємницько орієнтовано та системно впроваджувати:

1. Проєктно-орієнтований та міждисциплінарний підхід до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій: здійснювати пріоритет проєктного навчання; застосування методів дизайн-мислення та кейс-стаді; інтегрувати STEAM-освіту.

Проєктне навчання передбачає структурування викладачем змісту курсу або завдань у керовані проєкти. Студенти беруть участь індивідуально або в групах, використовуючи автентичні робочі процеси, для формулювання планів, виконання завдань та завершення загалом проєкту спільно або окремо. Наприклад, у програмі навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій базовий курс «Основи мережних та мультимедійних технологій» може бути розділений на основні модулі, такі як «Комп'ютерні мережі та їх класифікація», «Принципи взаємодії відкритих систем», «Інші мережні архітектури» тощо. Для полегшення навчання ці модулі можуть бути додатково розділені на менші проєкти. Наприклад, «Комп'ютерні мережі та їх класифікація» може бути реалізоване як менші проєкти з орієнтиром на розвиток підприємницької компетентності студентів, зосереджені на ринкових характеристиках мережних серверів, класифікації мереж з точки зору

конкурентноспроможності на ринку тощо. У проєктному навчанні викладач зберігає за собою провідну роль у впровадженні методів навчання, але підхід залишається студентоорієнтованим. Навчальний процес підкреслює творчу, спільну діяльність усіх студентів, зосереджуючись на отриманні ними теоретичних знань та навичок вирішення підприємницьких проблем засобами проєктної роботи. Під час виконання проєкту студенти отримують та вдосконалюють теоретичні знання й основні навички, необхідні для курсу, розвиваючи свої аналітичні здібності та здібності до підприємницького вирішення проблем, а також командний дух та комунікативні навички.

Технологічну картку розробленого навчального завдання-проєкту «Створення та маркетинг цифрового медіапродукту» та приклад його виконання майбутніми бакалаврами цифрових медіатехнологій для розвитку їхньої підприємницької компетентності подано у додатку Ж.1.

Кейс-стаді передбачає вибір викладачами типових випадків, що стосуються цілей та змісту навчання. Майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій беруть участь у конкретних сценаріях, розігруючи ролі у кейсі, щоб відточити свої аналітичні та практичні навички вирішення підприємницьких проблем. Наприклад, у забезпеченні якості інженерії або навчанні з безпеки комерційне медіависвітлення обвалу будівельної платформи на електростанції Цзянсі Фенчен слугує відповідним кейсом. В Україні це може бути кейс розробки медіареклами певного продукту; комерційне висвітлення певної суспільної події тощо. Включення таких подій у навчальний процес може значно підвищити залученість студентів. За такого підходу домінуючу роль відіграють студенти, а не викладачі. Це повною мірою стимулює мотивацію до навчання та дозволяє встановити тісний зв'язок між навчальним матеріалом та реальними життєвими ситуаціями. При використанні методу вивчення кейсів викладач насамперед відіграє роль посередника, а досягнення навчальних цілей значною мірою залежить від самих студентів. Протягом усього процесу студенти розвивають свої навички самостійного навчання. Щоб краще виконувати свою роль посередника,

викладачі повинні аналізувати питання, пов'язані з методикою навчання, та зміцнювати зв'язок між навчанням студентів та розробкою навчальних матеріалів. У результаті, розробка кейсів стає практичнішою, що ще більше підвищує якість навчання. Отже, метод кейсів значно зміцнює зв'язок між навчанням і роботою, дозволяючи краще застосовувати знання на практиці. Під час навчання майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій не лише отримують нові знання, а й відпрацюють свої навички самостійного мислення, оцінювання та ухвалення підприємницьких рішень, активно беручи участь у вирішенні проблем. Цей метод суттєво відрізняється від теоретичних підходів до навчання, а його роль у розвитку підприємницької компетентності студентів є незаперечною.

Технологічну картку розробленого кейс-стаді «Створення та маркетинг цифрового медіапродукту» та приклад його виконання майбутніми бакалаврами цифрових медіатехнологій для розвитку їхньої підприємницької компетентності подано у додатку Ж. 2.

Метод моделювання підприємницького процесу виготовлення та продажу цифрового медіапродукту, як елемент інтеграції STEAM-освіти, передбачає штучне створення імітованого операційного середовища компанії під час навчання. Майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій беруть на себе ролі корпоративних співробітників, комплексно вирішуючи реальні робочі завдання. Цей підхід до навчання вбудовує зміст та вимоги навчальної програми в автентичні бізнес-сценарії, інтегруючи викладання, навчання та практику для заохочення активного критичного мислення та практичної участі. Наприклад, у професійних навчальних програмах вищого рівня викладачі вдосконалюють навчальну програму на основі спеціалізації та структури навчальної програми, імітуючи корпоративну діяльність, таку як приймання замовлень, підрахунок кількості, ціноутворення, перевірка кількості та розрахунки. Студенти беруть на себе різні ролі відповідно до корпоративних стандартів якості для виконання різних завдань, після чого проводяться колегіальні оцінки та обговорення. Потім викладачі оцінюють

їхню роботу на основі виконання завдань. Моделювання навчання на підприємстві дозволяє студентам отримати повне розуміння корпоративних організаційних структур, професійних характеристик та посадових обов'язків. Це сприяє розвитку здорового професійного ставлення, формує основні професійні компетенції та розвиває командну роботу, закладаючи основу для майбутнього працевлаштування. Окрім розвитку комплексних навичок студентів, цей підхід дозволяє їм інтегрувати базові теоретичні знання шляхом систематичної виробничої практики, покращуючи їхню здатність застосовувати теоретичні знання для аналізу та вирішення реальних проблем.

Технологічну картку розробленого навчального завдання у рамках методу моделювання, як прикладу інтеграції STEAM-освіти – «Моделювання цифрового медіапродукту для стартапу» – та приклад його виконання майбутніми бакалаврами цифрових медіатехнологій для розвитку їхньої підприємницької компетентності подано у додатку Ж. 3.

2. Створення спеціального цифрового освітнього середовища для розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій (середовищний підхід): цифрові методи та засоби навчання; штучний інтелект; онлайн-навчання та змішані форми навчання. Пріоритетність при цьому варто надавати методам навчання на основі штучного інтелекту.

У 2015 р. уряд КНР запропонував концепцію «Інтернет Плюс» (Overview of Work on Digital Education in China [OWDEC], 2024; CDE, 2020), що сприяє відкритості, конвергентному мисленню, інноваціям, альтруїзму, міждисциплінарному мисленню та самосвідомості в медіа. Ера Інтернету, і особливо широке використання портативних смарт-пристроїв, відкриває величезні можливості для реформи навчальних програм у вищій професійній освіті. Реформа методів навчання «Інтернет Плюс» бездоганно інтегрує мережеві технології в навчальний процес. Комп'ютери та інші термінали вже не є просто демонстраційними інструментами чи ігровими пристроями. Натомість вони створюють динамічне, насичене мультимедіа навчальне

середовище засобами Інтернет, забезпечуючи ефективні інтерактивні результати, що значно підвищують ефективність навчання, роблячи складні, сухі теорії конкретними та відчутними. Розвиток інтернет-технологій сприяв поширенню та міжінституційному обміну величезними освітніми ресурсами. У результаті постійно з'являється різноманітна навчальна література, така як масові відкриті онлайн-курси та мікролекції. У цифрових медіатехнологіях викладачі можуть створювати відеоконтент на основі технологій віртуальної та доповненої реальності, а також 3D-навчальні матеріали. Студенти мають миттєвий доступ до відповідних ресурсів засобами мобільних пристроїв, що втілює навчання в життя в умовах аудиторного навчання. Використовуючи Інтернет у навчанні, викладачі виходять за межі аудиторного простору: є змога відслідкувати ринкову логістику будь-якого медіапродукту. Різноманітні педагогічні підходи задовольняють різноманітні потреби в навчанні, розвиваючись завдяки постійним інноваціям. Завдяки Інтернету обмеження часу та простору в аудиторії повністю усуваються. Майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій можуть ставити викладачам запитання будь-коли та будь-де, а викладачі можуть надавати постійні академічні консультації. Спілкування між студентами та викладачами значно полегшується. Викладачі в усьому світі більше не є просто розповсюджувачами знань; вони все більше стають посередниками навчання, стимулюючи інтерес студентів та сприяючи розвитку дивергентного, підприємницького мислення. Саме такий досвід може запровадити українська вища школа у сфері цифрових медіатехнологій: максимально віддати перевагу інтернет-засобам, не лише у формі дистанційного навчання, що останні роки і так достатньо традиційно використовується в Україні.

Завдяки високоякісному розвитку вищої професійної освіти та глибокій інтеграції технологій штучного інтелекту наступного покоління, інновації в навчанні на основі ІІІ стали важливим способом просування цифрової трансформації професійної освіти та покращення якості підготовки технічних та кваліфікованих кадрів. Завдяки таким можливостям, як аналіз великих

даних (Big Data), інтелектуальне сприйняття, адаптивне навчання, віртуальне моделювання та співпраця людини та машини, технологія III ідеально відповідає характеристикам вищої професійної освіти – інтеграції професійних ролей, курсів, конкурсів та сертифікацій; практично-орієнтованому підходу; та підходу, заснованому на компетентностях. Ця синергія призвела до появи низки нових моделей та методів навчання для розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

По-перше, це адаптивні методи навчання на основі III. Використовуючи III для створення точних профілів набуття знань студентами, навчальних звичок та прогалин у компетенціях, цей підхід динамічно адаптує зміст навчання, складність завдань та темп. Це досягає принципу «один план на студента, один шлях на заняття», ефективно усуваючи значні відмінності в базових знаннях та прогресі навчання серед студентів закладів вищої освіти. Це перетворює навчання з «однорідного» на «точне».

По-друге, інтегрована методика навчання, що поєднує теорію та практику на основі штучного інтелекту. Завдяки інтеграції штучного інтелекту з віртуальним моделюванням створюються сценарії віртуального навчання, що забезпечують високий рівень занурення, низький ризик, високу вартість та високе споживання ресурсів. Студенти можуть неодноразово практикувати операції в інтелектуальних віртуальних середовищах із негайним виправленням помилок. Штучний інтелект забезпечує зворотний зв'язок у режимі реального часу щодо дотримання операційних вимог та рекомендацій, підвищуючи безпеку та ефективність практичного навчання. Цей підхід також компенсує обмеження, пов'язані з браком навчального обладнання в університеті та неможливістю повністю відтворити всі функції компанії, тим самим підвищуючи актуальність та ефективність навчання технічним навичкам з точки зору розвитку підприємницької компетентності студентів.

По-третє, методика навчання, заснована на командних проєктах з використанням штучного інтелекту. У рамках навчання на основі робочого

процесу інтегровані інтелектуальні помічники, інструменти проєктування та платформи валідації для підтримки студентів в аналізі вимог, розробці підприємницьких рішень, моделюванні впровадження та оптимізації результатів. Викладачі переходять від поширення знань до розробки завдань, вдосконалення процесів та оцінки результатів, просуваючи педагогічну модель співпраці людини та машини, інтегруючи навчання та практику, що зміцнює здатність студентів вирішувати складні інженерні та підприємницькі завдання та реальні проблеми на робочому місці.

По-четверте, педагогіка оцінювання на основі процесів, що працює на основі штучного інтелекту. Використовуючи штучний інтелект для збору та інтелектуального аналізу багатовимірних даних, включаючи поведінку в аудиторії, виконання завдань, практичну навчальну діяльність та онлайн-взаємодію, цей підхід сприяє переходу від підсумкового оцінювання до процесно-орієнтованого, диференційованого та відстежуваного оцінювання. Результати оцінювання повідомляються в режимі реального часу як викладачам, так і студентам, що сприяє динамічному вдосконаленню викладання та негайному покращенню якості навчання, таким чином дійсно досягаючи викладання та навчання, орієнтованого на оцінювання.

По-п'яте, метод змішаного навчання на базі штучного інтелекту інтегрує різні сценарії, включаючи онлайн-ресурси, навчання в аудиторії, стажування в компанії та конкурси навичок, для створення замкнутої системи навчання, що охоплює інтелектуальну підготовку до занять, інтерактивне навчання в аудиторії, інтелектуальне наставництво після занять та навчання на робочому місці в режимі реального часу. Це долає обмеження часу та простору, розширюючи вищу професійну освіту за межі аудиторії на робоче місце та за межі кампусу на підприємство, тим самим підвищуючи безперервність навчання, його відповідність вимогам роботи, розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

Технологічну картку розробленого навчального завдання «Розробка концепції стартапу цифрових медіа з використанням інструментів штучного

інтелекту» та приклад його виконання майбутніми бакалаврами цифрових медіатехнологій для розвитку їхньої підприємницької компетентності подано у додатку Ж. 4.

Узагальнено перспективу використання в Україні китайського досвіду застосування інноваційних методів розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій представлено у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Перспективи впровадження в Україні китайського досвіду застосування інноваційних методів розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій*

Назва методологічного підходу	Назва методу	Коротка характеристика прикладу застосування методу розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій
Проектно-орієнтований та міждисциплінарний підхід	проектне навчання (пріоритет)	«Створення та маркетинг цифрового медіапродукту»: студенти поділяються на команди по 3–4 особи; кожна команда повинна створити концепцію цифрового медіапродукту, який може мати комерційний потенціал. Очікувані результати – команда презентує: презентацію; опис бізнес-моделі; прототип медіапродукту; короткий аналітичний звіт (Додаток Ж.1)
	методи дизайн-мислення та кейс-стаді	Кейс-стаді «Впровадження цифрового медіапродукту для місцевої компанії»: опрацювати подану ситуацію, уявивши, що працюєте в креативній медіастудії; створити концепцію цифрового медіапроекту, що включає: аналіз ринку, очікуваний результат; ідею цифрового медіапродукту; короткий опис; медіастратегію; бізнес-модель; план запуску (Додаток Ж.2)
	інтеграція STEAM-освіти	Моделювання, як приклад інтеграції STEAM-освіти – «Моделювання цифрового медіапродукту для стартапу»: у групах по 3–4 особи створіть модель цифрового медіапроекту, який має потенціал стати комерційним стартапом (Додаток Ж.3)
Середовищний підхід	цифрові методи та засоби навчання; штучний інтелект; онлайн-навчання та змішані форми навчання	«Розробка концепції стартапу цифрових медіа з використанням інструментів штучного інтелекту»: студенти виконують завдання індивідуально або в невеликих групах (2–3 особи). Завдання передбачає створення концепції інноваційного продукту цифрових медіа або стартапу медіа, розробка якого вимагає використання інструментів штучного інтелекту (Додаток Ж.4)

*узагальнено та укладено таблицею автором

У якості конкретних практичних рекомендацій розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в Україні можемо вказати реалізацію:

- студійної моделі: навчальні групи працюють як виробничі команди з призначеними ролями та календарем публікацій;
- промислової валідації: частина оцінювання студентських завдань надходить від партнерів (брифінги, огляди, участь у захистах);
- цифрового середовища: використання ресурсів як інфраструктури (платформи, банки кейсів, репозиторії ресурсів, аналітика LMS);
- інтегрованих проєктів кожного семестру: персональний мініпроєкт (перший семестр); командний проєкт, наприклад «Історія бренду» (відео; інфографіка тощо) (другий семестр); розробка медіапродукту для реального клієнта (разом із компанією) (третій семестр); дипломний проєкт (з окремим портфоліо та публічним захистом (четвертий семестр).

Зважаючи на виокремлення одним із недоліків розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в Україні – формальність оцінювання навчальних результатів вказаного процесу, враховуючи конструктивний китайський досвід, варто продуктивно впроваджувати систему оцінювання, що поєднує:

- підготовку портфоліо (обов'язковий набір студентських робіт, зібраних протягом навчання згідно з модулями, темами чи рубриками); портфоліо має бути виконане за критеріями підприємницької компетентності (наприклад, «відеовиробництво», «рух», «3D», «інтерактивність», «робочі процеси ІІІ», «правові / етичні питання» тощо);
- захист проєкту з підприємницькою орієнтацією (окреме оцінювання за демонстрацію, документацію, рефлексію тощо);
- окреме виконання командних та індивідуальних завдань підприємницького характеру (щоб уникнути «розмивання» відповідальності за виконане завдання студентами);

- урізноманітнення об'єктивних критеріїв, що повинні включати: технічно-підприємницьку якість, дотримання технічного завдання, креативність, виробничу дисципліну, належне використання матеріалів та здатність пояснити підприємницьке рішення (окремі критерії оцінювання представлено у технологічних картках, розміщених у додатках Ж.1–4);
- результати сертифікації за окремі підприємницькі курси;
- залучення компаній до проміжних та підсумкових оцінювань виконаних студентами навчальних завдань підприємницького характеру.

У результаті комплексного аналізу стану розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР, тобто наукових джерел (Li Xinga & Yufeng Diao, 2024; Ronghua Zhou et al., 2024; Yaoming Liang et al., 2025; та ін.), результатів експериментального дослідження, навчальних планів (TSDMT-HVU, 2025; IDMTM, 2023; TSPMT-SVE, 2017; TSPDGT-HVJC, 2017; TSDMT-HVJC, 2025), робочих програм (SD-DMT, 2025), нормативних документів (VELC, 2022; FMT-VET, 2026), визначено шляхи модернізації форм, методів та засобів зазначеної підготовки – удосконалення проєктно-орієнтованого навчання, за якого ключові результати розвитку підприємницької компетентності мають бути розроблені шляхом організації міжгалузевих, індивідуальних та групових цифрових медіапроєктів.

Оптимальна модель оновлення процесу розвитку підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій в Україні на наш погляд, охоплює розробку результатів навчання на основі підприємницьких компетенцій (зокрема, з урахуванням досвіду OBE); формат навчання на основі проєктів; інтеграцію з реальними підприємницькими галузями; інфраструктуру цифрових ресурсів (середовищний підхід) та оцінювання, орієнтоване на портфоліо.

Досвід КНР демонструє ефективність системного підходу до розвитку підприємницьких компетенцій майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. Поєднання теоретичної освіти, практичної діяльності та

активної співпраці між університетами та бізнесом сприяє формуванню інноваційного мислення студентів та розвитку їхнього підприємницького потенціалу.

Адаптація окремих елементів китайської моделі може стати важливим кроком у модернізації української системи вищої освіти. Розвиток підприємницької освіти, створення інноваційної інфраструктури та розвиток міжнародного співробітництва сприятимуть вихованню конкурентоспроможних фахівців та розвитку цифрової економіки України.

Висновки до третього розділу

На основі здійсненого порівняльного аналізу змісту та структурних характеристик освітніх програм підготовки майбутніх бакалаврів у сфері цифрових медіатехнологій в Україні та КНР констатовано, що основними напрямками українських досліджень є визначення сутності та структури підприємницької компетентності, розроблення методів її формування у процесі професійної підготовки, інтеграція підприємницької освіти у різні освітні програми та використання інноваційних освітніх технологій для розвитку підприємницького потенціалу студентів, поєднання підприємницької освіти з цифровою підготовкою тощо.

З'ясовано, що в українських ЗВО підготовка фахівців цифрового профілю базована на виробничо-технологічній парадигмі, що свідчить про фрагментарність української моделі розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. Встановлено, що підприємницька компетентність у ЗВО України не виокремлена як самостійний результат навчання, а її формування має імпліцитний характер, реалізуючись переважно шляхом розвитку soft skills та проєктною роботою.

Виявлено розрив між українською технологічною та бізнес-підготовкою. Якщо в інженерно-технологічних програмах економічного

виміру професійної діяльності майже немає, то в профільних економічних програмах («Підприємництво, торгівля та біржова діяльність») бракує медіатехнологічної спеціалізації, що створює перешкоди для формування цілісної професійної суб'єктності фахівця, здатного до комерціалізації власних цифрових розробок.

Визначено проблемні аспекти традиційних навчальних планів підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у закладах вищої освіти України та причини їх недостатньої ефективності зазначеного контексту. Типологізовано моделі інтеграції в Україні підприємницької складової у підготовку майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР. Визначено відмінності у підході до формування професійної ідентичності у розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у ЗВО України та ЗВО КНР: в Україні – переважно, як виконавець-розробник зі значним потенціалом, котрий не завжди дає підприємницький результат у структурі організації, а в КНР – як інноваційний агент національного значення, для якого технологічна творчість та економічна доцільність є нерозривними складниками фахової діяльності.

Для викладачів українських ЗВО розроблено спеціальну методичну презентацію щодо використання інноваційних методів розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР. З адаптацією до українського контексту вищої освіти розроблено рекомендаційні технологічні картки навчальних завдань та приклад їх виконання для розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій («Створення та маркетинг цифрового медіапродукту», «Впровадження цифрового медіапродукту для місцевої компанії»; «Моделювання цифрового медіапродукту для стартапу»; «Розробка концепції стартапу цифрових медіа з використанням інструментів штучного інтелекту»).

Доведено, що досвід КНР демонструє ефективність системного підходу до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. Адаптація окремих елементів китайської моделі може стати важливим кроком у модернізації української системи вищої освіти. Розвиток підприємницької освіти, створення інноваційної інфраструктури та розвиток міжнародного співробітництва сприятимуть вихованню конкурентоспроможних фахівців та розвитку цифрової економіки України.

ВИСНОВКИ

Аналіз теоретичних ідей, порівняння та узагальнення результативних практик розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР дозволили зробити такі висновки:

1. На основі аналізу стану розробленості проблеми у педагогічній теорії та практиці виокремлено та обґрунтовано сучасні тенденції розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР: освітньо-політична як державно керована трансформація бакалаврської освіти в інноваційно-підприємницьку модель; впровадження моделі «виробництво ↔ освіта»; цифрова трансформація освітнього процесу засобами EdTech-підходу; впровадження програми «1+X» (диплом+галузеві сертифікати) та мікрокваліфікації; застосування проєктно-орієнтованого та міждисциплінарного підходів; модернізації системи оцінювання успішності для проєктування кар'єрних шляхів.

Уточнено ключові поняття дослідження та здійснено порівняльну характеристику сутності поняття підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій. Розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР визначено цілеспрямованим освітнім процесом, у якому студенти навчаються створювати, комерціалізувати та масштабувати цифрові медіапродукти (контент, послуги, платформи тощо) відповідно до потреб ринку та державних пріоритетів країни.

2. Схарактеризовано досвід реалізації педагогічних умов розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР: формування цілеспрямованої позитивної мотивації до розвитку підприємницької компетентності; удосконалення змісту навчання; використання інноваційних

форм, методів та засобів навчання. Дотримання першої педагогічної умови є системним фактором, що формує ефективність освітнього процесу у вищих професійних коледжах КНР. Виокремлено найефективніші засоби формування цілеспрямованої позитивної мотивації та основні позитивні мотиви майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій вищих професійних коледжів КНР до розвитку їхньої підприємницької компетентності (професійна самореалізація; гарантія зайнятості; соціальний статус та стабільність; сімейні та суспільні очікування).

Щодо другої педагогічної умови розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій, то для вищих професійних коледжів КНР покращення змісту бакалаврської освіти з цифрових медіатехнологій є відповіддю на поєднання трьох факторів: посилення регуляторної професійної освіти; реалізації інституційних програм якості («Подвійний диплом»); цифровізації та трансформації освіти й промисловості в напрямі ІІІ. Визначено шляхи удосконалення змісту зазначеного напрямку підготовки, узагальнено та уточнено додаткові навчальні курси підприємницького контексту. Обґрунтовано інтегративно-динамічну теоретико-методичну модель системного оновлення змісту підготовки бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР із точки зору розвитку їхньої підприємницької компетентності.

Третя педагогічна умова розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР передбачає реалізацію таких тенденцій: впровадження проєктно-орієнтованого та міждисциплінарного підходів; застосування методів дизайн-мислення та кейс-стаді; інтеграції STEAM-освіти; створення спеціального цифрового освітнього середовища та репозиторіїв ресурсів, кейсів щодо політики ліцензування та аналізу прогресу LMS, цифрових симуляторів та тренажерів; об'єктивного залучення штучного інтелекту; онлайн-навчання та змішаних форм навчання; інтелектуальних систем

оцінювання завдань підприємницького контексту; впровадження моделі «виробництво ↔ освіта»; формування професійності викладачів.

Доведено, що досвід КНР є цінним для модернізації освітніх систем інших країн, особливо України, за умови дотримання балансу між технологічною та гуманітарною складовими освіти, з урахуванням специфіки їхнього освітнього середовища. Узагальнено та укладено практичні орієнтири, яких дотримуються у вищих професійних КНР щодо розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій.

3. Здійснено порівняльний аналіз сучасного стану розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у відповідних закладах освіти України та КНР. Констатовано, що в українських ЗВО підготовка фахівців цифрового профілю базована на виробничо-технологічній парадигмі; підприємницька компетентність не виокремлена як самостійний результат навчання, а її формування має імпліцитний характер, реалізуючись переважно шляхом розвитку soft skills та проєктною роботою. Визначено відмінності у підході до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у ЗВО України та вищих професійних коледжах КНР: в Україні – переважно, як виконавець-розробник зі значним потенціалом, котрий не завжди дає підприємницький результат у структурі організації, а в КНР – як інноваційний агент національного значення, для якого технологічна творчість та економічна доцільність є нерозривними складниками фахової діяльності.

4. Визначено перспективи впровадження в Україні китайського досвіду розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій на окремих рівнях: теоретико-методологічному, нормативно-правовому, методичному. Зокрема, на нормативно-правовому рівні рекомендовано створити чітку нормативно-правову базу вказаного напрямку підготовки, адже успіх КНР у досліджуваному питанні значною мірою

зумовлений системною державною політикою, спрямованою на підтримку інноваційного підприємництва та розвиток людського капіталу; оновити стандарти професійної підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій на засадах практико-орієнтованого поєднання теоретичної та практичної складників підготовки; удосконалити освітні програми, щоб вони поєднували технічну, творчу та підприємницьку підготовку тощо. З адаптацією до українського контексту вищої освіти розроблено рекомендаційні технологічні картки навчальних завдань із прикладами виконання. Укладено практичні рекомендації щодо розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у ЗВО України. Визначено шляхи модернізації форм, методів та засобів зазначеного аспекту підготовки.

Подальшого дослідження потребує питання обґрунтування технології формування різних видів компетентностей майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР (професійної, комунікативної, соціальної тощо); здійснення порівняльної характеристики розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів інших спеціальностей у вищих професійних коледжах КНР.

Список використаних джерел

1. Акімова, Н. В. (2024). Проблеми психологічної підготовки студентів економічного профілю до підприємницької діяльності. *Таврійський науковий вісник*, 19. 20–25.
2. Алексеева, Г. М., Пірковець, С. М. (2025). Структура м'яких навичок у майбутніх бакалаврів цифрових технологій. *Педагогічна академія: наукові записки*, 18.
3. Алексеева, С. В., Базиль, Л. О., Байдулін, В. Б., Гриценко, І. А., Єршова, Л. М., Орлов, В. Ф., Сохацька, Г. В. (2016). Підприємницька компетентність майбутніх фахівців: методичний посібник / за наук. ред. М. Т. Теловатої. Житомир: «Полісся». 266.
4. Баніт, Ю. (2019). Формування підприємницької компетентності у процесі практико-орієнтованої підготовки студентів: особистісно-діяльнісний аспект. *Молодь і ринок*, 8 (175). 129–135.
5. Біда, О., Орос, І., Чичук, А., Гончарук, В. (2021). Складники підприємницької компетентності майбутніх педагогів. *Acta Paedagogica Volynienses*, 4. 28–33.
6. Богомаз, О. Ю. (2021). Формування медіакомпетентності та критичної медіаграмотності у майбутніх учителів суспільних предметів: психолого-педагогічний аспект. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 42–46.
7. Бондар, В. (2022). Поняття «підприємницька компетентність» у науковому дискурсі. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*, 9–10. 123–124.
8. Бондар, В. (2023). Проблема розвитку підприємницької компетентності керівника закладу загальної середньої освіти як предмет наукових досліджень. *Наукові записки*, 211. 247–251.

9. Бортнюк, Т. (2021). Формування підприємницької компетентності майбутнього вчителя початкової школи: критеріальна характеристика. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*, 7 (111). 14–24.
10. Бунецька, І. (2025). Модернізація нормативно-правової бази та стандартизація професійної підготовки фахівців з електронної інформації та технологій у КНР. *Вісник науки та освіти*. 1(31). 919–932.
11. Бунецька, І. М. (2025). Революція цифрової освіти і трансформація підготовки фахівців у системі вищої освіти КНР. *Наука і техніка сьогодні*. 1(42). 521–534.
12. *Великий тлумачний словник сучасної української мови* (2007). / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. Ірпінь: Перун. 1440.
13. Вінницький національний технічний університет. (2025). *Освітньо-професійна програма «Професійна освіта (Цифрові технології)» (бакалавр)*. <https://vntu.edu.ua/uk/information-for-enrollee/osvitnya-programa-profesiyna-osvita-cifrovi-tekhnologii-bakalavr-1346.html>
14. Гоу Кванденг. (2020). Тенденції та проблеми розвитку цифрового освітнього середовища в університетах Китаю. *Інноваційна педагогіка*, 22 (2). 180–185.
15. Гриценко, І. (2021). Педагогічна технологія розвитку підприємницької компетентності майбутніх кваліфікованих робітників у процесі проєктної діяльності. *Професійна педагогіка*, 1 (22). 23–31.
16. Ду Цзінсюй. (2018). Структура та зміст підприємницької компетентності студентів закладу вищої освіти. *Психолого-педагогічні проблеми вищої і середньої освіти в умовах сучасних викликів: теорія і практика : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., Харків*. 214–217.
17. Ду Цзінсюй. (2020). Формування підприємницької компетентності студентів у закладах вищої освіти КНР: дис. ... д-ра філософії. 182.
18. *Енциклопедія освіти* (2008). / АПН України / голов. ред. В. Г. Кремень. Київ: Юрінком Інтер. 1040.

19. Єжова, В. В. (2024). Професійна підготовка майбутніх фахівців у галузі технологій і дизайну засобами цифрових технологій. *Журнал Прикарпатського університету імені Василя Стефаника*, 11, 1. 20–24.
20. Завгородня, Т. (2020). Формування підприємницької компетентності здобувачів загальної середньої освіти: зарубіжний досвід. *Гірська школа українських Карпат*, 22. 189–193.
21. Закон України «Про вищу освіту». (2014). *Відомості Верховної Ради*. № 1556-VII.
22. Закон України «Про освіту». (2018). *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. (38–39). 380.
23. Канашина, О., Мехрад, А., Крупський, О. (2025). Мотивація та прийняття технологій у формуванні цифрової ефективності навчання в бізнес-школах. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, 22.
24. Кобець, О., Вахоцька, І. (2024). Особистісний ресурс як інтегральна характеристика професіонала. *Вісник Національного університету оборони України*, 82 (6). 60–68.
25. Кравчина, О. Є. (2024). Цифрові інструменти у формуванні підприємницької компетентності вчителів: виклики та можливості. *Наукові записки Малої академії наук України*, 3 (31). 51–62.
26. Луцький національний технічний університет. (2024). *Освітньо-професійна програма «Професійна освіта (Комп'ютерні технології)» (бакалавр)*. <https://lntu.edu.ua/uk/op/2024/01539-profesiyna-osvita-tsyfrovi-tekhnohohiyi>
27. Майковська, В. І. (2017). Сутність і структура підприємницької компетентності майбутніх фахівців в Україні. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, 1. 112–117.
28. Майковська, В. І. (2021). Теорія і практика формування підприємницької компетентності майбутніх фахівців сфери обслуговування у

зкладах вищої освіти : автореф. дис. ... доктора пед. наук : спец. 13.00.04. Сумський державний педагогічний ун-т ім. А. С. Макаренка. 44.

29. Марущак, О. М. (2023). Поняття компетентності у педагогічній діяльності. *Креативна педагогіка: наук.-метод. журнал*, 11. 97–108.

30. Мелеш, В. В., Скрипинець, В. В., Чепелюк, Б. М. (2023). Педагогічні умови формування підприємницької компетентності керівників закладів освіти. *Міжнародний науковий журнал «ОСВІТА І НАУКА»*, 2 (35). 328–332.

31. Навчальний план підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 186 «Видавництво та поліграфія» (освітня програма «Цифрові медіа»). (2023). *Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова*.

32. Наказ МОН України № 76 від 24.01.2024 р. «Про завершення експерименту на всеукраїнському рівні за темою «Формування підприємницької компетентності майбутніх кваліфікованих робітників сфери послуг у процесі професійної підготовки» у січня 2020 – грудні 2023 року».

<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/uploads/public/661/698/f59/661698f5939c4305692275.pdf>

33. Національний університет «Львівська політехніка». (2025). *Освітньо-професійна програма «Професійна освіта (Цифрові технології)» (бакалавр)*. <https://lpnu.ua/ipno/osvitni-prohramy-ipno/osvitno-profesiina-prohrama-profesiina-osvita-tsyfrovi-tekhnologii>

34. Новий тлумачний словник української мови у трьох томах (2003). / уклад. В. В. Яременко, О. М. Сліпущко. Київ: Аконіт, 1. 926.

35. Осадченко, І. І., Чжоу Ганвей. (2025) Інноваційні стратегії розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіа технологій у вищих професійних коледжах КНР. *Перспективи та інновації науки*, 12 (58). 120–1296.

36. Освітньо-професійна програма «Комп'ютерні науки» (бакалаврський рівень). (2024) *Харківський національний університет радіоелектроніки*.

37. Освітньо-професійна програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» (бакалаврський рівень). (2025). *Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*.

38. Освітньо-професійна програма «Професійна освіта (цифрові технології)» (бакалаврський рівень). (2023). *Національний університет «Львівська політехніка»*.

39. Освітньо-професійна програма «Цифрові медіа» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 186 «Видавництво та поліграфія». (2023). *Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова*.

40. Освітньо-професійна програма «Цифрові технології» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. (2023). *Національний університет «Львівська політехніка»*.

41. Островершенко, А. П. (2023). Аналіз компетентностей майбутніх фахівців з підприємництва та торгівлі. *Modern engineering and innovative technologies*.

42. Паска, Т. В., Паска, Б. В. (2024). Особливості використання цифрових технологій у професійній підготовці майбутніх фахівців у закладах вищої освіти. *Інноваційна педагогіка*, 70 (2). 70–75.

43. Прищеп, С. М. (2016). Сутність та зміст поняття «підприємницька компетентність». *Young Scientist*, 5 (32). 367–370.

44. Сажієнко, О. П. (2017). Характеристика компонентів, критеріїв та рівнів сформованості фахової компетентності у майбутніх бакалаврів сфери комп'ютерних технологій. *Научен вектор на Балканите*, 1. 18–21.

45. Сажієнко, О. П. (2018). Характеристика моделі формування фахової компетентності у майбутніх фахівців сфери комп'ютерних технологій. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів та*

природокористування України. Серія «Педагогіка, психологія, філософія», 291. 278–283.

46. Середіна, І. (2022). Модель формування підприємницьких компетентностей майбутніх бакалаврів з економіки підприємництва. *Colloquium-journal*. 3 (126). 15–21.

47. Словник української мови: у 20 т. (2010). Київ: Наукова думка.
https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=ukr0001596

48. Сорока, Т. (2023). Дидактичні стратегії формування іноземної комунікативної компетентності магістрантів в контексті європейської інтеграції. *Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету*, 62. 232–240.

49. Стеблюк, С. В. (2019). Компоненти та показники професійної компетентності майбутніх фахівців із підприємництва торгівлі та біржової діяльності. *Інноваційна педагогіка*, 9. (Т. 3). 78–81.

50. Стрельников, М. (2016). Розвиток підприємницької компетентності магістрантів з бізнесу адміністрування засобами проєктивної освіти. *Педагогічні науки*, 66–67. 178–182.

51. Сурков, М. (2025). Стан і тенденції розвитку інформаційно-цифрової компетентності у вітчизняній та зарубіжній педагогіці. *Українська професійна освіта*, 18. 156–166.

52. Ткачук, С. І., Мельник, О. С., Паска, Т. В. (2025). Особливості формування цифрової компетентності в майбутніх фахівців професійної освіти в умовах сучасних глобальних викликів. *Професійно-прикладні дидактики*, 2. 51–57.

53. Толмач, М. (2021). Цифрові технології в освіті: можливості й тенденції застосування. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*, 4 (2), 159–171.

54. Тулашвілі, Ю. Й. (2021). Підготовка фахівців у закладах вищої освіти в реаліях цифрової трансформації. *Modern Information Technologies and Innovation Methodologies of Education in Professional Training*, 60. 116–127.
55. Туркевич, О. В. (2018). Терміни знання, уміння, навички: від унормування до гармонізації в сучасній українській лінгводидактиці. *Вісник КНЛУ*. (Т. 20). 2. 119–126.
56. Український державний хіміко-технологічний університет. (2025). *Освітньо-професійна програма «Професійна освіта. Цифрові технології» (бакалавр)*. <https://udhtu.edu.ua/osvitnya-programa-profesijna-osvita-czyfrovi-tehnologiyi>
57. Чжоу Ганвей. (2024). Порівняльний аналіз розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у зарубіжних вищих професійних коледжах. *Зб. м-лів ХХVI Всеукраїнської наукової конференції «Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2024»*. Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького. 329–331.
58. Чжоу Ганвей. (2025) Характеристика змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій вищих професійних коледжів КНР. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*, 5 (145). 383–296.
59. Чжоу Ганвей. (2025). Методологічні підходи до сутності поняття «професійна компетентність майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій у Китаю». *Наука і техніка сьогодні*, 1 (42). 924–935.
60. Шеліган, О. (2019). Підприємницька компетентність у наукових рецепціях вчених. *Педагогічна освіта: теорія і практика*, 31. 86–90.
61. Шестерікова, Л. О. (2023). Педагогічні умови розвитку підприємницької компетентності майбутніх художників-виконавців у фахових коледжах. *Загальна педагогіка та історія педагогіки*, 62. (Т. 2). 113–117.
62. Шиненко, М. А., Ткаченко, В. А., Лабжинський, Ю. А. (2024). Розвиток цифрової компетентності науково-педагогічних працівників:

закордонний досвід. *Науковий часопис УДУ імені М. Драгоманова*, 23 (30). 133–144.

63. *Юридична енциклопедія: в 6 т.* (2001). / редкол.: Ю. С. Шемшученко (гол. редкол.) та ін.. Київ: Укр. енцикл.. (Т. 3). 792.

64. Albashiry Nabeel Mohsin, Haifa Belhadj, & Mohammad Al-Smadi. (2024) A Digital Competency Framework for University Teachers: Towards Agile and Sustainable Curriculum. *International Conference in Emerging Technologies for Sustainability and Intelligent Systems (ICETSYS)*. IEEE. 1490–1494.

65. Banha, F. (2025). *A critical analysis of the Portuguese Framework for Entrepreneurship Education*. *Education & Training in Entrepreneurship*, 8.

66. Bao Yingding. (2020). Exploration of ways to realize the construction of online teaching resources for computer application technology majors in higher vocational colleges. *Teaching Method Innovation and Practice*, 3 (4). 128–130.

67. Bejinaru, R. (2019). Impact of digitalization on education in the knowledge economy. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7 (3). 367–380.

68. Biaocai Huang. (2019). Information technology supports a new model of learner-centered learning and teaching. *Teaching Method Innovation and Practice*, 2 (8). 253–258.

69. Birmingham Institute of Fashion and Creative Arts. Wuhan, China. (2025). *BSc (Hons) Digital Media Technology. Educational program*. <https://www.bachelorstudies.com/institutions/bifca/bsc-hons-digital-media-technology>

70. Bitakou, E., Ntaliani, M., Demestichas, K., & Costopoulou, C. (2023). Assessing Massive Open Online Courses for Developing Digital Competences among Higher Education Teachers. *Education Sciences*, 13. 1–19.

71. Bykov, V., Spirin, O., & Pinchuk, O. (2020). Modern tasks of digital transformation of education. *Unesco Chair Journal Lifelong Professional Education in the XXI Century*, 1. 27–36.

72. Changjun Wang. (2018). Research on the integration of general technology and information technology teaching. *Educational Research*, 1 (4). 54–55.

73. Chuanjun Chen, Shijun Zheng, & Bo Li. (2020). Research on the effect of mathematical modeling teaching on the cultivation of college students' computer thinking ability. *Teaching Method Innovation and Practice*, 3, 9. 99–101.

74. Competence. (2019). *ERIC Thesaurus*.
<https://vocabularyserver.com/eric/index.php?tema=442>

75. Definition and selection of competencies: Theoretical and conceptual foundations. (2001). *Technical report, National Agency for Education National Agency for Education National Agency for Education*.
<http://www.oecd.org/edu/skills-beyondschool/definitionandselectionofcompetenciesdeseco.htm>

76. Dehtjare, J., Uzule, Kr., Strazda, A., & Hanushchak-Yefimenko, L. (2025). Entrepreneurial Competences for Design Students: A Comparative Study of Latvian and Ukrainian Students. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 47 (1). 59–75.

77. Dongmei Guo. (2020). Research on the teaching reform and innovation of digital media application technology courses. *Teaching Method Innovation and Practice*, 3 (1). 97–99.

78. DQR A. (2011). The german qualifications framework for lifelong learning.
https://www.dqr.de/dqr/shareddocs/downloads/media/content/the_german_qualifications_framework_for_lifelong_learning.pdf?__blob=publicationFile&v=2

79. Erpenbeck, J., & Von Rosenstiel, L. (2017). *Handbuch Kompetenzmessung: Erkennen, verstehen und bewerten von Kompetenzen in der betrieblichen, pädagogischen und psychologischen Praxis*. Schäfer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht. 30.

80. European Parliament (2006). Recommendation of the European parliament and the council of 18 December 2006 on key competencies for lifelong learning. *Official Journal of the European Union*. 12.
81. Federal Institute for Vocational Education and Training (BIBB). (2018). 12 (3). <https://www.bibb.de/dienst/publikationen/de/download/8608>
82. Feng Jie. (2019). Practical research on information technology in teaching in secondary vocational schools. *Educational Research*, 2 (3). 64–65.
83. Gábor, H., & Huang Min. (2025). University-industry integration policies and practices in China: exploring policy documents and literature. *First draft*.
84. Guangdong Nanhua Vocational College of Industry and Commerce. (2025). *Digital Media Technology Talent Training Program (2025 cohort)*. (Ukrainian translation by ChatGPT, OpenAI, 2026). https://www.nhic.edu.cn/_local/9/B1/EA/C6EC187B48CFDF5982376D98F2F_0E059121_14CEA5.pdf
85. Guiding conclusions of the General Office of the State Council on further supporting innovation and entrepreneurship of college students. (2021). *China Daily*. https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content_5647349.htm
86. Guifang Ma. (2020). Research and practice on the reform of stratified teaching of information technology courses in higher vocational colleges. *Teaching Method Innovation and Practice*, 3, 11. 88–90.
87. Guo Shanshan, & Peng Yuyu. (2023). Research on the development of a context-oriented hybrid teaching model based on «work process systematization». *Innovation and Entrepreneurship Theory Research and Practice*, 6, 1. 99–101
88. Haijiao Chen, Yuting Tang, & Jinghe Han. (2022). Building Students' Entrepreneurial Competencies in Chinese Universities: Diverse Learning Environment, Knowledge Transfer, and Entrepreneurship Education. *Sustainability*, 14 (15). 9105.

89. Higher Vocational and Technical College. (2025). Syllabus of disciplines (core and elective according to the curriculum). Specialty «Digital Media Technologies». <https://www.pzxy.edu.cn/>

90. Hong Wei, & Wang Dong. (2021). Strategies for integrating ideological and political education with innovation and entrepreneurship education in higher vocational colleges. *Viser*, 2 (1). 72–74.

91. Hu Jie, & Zhang Ling. (2023). Exploration of the reform of industry-education integration teaching in higher vocational colleges under the background of «double innovation». *Research and Practice of Innovation and Entrepreneurship Theory*, 6 (3). 27–29.

92. Hui Zhang. (2019). Research on improving the quality of computer teaching in colleges and universities and deeply stimulating students' computer application skills. *Modern Education Forum*, 2 (9). 30–31. (дата звернення: 25.04.2025).

93. Hunan Petroleum Chemical Vocational Technical College (2025). <https://www.hnshzy.cn/info/1840/7358.htm>

94. Jian Dong, Bin Wu, Cheng Dong, Jianru Xie, & Guizhen Fu. (2024). Research on the Construction of Digital Teaching Resources in Guangdong Vocational Colleges Under the Background of Double High Plan. *Proceedings of the 2024 4th International Conference on Modern Educational Technology and Social Sciences*.

95. Jingwen Shao. (2024). Research on the integration of industry and education in higher vocational education. *Journal of educational research and policies*, 6 (7). 46–53.

96. Junhong Chen. (2019). Application of micro-courses in computer teaching in secondary vocational schools. *Educational Research*, 2 (3). 9–10.

97. Junxiu Liu. (2025). Digital Transformation in Chinese Higher Education: Leadership and Governance Perspectives. Digital Transformation in Chinese Higher. *The Development of Humanities and Social Sciences*, 1 (4). 68–92.

98. Kannan, S., & Bergami, R. (2023). *Entrepreneurship education: Voices from Australia. International Journal of Learning in Higher Education*, **30** (2), 141–169.
99. Kirsch, E., Jörgens, M. K., & Belz, M. (2026). *Improvement in self-assessed entrepreneurial competence following participation in the Unternehmergeist Saar Program: A pilot study. Journal of Entrepreneurship and Management Insights*, 22 (1). 21–35.
100. Lai Yusi. (2023). Application of artificial intelligence technology in computer-assisted instruction. *Electronic Communications and Computer Science*, 5 (3). 92–94.
101. Lambarri Villa, M., Gordon-Isasi, J., & Arrondo Diez, E. (2025). Entrepreneurial competence in higher education: an assessment of the importance attributed to it by final-year undergraduate students. *World*, 6 (3).
102. Li Hua, & Li Zipeng. (2023). Innovative application and effect evaluation of digital technology in teaching reform. *Frontier of Modern Education*, 4 (4). 80–82.
103. Li Xinga, & Yufeng Diao. (2024). Research on Digital Training in Higher Vocational Colleges under the Perspective of Human and Technology Integration. *Wuhan, People's Republic of China*.
104. Li Yangrong. (2019). Research on ideological and political education and teaching in higher vocational colleges under the new media environment. *Educational Research*, 2 (9). 113–114.
105. Lie Shan. (2025). Research on teaching methods and talent cultivation of digital media in higher vocational colleges empowered by AI. *Education Reform and Development*, 7 (9). 281–286.
106. Lijie Hao, Kun Tian, Umi Kalsum Mohd Salleh, Chin Hai Leng, Shigang Ge, & Xinliang Chen. (2024). The Effect of Project-Based Learning and Project-based Flipped Classroom on Critical Thinking and Creativity for Business English Course at Higher Vocational Colleges. *Malaysian Journal of Learning and Instruction*, 21 (1). 159–190.

107. Liu Fangtao. (2020). Research on the integration strategy of innovation and entrepreneurship education and ideological and political education for college students. *Research and Practice of Innovation and Entrepreneurship Theory*, 3. 65–67.

108. Ma Jun. (2023). Research on the construction of a new ecological system for the integration of industry and education in higher vocational colleges based on the digital economy. *Journal of Education Research. Journal of Education Research*, 1 (2). 1–5.

109. Ma Xinyan, Chen Meirong, & Diao Junfeng. (2025). Pathways and outcomes of digital transformation in Chinese vocational colleges. *Vocat Tech Edu.*, 2 (1).

110. Mannonen, J., Hooshyar, D., Urrutia, F., Hämäläinen, R., & Lehesvuori, S. (2025). *The concept of competence in educational research: A knowledge map of main research traditions and topics. European Journal of Training and Development*, 67, 10. 132–149.

111. Mengyu Luo. (2020). The impact of the digital divide on online education for middle school students: A survey of parents of middle school students in Nanchang. *Educational Academic Monthly*, 3. 64–71.

112. Ministry of Education of the PRC. (2024). Overview of work on digital education in China. *Source: China Education Daily*. http://en.moe.gov.cn/features/2024WorldDigitalEducationConference/News/202402/t20240201_1113777.html

113. Morales Valero, M., Pérez Azuela, J. C. A., & Montes, D. A. (2025). *Ámbitos de aprendizaje para el desarrollo de la competencia emprendedora en un contexto local-rural. Política y Sociedad*, 62 (2).

114. Nicolae, M., & Nicolae, E. E. M. (2017). Development, competence and performance—who does what in higher education? *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 11 (1). 332–338.

115. Pindingshan Higher Vocational and Technical College. (2025). Official website. <https://www.pzxy.edu.cn/>

116. Qian Zhang. (2019). Research on the training strategy of «dual-qualified and dual-capable» teachers in higher vocational colleges based on action learning theory. *Teaching Method Innovation and Practice*, 2 (7). 64–68.

117. Ratten, V., & Usmanij, P. (2021). Entrepreneurship education: time for a change in research direction? *Int. J. Manage. Educ.*

118. Rong Liu. (2019). Application of virtual machine technology in computer network security teaching in higher vocational education. *Teaching Method Innovation and Practice*, 2 (4). 29–31.

119. Rong Yi, & Xue Zitao. (2021). Research on the basic functional ability of teachers in information-based classroom teaching in higher vocational colleges - Taking the 2019 China Shaanxi Higher Vocational College Classroom Teaching Innovation Competition «Traveling through the Huaqing Palace, Shaanxi Cultural Tour: Explanation of the Tour Guide» as an example. *Innovation and Practice of Teaching Methods*, 4, 4. 22–32.

120. Ronghua Zhou, Sabariah Md Rashid, & Sijia Cheng. (2024). Entrepreneurship education in Chinese higher institutions: challenges and strategies for vocational colleges. *Higher Education*, 11.

121. Sarva, E., Lāma, G., Oļesika, A., Daniela, L., & Rubene, Z. E. (2023). Development of Education Field Student Digital Competences—Student and Stakeholders' Perspective. *Sustainability*, 15. 1–16.

122. Sehkar Fayda-Kinik, F. (2023). The Impact of Digital Competences on Academic Procrastination in Higher Education: A Structural Equation Modeling Approach. *Pegem Journal of Education and Instruction*, 13 (3). 25–35.

123. Seredina, I. (2020). The current state of entrepreneurial competence formation of bachelors in the enterprise economics. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*, 11. 49–53.

124. Shan Lu, & Zhi Haidai. (2019). Research on the innovation of training mode for computer skills talents in secondary vocational schools. *Teaching Method Innovation and Practice*, 2 (5). 123–126.

125. Shaoqin Lu. (2022). Construction of «Dual-Qualified» Teachers in higher vocational colleges from the perspective of the integration of industry and education. *Proceedings of the 2nd International Conference on Education: Current Issues and Digital Technologies*.

126. Shen Jiaodi. (2024). Research on the path of integrating information technology into the teaching of ideological and political courses in higher vocational colleges. *Vocational Education*, 13 (1). 257–261.

127. Tittel, A., & Terzidis, O. (2020). Entrepreneurial competences revised: developing a consolidated and categorized list of entrepreneurial competences. *Entrepreneurship Education*. 1–35.

128. Vitello, S. (2021). *What is competence? A shared interpretation of competence to support teaching, learning and assessment*. Cambridge Assessment, 22.

129. Vocational Education Law of China. China Justice Observer. (2022). Analysing China's foreign, domestic, and economic policy, bilateral relations, and its role in global governance, trade, and the international order.

130. Wang Jianhua. (2021). What is high-quality development of higher education? *China Higher Education Research*, 6. 15–22.

131. Wang Yixin, & Zhang Ming. (2020). Exploration of Teaching Reform of Computer Network Technology Major under the Concept of Ideological and Political Courses. *Education Research*, 3 (8). 187–188.

132. Xi'an Jiaotong-Liverpool University. (2025). *BEng Digital Media Technology*. <https://www.bakalavratosvita.com/institutions/xjtlu/beng-digital-media-technology>

133. Xi'an Jiaotong-Liverpool University. (2025). *BEng Digital Media Technology*. <https://www.bakalavratosvita.com/institutions/xjtlu/beng-digital-media-technology>

134. Xiao Jiao Wen. (2018). A new stage of deep integration of information technology and education and teaching. *Educational Research*, 1 (4). 9–10.

135. Xiaoxin Zhai, & Pengfei Chen. (2024). Developing College Students' Entrepreneurial Competences: Designing Project-Based Learning Entrepreneurship Foundational Course in Chinese Universities. *Journal of Curriculum and Teaching*, 13 (4). 159–172.
136. Xu Mengxi, & Wu Xiaobin. (2022). Reform and New Development of Higher Engineering Education. *Advances in Education*, 12 (3). 606–613.
137. Xue Bai. (2018). Analysis of the cultivation path of computer thinking ability in higher vocational computer teaching. *Educational Research*, 1, 4. 5–6.
138. Xuehua Zhang. (2019). Research on innovative paths of student management in higher vocational colleges under the new media environment. *Teaching Method Innovation and Practice*, 2 (3). 55–57.
139. Xueqing Wei. (2019). Path analysis of guiding online public opinion in ideological and political education in colleges and universities under the new media environment. *Teaching Method Innovation and Practice*, 2 (8). 408–410.
140. Xuyan Wang, Shuhua Liu, & Lingli Zhang. (2024). How the «West as method» fails: A study of entrepreneurship education from the perspective of China. *The International Journal of Management Education*, 22, 3.
141. Yahong Xie. (2020). Research on the cultivation strategies of vocational quality of higher vocational students. *Modern Education Forum*, 3 (6). 80–82.
142. Yan Liu. (2019). Exploration of innovative paths for ideological and political education in colleges and universities under the new media environment. *Teaching Method Innovation and Practice*, 2 (7). 84–86.
143. Yaning Chen, Shisen Li, & Rui Chen. (2025). Impact of Industry and education integration on employment quality in higher vocational colleges: moderating role of faculty qualifications and curriculum development capacity. *Education Sciences*, 15, 10.
144. Yanziye Wei, & Chenxue Ren. (2025). Research on the industry-education integration in higher vocational education from the perspective of social partnership theory. *Edelweiss applied science and technology*, 9, 6. 1740–1747.

145. Yaoming Liang, Ruiqi Chen, Hanhui Hong, Sisi Li, & Li Han. (2025). Shaping digital entrepreneurial intention in higher education: the role of entrepreneurship education, creativity, and digital literacy among Chinese university students. *Journal of Innovation & Knowledge*, 10, 5.
146. Yijun Lv, Yingying Chen, Yimin Sha, Jing Wang, Lanyijie An, Tingjun Chen, Xiang Huang, Yangjie Huang, & Leilei Huang. (2021). How Entrepreneurship Education at Universities Influences Entrepreneurial Intention: Mediating Effect Based on Entrepreneurial Competence. *Front. Psychol.*, 12. 1–12.
147. Ying Hu. (2024). The Implementation of Project-Based Learning in Chinese Basic Education: Challenges and Recommendations. *Science Insights Education Frontiers*, 21 (1). 3363–3374.
148. Yuan Gao, & Xiao Qin. (2022). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention of Chinese college students: Evidence from a moderated multi-mediation model. *Front. Psychol.*, 13.
149. Yue Huo. (2022). Digital transformation of human resources in private universities in the digital economy era. *Finance and Management International Academic Forum*, 1 (1). 22–24.
150. Yutong Wang, & Ying Ma. (2022). Innovation and Entrepreneurship Education in Chinese Universities: Developments and Challenges. *Chinese Education & Society*, 55 (4–5).
151. Zhang Xiaohua. (2021). Research on the adaptability of higher vocational education in serving the development of digital economy. *Research and Practice on Innovation and Entrepreneurship Theory*, 13.
152. Zhao Dongxia. (2023). Dilemma, necessity and strategy of building teacher development centers in higher vocational colleges. *Advances in Education*, 13 (6). 3544–3552.
153. Zhejiang University of Science and Technology. (2025). *Bachelor of Digital Media Technologies*.
<https://www.bakalavratosvita.com/institutions/zust/bakalavr-cifrovih-media-tehnologij>

154. Zhenghua Wang. (2024). Research on the Construction of Digital Development Model for Higher Vocational Education and Influencing Factors. *Journal of Higher Vocational Education*, 1 (3). 247–254.
155. Zhitong Zhou. (2018). Analysis on the integration of STEM education concept in information technology teaching. *Education Research*, 1 (3). 5–6.
156. Zhou Ganwei. (2023). Fostering The Entrepreneurial Competence Of Prospective Bachelor's Degree Students In Higher Professional Colleges Specializing In Digital Media Technologies. *ISIETM*. 225–244.
157. Zhou Ganwei. (2025). Entrepreneurial competence as a personal resource of future bachelor of digital media technology in China. *Ресурсно-орієнтоване навчання в «3D»: доступність, діалог, динаміка: збірник тез доповідей V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка. 403–406.
158. Zhou Ganwei. (2026) Teaching resources for the formation of entrepreneurial competence of future bachelors of digital media technologies in the PRC and Ukraine: a comparative analysis. *Ресурсно-орієнтоване навчання в «3D»: доступність, діалог, динаміка : збірник тез доповідей VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 19–20 лютого 2026 року)*. Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка. 274–276.
159. Zhou G., Wu Y., Li J., & Bai D. (2025). Approaches to Vocational Training in Higher Polytechnic Colleges: Integrating Competence-Based, Project-Based, and Dual Learning Methods. *Dragoman Journal*, 17. 665–681.
160. 中华人民共和国全国人民代表大会. (1995年3月18日). *中华人民共和国教育法 (2015年修正)*. [National People's Congress of the People's Republic of China. (March 18, 1995). *Education Law of the People's Republic of China (2015 Amendment)*]
161. 中华人民共和国全国人民代表大会. (年12月4日). *中华人民共和国宪法 (2018年修正)*. [National People's Congress of the People's Republic of

China. (December 4, year unspecified). *Constitution of the People's Republic of China (2018 Amendment)*]

162. 中华人民共和国教育部 数字媒体技术专业教学标准 (高等职业教育教学本科) . (2025). 教育部教学标准文件. [Ministry of Education of the People's Republic of China. (2025). *Teaching Standards for the Digital Media Technology Major (Higher Vocational Undergraduate Education)*. Ministry of Education Teaching Standards Documents] http://www.moe.gov.cn/s78/A07/zcs_ztzt/2017_zt06/17zt06_bznr/bznr_zyjzyjxbz/gdzyjy_bk/bk_dzyxxdl/dzxxdl_jsjl/202502/P020250207566452863349.pdf?utm_source=chatgpt.com

163. 中国数字教育 (2020). 中华人民共和国教育部. [Ministry of Education of the People's Republic of China. (2020). *China Digital Education*] https://www.moe.gov.cn/srcsite/A07/zcs_zhgg/202007/W020231207569314980236.doc

164. 信息与通信工程学院. (2023). 数字媒体技术专业介绍. [School of Information and Communication Engineering. (2023). *Introduction to the Digital Media Technology Major*] https://ices.cuc.edu.cn/_s36/2023/0612/c9971a209568/page.psp?utm_source=chatgpt.com

165. 印刷媒体技术专业教学标准 (中等职业教育) (2017). [*Teaching Standards for the Printing Media Technology Major (Secondary Vocational Education)*] http://www.moe.gov.cn/s78/A07/zcs_ztzt/2017_zt06/17zt06_bznr/bznr_zyjzyjxbz/zyjzyjxbz_zz/zz_qgfzdl/qgfzdl_ysl/202502/P020250207442839765425.pdf?utm_source=chatgpt.com

166. 印刷数字图文技术专业教学标准 (高等职业教育专科) (2017). [*Teaching Standards for the Printing Digital Graphic Technology Major (Higher*

Vocational Junior College Education)]
http://www.moe.gov.cn/s78/A07/zcs_ztzt/2017_zt06/17zt06_bznr/bznr_zyjzyjxbz/gdzyjy_zk/zk_qgfzdl/qgfzdl_ysl/202502/P020250207523461026882.pdf?utm_source=chatgpt.com

167. 平顶山工业职业技术学院数字媒体技术专业人才培养方案. (2025)
 [Pingdingshan Polytechnic College. *Talent Training Program for the Digital Media Technology Major*]
<https://www.pzxy.edu.cn/jwch/detail.jsp?urltype=news.NewsContentUrl&wbtreeid=1036&wbnewsid=2971>

168. 广东南华工商职业学院. (2025) [Guangdong Nanhua Vocational College of Industry and Commerce]
https://www.nhic.edu.cn/_local/9/B1/EA/C6EC187B48CFDF5982376D98F2F_0E059121_14CEA5.pdf

169. 怡王. (2025). 面向职业核心能力的高职数字媒体技术专业OBE课程体系重构研究. *TACS*, 2 (9). 29–31. [Yi Wang. (2025). *Research on the Reconstruction of the OBE Curriculum System for Higher Vocational Digital Media Technology Majors Oriented toward Core Vocational Competencies*. *TACS*, 2(9), 29–31]

170. 教育部：5大任务深化职业教育教学关键要素改革. (2026).
 [Ministry of Education: *Five Major Tasks to Deepen the Reform of Key Elements in Vocational Education Teaching*] https://www.ycnews.cn/guonei/2026/02-12/V1Q8XW6k.html?utm_source=chatgpt.com

171. 数字媒体技术专业教学标准 (高等职业教育专科). (2025).
 [Teaching Standards for the Digital Media Technology Major (Higher Vocational Junior College Education)]
http://www.moe.gov.cn/s78/A07/zcs_ztzt/2017_zt06/17zt06_bznr/bznr_zyjzyjxbz/gdzyjy_zk/zk_dzyxxdl/dzxxdl_jsjl/202502/P020250207533156662261.pdf

172. 晓天 夏, 娟 唐. (2020). 职业院校“双师型”教师队伍建设的机制探析 ---基于“职教20条” *Forum of modern education*, 3 (7). 63–64. [Xia Xiaotian, & Tang Juan. (2020). *An Analysis of the Mechanisms for Building “Dual-Qualified” Teacher Teams in Vocational Colleges — Based on the “20 Articles on Vocational Education”*. *Forum of Modern Education*, 3(7), 63–64]
173. 杨珍珍. (2024). 教育数字化转型背景下高职教师数字素养提升路径研究. *Advances in Education*, 14 (4). [Yang Zhenzhen. (2024). *Research on the Pathways to Improving Digital Literacy of Higher Vocational Teachers in the Context of Educational Digital Transformation*. *Advances in Education*, 14(4)]
174. 武洪敏. (2025). 数智赋能职业教育数字化教材的挑战、路径与策略研究. *媒体融合*, 32 (3). 99–103. [Wu Hongmin. (2025). *Research on the Challenges, Pathways, and Strategies of Digital Textbooks Empowered by Digital Intelligence in Vocational Education*. *Media Convergence*, 32(3), 99–103]
175. 湖南石油化工职业技术学院. (2025) [Hunan Petrochemical Vocational and Technical College] <https://www.hnshzy.cn/info/1840/7358.htm>
176. 王知强, 张广秋. (2023). 高职院校专业数字化转型理论框架的研究基础、影响因素与实践路径. *职业教育研究*. [Wang Zhiqiang, & Zhang Guangqiu. (2023). *Research Foundations, Influencing Factors, and Practical Paths of the Theoretical Framework for the Digital Transformation of Specialties in Higher Vocational Colleges*. *Vocational Education Research*] https://fg.jscst.edu.cn/38/ff/c2047a80127/page.htm?utm_source=chatgpt.com
177. 田玲芳, 謝志昆, 李霞, 何春蓮 (2025). “数字媒体技术专业英语”课程思政建设实践研究. *教育进展*, 15 (4). 808–819. [Tian Lingfang, Xie Zhikun, Li Xia, & He Chunlian. (2025). *A Practical Study on Curriculum Ideological and*

Political Construction in the “Professional English for Digital Media Technology” Course. Education Progress, 15(4), 808–819]

178. 级数字媒体技术专业人才培养方案. (2024). [*Talent Training Program for the Digital Media Technology Major*]
https://www.stpt.edu.cn/_upload/article/files/f0/65/b50b3fa04b17a07a2628600ba665/39643a7c-62af-431d-879f-08401da4ed0d.pdf?utm_source=chatgpt.com

ДОДАТКИ

Додаток А

Авторська анкета

**для майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих
професійних коледжах КНР**

Примітки:

а) розроблені питання анкети розроблені з метою анкетування, опитування та інтерв'ювання;

б) питання можуть бути використаними і для перехресного анкетування (опитування, інтерв'ювання) – викладачів, які здійснюють професійну підготовку

1. Які види аудиторної та позааудиторної навчальної роботи позитивно мотивують (спонукають, сприяють) Ваше прагнення до підприємницької діяльності?

2. Для чого Вам розвивати підприємницьку компетентність?

3. Зміст яких навчальних предметів забезпечує Вашу підприємницьку компетентність?

4. Які навчальні дисципліни чи окремі теми курсів варто увести до навчального плану, щоб ефективно розвинути Вашу підприємницьку компетентність?

5. Які форми, методи та засоби навчання, застосовувані викладачами, сприяють розвитку Вашої підприємницької компетентності?

Додаток Б

Витяг із Державного стандарту підготовки спеціалістів освітнього рівня «бакалавр» за спеціальністю «Цифрові медіатехнології» («Професійний довідник з цифрових медіатехнологій», 2025)

Галузь знань: інформатика у категорії електронних відомостей.

Спеціальність: цифрові медіатехнології

Перелік професійних компетенцій:

1. Всебічно розвивати моральність, інтелект, характер, естетику і працю, втілювати в життя основні цінності соціалізму.

2. Мати високу ідеологічну та політичну якість та всебічну грамотність, адаптуватися до потреб національних стандартів професійної майстерності та стандартів комп'ютерної індустрії, а також оволодіти міцною науково-культурною основою та професійними знаннями з теорії цифрових медіатехнологій.

3. Мати здатність проєктувати та виробляти цифрові медіапродукти, такі як комп'ютерна програма, анімація, 3D-моделювання, редагування та синтез відео.

4. Бути фахівцем із цифрових медіа-технологій, компонувальником цифрових відео, редактором для інших галузевих технічних сфер послуг цифрового контенту та індустрії виробництва кіно- та телевізійних програм.

5. Виявляти високоякісні прикладні технічні таланти, що можуть займатися цифровим медіа-графічним дизайном, анімаційним дизайном та виробництвом, постпродакшеном кіно та телебачення та технологіями нових медіа.

Кількість років навчання: 3 роки

Професійна кваліфікація: атестат про закінчення навчання – «Цифрові медіатехнології».

Необхідні професійні кваліфікації: дизайнер комп'ютерної графіки, інженер-програміст, системний адміністратор комп'ютерних мереж тощо.

Додаток В.1

Робочі програми навчальних дисциплін (основних і вибіркових відповідно до навчального плану) підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР (BEng DMT-XJTLU, 2025; BDMT-ZUST, 2025; BSc DMT-BIFCA, 2025)

Графік професійного викладання (наука та інженерія)
Спеціальність: цифрові медіа-технології
Тривалість навчання: 3 роки

Категорії курсів характер перебігу		Назва курсу
Загальні базові курси	Обов'язковим	Ідеологія, мораль і верховенство права
		Вступ до думки Мао Цзедун та теоретичної системи соціалізму з китайською специфікою
		Вступ до соціалізму з китайською специфікою в нову епоху
		Ситуація та політика
		Фізичне виховання та здоров'я
		Військова доктрина
		Трудова освіта та практика
		Освіта з питань психічного здоров'я для студентів
		Розвиток кар'єри та профорієнтація
		Інноваційна та підприємницька освіта
		Вища професійна прикладна математика
		Англійська мова в коледжі
		Інформаційні технології та штучний інтелект
		Освіта з питань національної безпеки
	Курси за вибором обмежені	Традиційна китайська культура
		Практичне письмо
		Університетські мови
		Професіоналізм
		Художній курс (оберіть 1 з 8 курсів)
		Курси марксистської теорії, партійної й національної історії (виберіть 1 з 10 курсів)
Заняття з професійних основ спеціальності		Формування професійних основ
		Техніка фотографування та відеозйомки
		Обробка графічних зображень

		Основи програмного забезпечення 3D
		Дизайн інтерфейсу користувача
		Цифрова аудіо- та відеотехніка
		Техніки виробництва спецефектів
		Техніки виробництва 3D-анімації
		Веб-дизайн
	Курс підвищення кваліфікації (обмежений)	Цифровий дизайн та анімація
		Техніка виробництва 2D-анімації
		Дизайн взаємодії
		Технологія конвергентних медіа
		Реклама в кіно і на телебаченні, творчість і продакшн
		Планування та продакшн короткого відео
	Загалом	
	Заняття з професійної практики	Практичні заняття з цифрового візуального дизайну
		Навчання технології виробництва спецефектів
		Практичне навчання технології виробництва 3D анімації
		Стажкування (1)
		Стажкування (2)
		Дипломний проєкт

Додаток В.2
План підготовки фахівців спеціальності «Технології цифрових медіа»
у Гуандунському Наньхуа професійному коледжі промисловості та
комерції (набір 2025 року)

переклад з китайської: Guangdong Nanhua Vocational College of Industry and Commerce. (2025). Digital Media Technology Talent Training Program (2025 cohort). (Ukrainian translation by ChatGPT, OpenAI, 2026).

https://www.nhic.edu.cn/_local/9/B1/EA/C6EC187B48CFDF5982376D98F2F_0E059121_14CEA5.pdf

Зміст

- 1. Короткий зміст програми підготовки фахівців спеціальності «Технології цифрових медіа» (2025 р.)
- 2. Назва спеціальності та код
- 3. Вимоги до вступу
- 4. Термін навчання
- 5. Професійна орієнтація
- 6. Мета підготовки та освітньо-кваліфікаційні характеристики
- 7. Модель підготовки фахівців
- 8. Навчальний план та вимоги
- 9. Загальний графік навчального процесу
- 10. Забезпечення реалізації програми
- 11. Вимоги до випускників
- 12. Додатки

Короткий зміст програми підготовки фахівців спеціальності «Технології цифрових медіа» (набір 2025 року)

I. Загальна інформація про спеціальність
Назва спеціальності: Технології цифрових медіа
Код спеціальності: 510204
Освітній кластер: Технології цифрових медіа
Термін навчання: 3 роки
Форма навчання: стандартна група / спеціалізована група
Вимоги до вступу:

- закінчена старша середня школа;
- або рівноцінна освіта;
- або диплом закладу середньої професійної освіти.

II. Інформація про навчальні курси
Обов’язкові загальноосвітні дисципліни:
Кількість курсів: 18
Частка загальноосвітніх дисциплін: 30,62 %

Професійні курси:

Тип курсу	Кількість
Базові професійні	6
Основні професійні	8
Поглиблені	6
Тип курсу	Кількість

Загальні показники:

Показник	Значення
Загальна кількість кредитів	139
Загальна кількість годин	2606
Обов'язкові кредити	117
Обов'язкові години	2254
Вибіркові кредити	22
Вибіркові години	352

Співвідношення навчання:

Тип навчання	Години	Частка
Теоретичне	738	28,32%
Практичне	1868	71,68%

IV. Професійна орієнтація

(1) Професійні категорії

Галузь: Електроніка та інформаційні технології (51)

Спеціалізація: Комп'ютерні науки (5102)

Відповідні сфери діяльності:

- спеціалісти соціально-культурної діяльності
- фахівці мистецтва та спорту

Основні професії:

- спеціаліст з мультимедійних комунікацій
- дизайнер візуальних комунікацій
- спеціаліст цифрового медіа-мистецтва

Основні професійні напрямки:

- створення контенту для нових медіа
- цифровий візуальний дизайн
- постпродакшн відео

Професійні сертифікати:

- спеціаліст з мультимедійного управління
- дизайнер цифрових інтерактивних медіа
- UI-дизайнер

V. Мета підготовки

Програма спрямована на підготовку висококваліфікованих спеціалістів цифрових медіа, які:

- дотримуються основних соціальних цінностей;
- мають всебічний розвиток (інтелектуальний, фізичний, естетичний);
- володіють професійною етикою;
- мають інноваційне мислення;
- здатні до підприємництва;
- мають здатність до сталого професійного розвитку;
- володіють професійними технологіями цифрових медіа.

1. Підготовка орієнтована на потреби розвитку економіки регіону Великої затоки Гуандун-Гонконг-Макао та формування спеціалістів у галузях:

- нових медіа;
- цифрового дизайну;
- відеовиробництва;
- як фахівців комплексного типу:

- «мистецтво + технології + менеджмент»

2. Структура навчальної програми:

Загальна кількість кредитів: 139

Загальна кількість годин: 2606

Теоретичне навчання: 738 годин (28,32%)

Практичне навчання: 1868 годин (71,68%)»)

Основні професії:

- спеціаліст з нових медіа
- дизайнер візуальних комунікацій
- спеціаліст цифрового медіа-мистецтва

3. Мета підготовки: підготовка висококваліфікованих спеціалістів, які володіють знаннями у сфері цифрових медіа, дизайну та виробництва мультимедійного контенту, здатних працювати у сфері нових медіа, цифрового дизайну та відеопродакшну.

4. Основні компетентності випускника:

- володіння програмами обробки зображень і відео
- навички роботи з платформами нових медіа
- навички командної роботи
- здатність до інноваційної діяльності

Основні дисципліни

5. Загальноосвітні:

- Основи права і моралі
- Фізичне виховання
- Англійська мова для професійних потреб
- Основи штучного інтелекту

6. Професійні:

- Графічний дизайн
- Фотографія та відеозйомка
- Монтаж відео
- UI/UX дизайн
- 3D моделювання

7. Практична підготовка передбачає стажування на підприємствах, виконання практичних проєктів та дипломну роботу.

8. Вимоги до випуску: для отримання диплома студент повинен набрати необхідну кількість кредитів, пройти практику та виконати дипломний проєкт.

Додаток Д

**Програми виробничих практик відповідно до навчального плану
підготовки майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих
професійних коледжах КНР
(BEng DMT-XJTLU, 2025; BDMT-ZUST, 2025; BSc DMT-BIFCA, 2025)**

Час виробничої практики	Практичні курси на виробництві	Години виробничої практики
Семестр 1	Трудова освіта та практика	16
	Інформаційні технології та штучний інтелект	64
	Розвиток кар'єри та профорієнтація	16
Семестр 2	Цифровий візуальний дизайн (із практичною підготовкою)	124
	Дизайн інтерфейсу користувача	64
	Військова доктрина	36
Семестр 3	Основи програмного забезпечення 3D	64
	Основи цифрового аудіо та відео	64
	Технологія виробництва спецефектів (зокрема практичні заняття)	124
	Інноваційна та підприємницька освіта	8
Семестр 4	Технологія виробництва 3D-анімації (включаючи практичні заняття)	124
	Веб-дизайн	64
	Дизайн взаємодії	64
	Технологія конвергентних медіа	64
	Реклама в кіно і на телебаченні, творчість і продакшн	64
	Планування та продакшн короткого відео	64
	Практика зайнятості та підприємництва	30
Семестр 5	Стажування (соціальна практика)	540
Семестр 6	Стажування (соціальна практика)	240
	Дипломний проєкт	300

Додаток Е

Методична презентація для викладачів українських ЗВО про використання інноваційних методів розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР*

**укладено та презентовано автором*



平顶山工业职业技术学院
Pingdingshan Polytechnic College

Використання інноваційних методів розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР

Чжоу Ганвей, аспірант
011. Освітні, педагогічні науки

2026



平顶山工业职业技术学院
Pingdingshan Polytechnic College

1

Основні інноваційні методи розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР такі:

(1) Підхід на основі моделювання підприємства

Підхід на основі моделювання підприємства передбачає штучне створення модельованого корпоративного операційного середовища під час навчання. Студенти беруть на себе ролі корпоративних співробітників, комплексно вирішуючи реальні завдання на робочому місці. Ця методологія вбудовує навчальний контент і вимоги в автентичні бізнес-сценарії, засновані на реальних корпоративних робочих процесах і завданнях. Вона тісно інтегрує навчання, вивчення і практику, направляючи студентів до активного критичного мислення і ентузіазму в практичному застосуванні.

中国高等职业教育教学创新方法主要有以下几种:

(一) 模拟企业法

模拟企业法是指在教学过程中人为创造仿真企业运行环境, 学生处于企业职员角色, 全方位解决实际工作中的问题。模拟企业教学法是基于企业实际的工作过程与任务, 将教学内容及要求嵌入企业场景, 教、学、练紧密结合, 引导学生积极思考、乐于实践。

序

Програми вищої професійної освіти у КНР зазвичай тривають від трьох до чотирьох років, а цілі навчання зосереджені на підготовці студентів до роботи на першій лінії в різних галузях промисловості та на конкретних посадах. Акцент робиться на розвитку практичних навичок, оперативних здібностей та професійної поведінки, підкреслюючи застосування знань у реальних умовах та готовність до працевлаштування. Зміст курсів тісно пов'язаний з практичними вимогами у сфері виробництва, надання послуг та управління. Після закінчення навчання студенти отримують диплом про вищу професійну освіту, без присвоєння академічного ступеня. Це є основним шляхом підготовки кваліфікованих фахівців.

中国高等职业教育学制一般 3-4 年，培养目标是面向行业与岗位一线，侧重实践技能、操作能力与职业素养培养，强调学以致用和就业导向，课程设置紧密对接生产、服务、管理等实际工作需求，学生毕业后可获得专科毕业证书，不授予学位，是技能型人才培养的主体。

1



模拟企业法--模拟“京东”电子商务客服

Моделювання корпоративного права – Моделювання служби обслуговування клієнтів JD.com E-commerce

2

(2)Проектне навчання

Проектне навчання — це підхід, за якого під час навчальної діяльності викладачі розробляють зміст курсу або навчальні завдання у вигляді невеликих проєктів. Студенти беруть участь у цих проєктах індивідуально або в групах, дотримуючись робочого процесу реальних проєктів, щоб сформулювати плани, реалізувати стратегії та спільно або шляхом розподілу праці виконати весь проєкт. Протягом цього процесу студенти засвоюють і опановують теоретичні знання та основні навички, необхідні для курсу, одночасно розвиваючи вміння вирішувати проблеми, командний дух та комунікативні навички.

(二) 项目教学法

项目教学法是指在教学活动过程中，教师将教学内容或教学任务设计成一个个小的项目，学生以个人或小组方式参与项目活动，按照完成实际项目的工作流程，制订计划、实施计划，共同或分工完成整个项目。学生在项目完成过程中，理解和掌握课程要求的理论知识和基本技能，培养分析问题、解决问题的能力以及团队精神和交流沟通能力等。

3

(3) Метод навчання на основі конкретних випадків

Метод навчання на основі конкретних випадків – це підхід до навчання, при якому викладачі, відповідно до педагогічних вимог та потреб предмета, використовують типові випадки, щоб занурити студентів у конкретні сценарії. Студенти беруть на себе певні ролі в цих випадках, тим самим підвищуючи свою здатність до аналізу проблем та практичного вирішення питань. Ця методологія значно зміцнює зв'язок між навчанням та реальним життям, сприяючи більш ефективному застосуванню знань у професійно-підприємницькому контексті. Протягом навчального процесу студенти не тільки здобувають нові знання, але й розвивають самостійне мислення, оціночні навички та здатність ухвалювати рішення, одночасно сприяючи активній участі у дослідженні проблем.

(三) 案例教学法

案例教学法是教师按照教学要求以及教学内容的需要，通过典型的案例，将学生引入特定事件中，让学生处于案例中的某个角色，以此提高学生分析问题、解决实际问题能力的教学方法。案例教学法能极大地增强教学与实际工作之间的联系，使知识能更好地运用在实践中。学生在学习的过程中，不仅能学到新知识，还能提高自主思考能力、评价能力和决策能力，同时对问题的探究起到积极作用。

4

(4) Методи цифрового навчання на основі концепції «Інтернет плюс»

Реформа методик навчання, заснована на концепції «Інтернет плюс», передбачає органічне поєднання комп'ютерних мережевих технологій із навчальним процесом. Кінцеві пристрої такі як комп'ютери, більше не є лише демонстраційними інструментами або ігровими пристроями; вони формують динамічне, багате на мультимедіа навчальне середовище засобами Інтернету. Це забезпечує ефективні інтерактивні результати, значно підвищуючи ефективність навчання, роблячи складні та сухі теорії конкретними та яскравими а результати навчальних завдань (медіапродукти) – конкурентними на ринку.

(四) 基于“互联网+”的教学法

基于“互联网+”理念的教学方法改革，就是把计算机网络技术与课程教学有机地结合在一起，计算机等终端机器不再是简单演示工具或游戏玩具，而是通过互联网形成一个生动活泼、图文并茂的教学环境，可以实现较好的交互式效果，大大提高教学效果，把复杂枯燥的理论具体化、形象化。

4



基于“互联网+”的教学法

Аудиторії для застосування методів цифрового навчання на основі концепції «Інтернет плюс»

5

(V) Методи навчання з використанням штучного інтелекту

На тлі високоякісного розвитку вищої професійної освіти та глибокої інтеграції технологій штучного інтелекту нового покоління інновації в методах навчання з використанням штучного інтелекту стали важливим фактором цифрової трансформації професійної освіти та підвищення якості підготовки технічних і кваліфікованих кадрів, з високим рівнем підприємницької компетентності. Завдяки таким можливостям як аналіз великих даних, інтелектуальне сприйняття, адаптивне навчання, віртуальне моделювання та співпраця людини і машини, технології штучного інтелекту безперешкодно узгоджуються з практичною орієнтацією та компетентнісними характеристиками вищої професійної освіти, що зосереджена на посадових обов'язках, навчальних програмах, конкурсах та сертифікації. Ця синергія стала каталізатором появи низки нових моделей та методологій викладання.

(五) 基于“AI+”的教学方法

高等职业教育高质量发展与新一代人工智能技术深度融合的背景下，基于 AI + 的教学方法创新已成为推动职业教育数字化转型、提升技术技能人才培养质量的重要路径。人工智能技术通过大数据分析、智能感知、自适应学习、虚拟仿真、人机协同等功能，与高等职业教育“岗位、课程、竞赛、证书”融合、实践导向、能力本位的特点高度契合，催生出一系列新型教学模式与方法。

5



AR虚拟仿真实验室



仿真机器人教学实验

Методи навчання з використанням штучного інтелекту

E

Процес навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у коледжах КНР





Процес навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у коледжах КНР



Курсові завдання, що демонструють розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у КНР: дизайн інтерфейсу мобільного телефону; конкурсний проєкт на тему: «Реклама розумного паска для шахтарів, що використовується для підземних аварійно-рятувальних робіт»; соціальний проєкт «Туга батьків за дитиною, коли вона дорослішає»





Курсові завдання, що демонструють розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у КНР: «Креативний дизайн талісмана «Доктор Клауд»»; ~~соціальна реклама «Тримайтеся подалі від злуцань у кампусах».~~



平顶山工业职业技术学院
Pingdingshan Polytechnic College



Дякую.

Мій номер телефону: 380759409362.

Моя електронна адреса: 34950151@qq.com

Додаток Ж.1

**Технологічна картка та приклад виконання навчального
завдання-проєкту «Створення та маркетинг цифрового медіапродукту»
для розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів
цифрових медіатехнологій***

**розроблено автором*

№	Структурний компонент навчального завдання-проєкту	Характеристика структурного компонента навчального завдання-проєкту
1	Мета проєкту	розвиток підприємницької компетентності студентів шляхом розробки концепції цифрового медіапродукту, аналізу його ринкового потенціалу та створення прототипу з елементами бізнес-моделі.
2	Набуття компетентностей	підприємницька компетентність; знання цифрових медіа; навички співпраці з цільовими аудиторіями; основи маркетингу та брендингу; навички командної роботи та презентації.
3	Опис завдання:	1. Студенти поділяються на команди по 3–4 особи. 2. Кожна команда повинна створити концепцію цифрового медіапродукту, який може мати комерційний потенціал.
4	Формати продукту (приклади)	канал або відеоплатформа YouTube; подкаст; проєкт у соціальних мережах; інтерактивний освітній веб-сайт; мобільний додаток; цифровий журнал; мультимедійний новинний портал
5	Етапи виконання проєкту	1. Генерація ідеї: команда формулює ідею медіапродукту. Це вимагає визначення: проблеми чи потреби аудиторії; цільової аудиторії; формату медіапродукту; ключової унікальної торгової пропозиції (УТП). 2. Аналіз ринку: студенти проводять первинне дослідження, тобто аналізують конкуренцію, цільову аудиторію та тенденції цифрових медіа. Інструменти: Google Trends, SimilarWeb, соціологічні дослідження, аналіз соціальних мереж. 3. Розробка концепції продукту: команда створює назву бренду, позиціонування, стратегію контент-маркетингу та візуальний стиль. Вони також розробляють: логотип; зразок дизайну веб-сайту; та зразок контенту (пост/відео/подкаст). 4. Бізнес-модель, тобто визначення: методів монетизації; каналів просування; ключових ресурсів; потенційних витрат. Рекомендується використовувати Business Model Canvas.

		5. Прототип продукту: команда створює мінімально життєздатний продукт (MVP): наприклад, демонстраційний веб-сайт; серію з трьох постів; перший епізод подкасту; коротке відео.
		6. Презентація: команди готують 10-хвилинну презентацію, в якій окреслюють: проблему; рішення; продукт; ринок; бізнес-модель; та перспективи розвитку.
6	Очікувані результати	Команда презентує: презентацію; опис бізнес-моделі; прототип медіапродукту; короткий аналітичний звіт (5–7 сторінок).
7	Критерії оцінювання	інноваційність ідеї (20 балів); аналіз ринку (20 балів); якість прототипу (25 балів); бізнес-модель (20 балів); презентація (15 балів)

Приклад виконання проєкту майбутніми бакалаврами цифрових медіатехнологій (короткий опис)

У рамках проєкту студентська команда розробила концепцію цифрового медіапроєкту «EcoCity Media», спрямованого на просування проєкологічних практик серед міської молоді КНР.

На першому етапі було визначено проблему недостатньої обізнаності молоді щодо сталого міського життя. Цільовою групою була молодь віком 18–30 років, яка активно використовує соціальні мережі та цифрові платформи.

Під час аналізу ринку було досліджено активність аналогічних медіапроєктів у соціальних мережах та на відеоплатформах. Результати аналізу показали, що більшість медіаресурсів на екологічну тематику мають науково-популярний характер, але недостатньо орієнтовані на розважальний та інтерактивний контент.

На основі результатів команда запропонувала створити мультимедійний медіапроєкт, що поєднує короткометражні фільми, подкасти та інтерактивні дописи в соціальних мережах. Було розроблено візуальний стиль бренду, створено логотип та прототип сторінки в соціальних мережах.

Бізнес-модель передбачала кілька джерел монетизації, включаючи партнерство з екологічно чистими брендами, нативну рекламу та створення онлайн-освітніх курсів. Кінцевим результатом проєкту стало створення прототипу медіапродукту, який включав серію з трьох відео та демонстраційну сторінку в соціальних мережах. Під час презентації команда представила концепцію розробки медіаплатформи та обґрунтувала її потенційну комерційну життєздатність.

Додаток Ж.2

Технологічна картка розробленого кейс-стаді «Впровадження цифрового медіапродукту для місцевої компанії» та приклад його виконання майбутніми бакалаврами цифрових медіатехнологій* *розроблено автором

Опис ситуації.

У місті відкривається новий простір – коворкінг-центр для молодих підприємців та креативних фахівців. Власники планують активно просувати свої послуги засобами цифрових каналів, але не мають власної медіакоманди. Вони звернулися до вашої команди, як спеціалістів із цифрових медіатехнологій, із проханням створити ефективну медіастратегію та цифровий продукт, який допоможе: привернути увагу молоді аудиторії (18–30 років); побудувати впізнаваний бренд; залучити нових клієнтів. Ваша команда повинна розробити концепцію цифрового медіапродукту, що допоможе вирішити цю проблему.

№	Структурний компонент кейс-стаді	Характеристика структурного компонента кейс-стаді
1	Мета завдання	розвиток підприємницької компетентності студентів шляхом виконання кейс-стаді аналізу та створення прототипу з елементами бізнес-моделі.
2	Набуття компетентностей	після завершення тематичного дослідження студенти зможуть: аналізувати медіаринок; розробляти медіапродукти; працювати з бізнес-моделями; планувати запуск цифрових продуктів; презентувати підприємницькі ідеї, розвиваючи свою підприємницьку компетентність.
3	Опис завдання:	1. Ви працюєте в креативній медіастудії. 2. Ви повинні створити концепцію цифрового медіапроєкту, що включає: <i>Аналіз ринку:</i> провести короткий аналіз: хто є цільовою аудиторією; які подібні проєкти вже є; які медіаканали використовує ця аудиторія? <i>Результат:</i> портрет цільового користувача; 3 основні потреби цільової аудиторії. <i>Ідея цифрового медіапродукту</i> – створити ідею для продукту, наприклад: канал на YouTube; короткий відеосеріал для TikTok / Instagram; подкаст; інтерактивна медіаплатформа; онлайн-заходи або трансляції; цифровий медіапроєкт (серія історій). <i>Опишіть:</i> назву проєкту; формат; основну ідею; чим він відрізняється від інших.

		<i>Медіастратегія</i> – визначте: основні платформи (Instagram / TikTok / YouTube / вебсайт); типи контенту; графік публікацій. <i>Бізнес-модель</i> – визначте: як проєкт може генерувати дохід; можливі джерела монетизації? Наприклад: реклама; інтеграція партнерів; підписки; продаж послуг. <i>План запуску</i> – опишіть: етапи запуску; необхідні ресурси; ролі членів команди.
4	Формат презентації	10–12 слайдів.
5	Структура презентації	– проблема клієнта; – аналіз аудиторії; – концепція медіапродукту; – унікальність ідеї; – приклади контенту; – медіаплатформи; – бізнес-модель; – план запуску; – очікувані результати; – висновки.
6	Формат проєкту	студенти працюють у командах із 3–4 осіб
7	Час реалізації	1–2 тижні.
8	Критерії оцінювання	аналіз ринку; креативність ідеї; реалістичність бізнес-моделі; якість медіастратегії; презентація та аргументація: по 20 балів за кожен критерій.
9	Додаткове завдання (необов'язково)	створення прототипу контенту: короткий відеоролик; сторінка в Instagram; макет веб-сайту; та уривок із подкасту.

Приклад виконання кейс-стаді «Впровадження цифрового медіапродукту для місцевої компанії» майбутніми бакалаврами цифрових медіатехнологій
(короткий опис)

1. Аналіз проблеми клієнта.

Новий коворкінг Creative Hub відкривається в місті з великою кількістю студентів та молодих фахівців, але: бренд ще не є добре відомим; потенційні клієнти не знають про можливості простору; а конкуренція з боку кафе та інших коворкінгів досить жорстка.

Головна мета медіапроєкту – підвищити впізнаваність бренду та залучити нових користувачів.

2. Аналіз цільової аудиторії. Основна цільова група – студенти та молоді фахівці віком 18–30 років. Характеристики цільової аудиторії – вік: 18-30 років; інтереси: фрілансери, стартапи, навчання, креативні індустрії; поведінка в Інтернеті: активне

використання Instagram, TikTok та YouTube; потреби: робочий простір, спільнота, можливості для нетворкінгу.

Основні потреби цільової аудиторії: комфортне місце для роботи та навчання; можливість знаходити однодумців; натхнення та нові ідеї.

3. Ідея цифрового медіапроєкту. Назва проєкту – формат «Працой та твори» – серія короткометражних фільмів та історій про молодих підприємців, фрілансерів та творчих людей, які працюють у коворкінгах.

Ключова ідея: продемонструвати коворкінг не просто як простір, а як простір можливостей та розвитку.

Контент представляє: реальні історії користувачів; процес створення стартапу; та робочу атмосферу.

4. Формати контенту: короткометражний фільм – «Один день фрілансера в коворкінгу»; інтерв'ю – короткі історії резидентів; освітні відео – «5 порад для продуктивної роботи»; за лаштунками – життя в коворкінгу; події – анонси лекцій та семінарів.

5. Платформи розповсюдження: Instagram – візуальний контент, історії; TikTok – короткі фільми, вірусний контент; YouTube – довші фільми та інтерв'ю; Telegram – спільноти та анонси подій.

6. Медіастратегія – частота публікацій на тиждень: Instagram – 4; TikTok – 3; YouTube – 1; Telegram – 2–3. Основні типи публікацій: історії користувачів; поради щодо продуктивності; огляди просторів; анонси подій.

7. Бізнес-модель: медіапроєкт допомагає залучати клієнтів та може генерувати додатковий дохід. Джерела монетизації: партнерські інтеграції – рекламні послуги для фрілансерів; освітні заходи – платні лекції та семінари; спонсорство – технологічні або програмні бренди; платні програми резиденцій: доступ до коворкінгу.

8. План запуску: 1) етап 1 – підготовка (аналіз аудиторії; розробка бренду; створення контент-плану); 2) етап 2 – створення контенту (зйомка перших 10 відео; підготовка фотоматеріалів; запуск сторінок у соціальних мережах); 3) етап 3 – запуск (рекламна кампанія; співпраця з місцевими блогерами; перший офлайн-захід).

9. Ролі в команді: продюсер (організація проєкту); контент-менеджер (планування контенту); відеооператор (зйомка та монтаж); SMM-спеціаліст (управління соціальними мережами).

10. Очікувані результати – через 3 місяці після запуску: 10 000–15 000 підписників у соціальних мережах; збільшення відвідуваності коворкінгу; формування активної спільноти.

11. Висновки – запропонований медіапроєкт: підвищує впізнаваність бренду; формує спільноту навколо коворкінгу; створює додаткові можливості монетизації. Таким чином, технології цифрових медіа можуть бути ефективно використані як інструмент розвитку підприємництва для місцевих підприємств.

Додаток Ж. 3

Технологічна картка та приклад виконання навчального завдання у рамках методу моделювання, як прикладу інтеграції STEAM-освіти – «Моделювання цифрового медіапродукту для стартапу» для розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій*

**розроблено автором*

№	Структурний компонент навчального завдання	Характеристика структурного компонента навчального завдання у рамках методу моделювання, як прикладу інтеграції STEAM-освіти
1	Мета проєкту	застосування STEAM-підходу до створення цифрового продукту; використання моделювання для розробки медіапроєкту; розвитку підприємницького мислення (аналіз ринку, створення ціннісної пропозиції, монетизація); інтеграції технологій, дизайну, аналітики та креативності в єдиний цифровий продукт.
2	Набуття компетентностей	підприємницька компетентність; формування умінь моделювати реальний медіа-стартап, використовувати інструменти STEAM.
3	Методи навчання	1. Моделювання, тобто студенти створюють модель цифрового медіастартапу, що вирішує реальну підприємницьку проблему користувача. Модель включає: концепцію продукту; цифровий прототип; бізнес-модель; та рекламний план. Фактично, студенти моделюють процес створення медіастартапу, але у спрощеному освітньому форматі. 2. STEAM-інтеграція – це логічне поєднання науки (дослідження аудиторії, аналіз ринку, поведінка медіа), технологій (використання цифрових інструментів: Figma, Adobe, штучний інтелект, відеоредактори); інженерії (побудова структури продукту (UX-архітектура, платформа, функціональність)); мистецтва (дизайн, розповідь історій, візуальна комунікація); математики (метричний аналіз, розрахунок витрат, моделювання прибутку).
3	Опис завдання:	У групах по 3–4 особи створіть модель цифрового медіапроєкту, який має потенціал стати комерційним стартапом.
4	Етапи виконання завдання	Крок 1. Визначення проблеми: виберіть проблему, що можна вирішити за допомогою цифрових медіа. Наприклад: складність вибору кар'єри; низька медіаграмотність; брак локального медіаконтенту; складність онлайн-навчання.
		Крок 2. Аналіз цільової аудиторії, тобто опишіть: вік; потреби; медіазвички; цифрові платформи.
		Крок 3. Моделювання продукту, тобто створіть модель медіапродукту: мобільний додаток; медіаплатформу; цифровий сервіс; освітній медіапроєкт; інтерактивний контент. Визначте: функції продукту; структуру інтерфейсу; сценарій користувача.

		Крок 4. Прототипування включає використання таких інструментів: Figma; Adobe XD; Canva; генератори штучного інтелекту; відеоредактори. Створіть: макет інтерфейсу; візуальну концепцію; коротку демонстрацію продукту.
		Крок 5. Бізнес-модель, тобто студенти повинні змодельовати: джерела доходу; витрати; модель монетизації. Можливі варіанти: реклама; підписки; преміум-контент; партнерства.
		Крок 6. План просування: створіть коротку маркетингову модель (соціальні мережі; стратегія контент-маркетингу; вірусні медіа; співпраця з блогерами).
5	Очікувані результати	Студенти повинні представити: презентацію (10–12 слайдів); цифровий прототип; бізнес-модель; пітч (3 хвилини).
6	Критерії оцінювання	інноваційність ідеї; якість цифрового прототипу; інтеграція STEAM; бізнес-модель; презентація – всі по 20 балів.

**Приклад виконання навчального завдання у рамках методу моделювання, як прикладу інтеграції STEAM-освіти –
«Моделювання цифрового медіапродукту для стартапу»
для розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів
цифрових медіатехнологій (короткий опис)**

Назва проекту – «SkillStream».

Ідея: платформа для коротких відео, в яких експерти пояснюють складні професії у вигляді 3-хвилинних медіа-репортажів.

Мета – допомогти молодим людям обрати кар'єру.

Проблема полягає в тому, що студенти часто: не знають фактичного змісту професій; отримують поверхневу інформацію; та не розуміють навичок, необхідних на ринку.

Цільова аудиторія: вік: 15–22 роки.

Платформи: TikTok, YouTube.

Інтереси: кар'єрна орієнтація.

Продукт – мобільний медіасервіс із: короткими відео; інтерактивними тестами; кар'єрними рекомендаціями.

Технології: штучний інтелект у кар'єрних рекомендаціях; відеоконтент; аналіз поведінки користувачів.

Візуальна модель представлена на таких основних екранах: кар'єрний канал; відеовідгуки; тест на професійну спроможність; рекомендації.

Бізнес-модель форматом джерел доходу: партнерство з університетами; інтеграція реклами; преміум-підписка.

Маркетинг – стратегія просування: відео TikTok; співпраця з блогерами; інтерактивні челенджі.

Очікуваний результат – підвищення медіаквичок; підтримка кар'єрної орієнтації; комерційна життєздатність стартапу.

Отже, студенти: моделюють реальний медіа-стартап; використовують інструменти STEAM; розвивають підприємницьку компетентність.

Додаток Ж. 4

**Технологічна картка та приклад виконання навчального завдання
«Розробка концепції стартапу цифрових медіа з використанням
інструментів штучного інтелекту»
для розвитку підприємницької компетентності майбутніх
бакалаврів цифрових медіатехнологій***

**розроблено автором*

№	Структурний компонент навчального завдання-проєкту	Характеристика структурного компонента навчального завдання-проєкту
1	Мета проєкту	розвиток підприємницької компетентності студентів шляхом розробки концепції стартапу цифрових медіа з використанням інструментів штучного інтелекту для генерації ідей, аналізу ринку, створення контенту та моделювання бізнес-стратегії.
2	Набуття компетентностей	підприємницька компетентність; вміння використовувати інструменти штучного інтелекту у професійній діяльності; навички аналізу ринків цифрових медіа; стратегічне мислення; вміння створювати інноваційний медіаконтент.
3	Опис завдання:	1. Студенти виконують завдання індивідуально або в невеликих групах (2–3 особи). 2. Завдання передбачає створення концепції інноваційного продукту цифрових медіа або стартапу медіа, розробка якого вимагає використання інструментів штучного інтелекту.
4	Етапи виконання проєкту	1. Генерування бізнес-ідеї за допомогою штучного інтелекту – студенти використовують генеративні системи штучного інтелекту (наприклад, мовні моделі, генератори ідей, помічників штучного інтелекту) для створення ідеї медіа-стартапу. Необхідно визначити: проблему або потребу ринку; цільову аудиторію; формат медіапродукту; інноваційність ідеї. Результат: короткий опис ідеї (150–200 слів). 2. Аналіз ринку за допомогою інструментів штучного інтелекту. Студенти проводять базові дослідження медіаринку за допомогою інструментів штучного інтелекту для: аналізу тенденцій цифрових медіа; визначення конкурентів; аналізу поведінки цільової аудиторії. Результат: короткий аналітичний огляд (1–2 сторінки). 3. Розробка концепції контенту – використовуючи інструменти штучного інтелекту, студенти створюють: назву бренду; слоган; контент-план (5–7 публікацій); зразок медіаконтенту (текст, відеосценарій, пост).

		4. Створення візуального прототипу – студенти використовують генеративні інструменти штучного інтелекту для створення: логотипу; обкладинки медіапроєкту; зразка дизайну сторінки або посту.
		5. Формулювання бізнес-моделі – студенти визначають: джерела монетизації; канали просування; потенційні партнерства; та ключові ресурси стартапу. Результат: спрощена бізнес-модель.
		6. Підготовка презентації – кінцевий результат представлено у вигляді презентації з 8–10 слайдів, що містить: постановку проблеми; ідею стартапу; результати аналізу ринку за допомогою штучного інтелекту; приклади створеного контенту; бізнес-модель; перспективи розвитку.
5	Очікувані результати	Команда презентує: презентацію; короткий письмовий звіт (3–4 сторінки); приклади контенту, згенерованого за допомогою штучного інтелекту.
6	Критерії оцінювання	оригінальність ідеї (20 балів); ефективність використання інструментів штучного інтелекту (20 балів); аналіз ринку (20 балів); якість контенту та прототипу (20 балів); презентація проєкту (20 балів).

Приклад виконання навчального завдання
«Розробка концепції стартапу цифрових медіа з використанням інструментів
штучного інтелекту»
для розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів
цифрових медіатехнологій
(короткий опис)

У рамках навчального завдання студенти розробили концепцію стартапу цифрових медіа «TravelMind AI», що зосереджений на створенні персоналізованого мультимедійного туристичного контенту з використанням технології штучного інтелекту.

На початковому етапі було згенеровано кілька потенційних ідей проєктів цифрових медіа за допомогою генеративних інструментів штучного інтелекту, а потім обрано концепцію платформи, що генерує персоналізовані плани подорожей та мультимедійні рекомендації для користувачів. Основною проблемою, що має вирішити проєкт, є надлишок туристичної інформації в цифровому середовищі та складність вибору відповідних маршрутів.

У процесі аналізу ринку за допомогою інструментів штучного інтелекту було розглянуто основні тенденції в галузі платформ туристичних медіа та визначено ключових конкурентів. Результати аналізу виявили підвищений попит на персоналізований контент та використання алгоритмів рекомендацій.

На основі отриманих даних було розроблено концепцію медіаплатформи, що поєднує короткі відео, інтерактивні карти та рекомендації, згенеровані штучним інтелектом. За допомогою інструментів штучного інтелекту було створено назву бренду, логотип та приклади медіаконтенту, включаючи сценарій відео для соціальних мереж.

У рамках розробки бізнес-моделі було визначено ключові джерела монетизації, включаючи партнерські програми туристичних послуг, рекламу та преміум-підписки, що пропонують персоналізовані рекомендації. Результати проєкту було представлено у вигляді презентації, що демонструє потенціал використання інструментів штучного інтелекту для створення інноваційних медіапродуктів і розвитку підприємницьких ініціатив у сфері цифрових медіа.

Додаток II

Відомості про апробацію результатів дисертації

1. **Виступ на секційному засіданні та опубліковано тези на тему:** «Fostering The Entrepreneurial Competence Of Prospective Bachelor's Degree Students In Higher Professional Colleges Specializing In Digital Media Technologies» Міжнародної науково-практичної конференції «ISIETM-2023» (West Covina, США, 17-19 травня 2023 року). https://www.nwuus.org/files/ugd/713b44_eefafcedd824438ba41ecec24b01b0cb.pdf
2. **Виступ на секційному засіданні на тему:** «Сучасні концепції розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій у вищих професійних коледжах Китаю» II Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання розвитку особистості: сучасність, інновації, перспективи» (м. Житомир, 4 квітня 2024 року) https://spf.zu.edu.ua/pdf/info/konferencii/Programa_aktualna_pytannya_rozvitku_osobystosti_2024.pdf покликання на сертифікат: <https://drive.google.com/drive/folders/1CviKC0SL13YysJ0DIPVgC12KSQTZqgk?usp=sharing>
3. **Виступ на секційному засіданні на тему:** «Психолого-технологічний підхід до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій у вищих професійних коледжах Китаю» VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Сучасні тренінгові технології для розвитку особистості: еко-тренінг» (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, м. Умань, 23-24 квітня 2024 року): <https://drive.google.com/file/d/1Vg5OBhggKpFGhVi7YbB9-U-ddS9IzA6Z/view?usp=sharing>; покликання на сертифікат: https://drive.google.com/drive/folders/1uUzVkOUQG9TkcaNOAhLLBhS_GsaAKKVn?usp=sharing
4. **Виступ на секційному засіданні на тему:** «Методологічні засади розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій у вищих професійних коледжах Китаю» X Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні питання теорії та практики психолого-педагогічної підготовки фахівців в умовах сучасного освітнього простору» (Харківська державна академія фізичної культури, м. Харків, 24 квітня 2024 р.): <https://khdafk.com.ua/novyny/h-vseukrayinska-naukovo-praktychna-konferenciya-aktualni-pytannya-teoriyi-ta-praktyky-psyhologo-pedagogichnoyi-pidgotovky-fahivciv-v-umovah-suchasnogo-osvitnogo-prostoru/>; <https://khdafk.com.ua/wp-content/uploads/2024/04/programa-x-konferenciyyi-kafedry-pedagogiky-ta-psyhologiyi-hdafk-24.04.2024-r..pdf>
5. **Виступ на секційному засіданні на тему:** «Психопедагогічний підхід до розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій у вищих професійних коледжах Китаю» під час війни» I Міжнародної науково-практичної конференції «Тенденції розвитку педагогіки та освіти в умовах цифрових трансформацій» (ByteEd-2024) (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків, 17-19 квітня 2024 р.): https://drive.google.com/drive/folders/1VuRALj-qU9DVgWcBQovijBwVg6iIGMN?usp=share_link
6. **Виступ на секційному засіданні та опублікування тез на тему:** «Експериментальна методика розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів у закладах фахової передвищої освіти Китаю» XXVI Всеукраїнської наукової конференції молодих учених „Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених” (Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси, 22-23 травня 2024 р.): <https://cdu.edu.ua/mij-universitet/naukova-j-inovatsijna-diyalnist/rada-molodykh-uchenykh/rodzynka/rodzynka-2024.html>; https://drive.google.com/file/d/1fkgXBUznGK3L-BUrN-dwJY_Gjkn_9uMu/view

7. **Виступ на секційному засіданні на тему:** «Розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів у закладах фахової передвищої освіти Китаю» III Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми професійної підготовки педагогів: національний та євроінтеграційний вимір» (21 травня 2024 року, м. Чернівці, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича):

http://elemed.chnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/06/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0_%D0%B5%D0%BB_%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BD%D1%82_compressed.pdf

8. **Виступ на секційному засіданні та опублікування тез на тему:** «Entrepreneurial competence as a personal resource of future bachelor of digital media technology in China» V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Ресурсно-орієнтоване навчання в «3D»: доступність, діалог, динаміка» (Полтава, 20–21.03.2025 р.).

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1lB7BAXWSPHjrbKeCAy8DW4DDUf0PtGCs>

9. **Виступ на секційному засіданні на тему:** «Експериментальна програма розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій у вищих професійних коледжах Китаю» на IX Міжнародної науково-практичної конференції «Психолого-педагогічні проблеми вищої освіти в умовах сучасних викликів: теорія і практика», (19–20 березня 2025 року, м. Харків, Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди) <https://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/18335>

Покликання на сертифікати: https://drive.google.com/drive/folders/1PBySogQ2yR3_wRHxcxqt7Y2SCR65T32u

10. **Виступ на секційному засіданні на тему:** «Інновації щодо розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій у вищих професійних коледжах Китаю» IX Міжнародної науково-практичної онлайн – конференції здобувачів вищої освіти, аспірантів і молодих вчених «Роль молоді у розвитку АПК України» (15–16 квітня 2025 р., Національний університет біоресурсів і природокористування України): https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u169/programa_konferenciyi_15_16_04_25.pdf

11. **Виступ на секційному засіданні на тему:** «Підприємницька компетентність майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій як необхідність професійної самореалізації» на II Міжнародної науково-практичної конференції «Тенденції розвитку педагогіки та освіти в умовах цифрових трансформацій» (ByteEd-2025) (17–19 квітня 2025 року в Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна) <https://drive.google.com/drive/folders/1lrDxhNX3uEVMUrQYmfUwtPMYKIOydtIO>

12. **Виступ на секційному засіданні на тему:** «Психодидактичні умови формування підприємницької компетентності майбутніх фахівців у вищих професійних коледжах Китаю» на XI Всеукраїнській науково-практичній конференції «Актуальні питання теорії та практики психолого-педагогічної підготовки фахівців в умовах сучасного освітнього простору» (19 червня 2025 р., Харківська державна академія фізичної культури, м. Харків): <https://khdafrk.com.ua/novyny-kafedry-pedahohiky-ta-psykholohiyi/xi-vseukrayinska-naukovo-praktychna-konferencziya-aktualni-pytannya-teoriyi-ta-praktyky-psyhologo-pedagogichnoyi-pidgotovky-fahivcziv-v-umovah-suchasnogo-osvitnogo-prostoru/>

13. **Виступ на секційному засіданні та опублікування тез на тему:** «Teaching resources for the formation of entrepreneurial competence of future bachelors of digital media technologies in the PRC and Ukraine: a comparative analysis» VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Ресурсно-орієнтоване навчання в «3D»: доступність, діалог, динаміка» (Полтава, 19–20.03.2026 р.). https://drive.google.com/drive/folders/1pfz-XexHsYSw31kYWx2f2RVy_K-zu5HM; покликання на сертифікат: https://drive.google.com/drive/folders/1pfz-XexHsYSw31kYWx2f2RVy_K-zu5HM

Додаток К
Список публікацій здобувача за темою дисертації
Стаття у у закордонному виданні,
проіндексованих у базах даних Scopus та / або Web of Science Core
Collection

1. **Zhou G., Wu Y., Li J., Bai D.** Approaches to Vocational Training in Higher Polytechnic Colleges: Integrating Competence-Based, Project-Based, and Dual Learning Methods. *Dragoman Journal*, 2025. Vol. 17. P. 665–681. *(Чжоу Ганвей окреслено технологію професійної підготовки майбутніх спеціалістів у вищих політехнічних коледжах, яка базується на підходах компетентнісного, проєктного, дуального навчання та розвитку м'яких навичок. Лі Цзюньтан доведено, що в процесі інтеграції компетентнісного, проєктного та дуального навчання у вищих політехнічних коледжах завдяки використанню цифрових і STEM-інструментів суттєво підвищується ефективність професійної підготовки майбутніх інженерів. Бай Душен визначено вплив зазначених підходів на формування комп'ютерної компетентності майбутніх спеціалістів у вищих політехнічних коледжах КНР. У Яньчан охарактеризовано їхній вплив на управління освітою майбутніх спеціалістів у вищих політехнічних коледжах КНР).*

Статті у наукових виданнях,
включених до Переліку наукових фахових видань України

2. Чжоу Ганвей. Методологічні підходи до сутності поняття «професійна компетентність майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій у Китаю». *Наука і техніка сьогодні*. 2025. № 1(42). С. 924–935.

3. Осадченко І. І., **Чжоу Ганвей**. Інноваційні стратегії розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіа-технологій у вищих професійних коледжах КНР. *Перспективи та інновації науки*. 2025. № 12 (58). С. 1280–1296. *(Чжоу Ганвей проаналізовано сучасний стан дослідження інноваційних стратегій до підготовки бакалаврів цифрових медіа-технологій у КНР. Осадченко І. визначено переваги,*

обмеження та педагогічний потенціал інноваційних стратегій формування підприємницької компетентності).

4. Чжоу Ганвей. Характеристика змісту навчання майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій вищих професійних коледжів КНР. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. 2025. №. 5 (145). С. 383–296.

Тези наукових доповідей

5. Zhou Ganwei. Fostering The Entrepreneurial Competence Of Prospective Bachelor's Degree Students In Higher Professional Colleges Specializing In Digital Media Technologies. International Symposium on International Education, Technology and Management Development 2023 (ISIETM 2023), 17–19 May, West Covina, California, 2023. P. 225–244.

6. Чжоу Ганвей. Порівняльний аналіз розвитку підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у зарубіжних вищих професійних коледжах. Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2024»: XXVI Всеукраїнська наукова конференція, м. Черкаси, 27 травня 2024 року: тези доповіді. Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького., 2024. С. 329–331.

7. Zhou Ganwei. Entrepreneurial competence as a personal resource of future bachelor of digital media technology in China. Ресурсно-орієнтоване навчання в «3D»: доступність, діалог, динаміка: V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, м. Полтава, 20–21 лютого 2025 року: тези доповіді. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2025. С. 403–406.

8. Zhou Ganwei. Teaching resources for the formation of entrepreneurial competence of future bachelors of digital media technologies in the PRC and Ukraine: a comparative analysis. Ресурсно-орієнтоване навчання в «3D»: доступність, діалог, динаміка: VI Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, м. Полтава, 19–20 лютого 2026 року: тези доповіді. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2026. С. 274–276.

Додаток Л.1
Довідки про впровадження
Піндіншанський вищий політехнічний коледж

平顶山工业职业技术学院

关于周刚伟博士学位论文研究成果的应用证明

本证明针对周刚伟申报 011 专业方向“教育科学与教学论”哲学博士（PhD）学位的博士论文《中国高等职业院校数字媒体技术专业未来职业教育学生创业能力培养》的成果应用情况出具。

兹证明，周刚伟所完成的题为《中国高等职业院校数字媒体技术专业未来职业教育学生创业能力培养》的博士学位论文研究成果，已于 2023-2025 年期间，实际应用于我校数字媒体技术、动漫制作技术专业的教育教学过程中。在《图形图像处理技术》课程教学中，采用了项目式与跨学科教学方法，学生完成了“数字媒体产品开发与营销”项目式教学任务，内容涵盖数字动画创作、虚拟现实脚本设计、交互式网站开发与移动应用开发等。在项目任务实施过程中，学生不仅巩固了数字媒体设计、python 编程、计算机图形学相关的知识与技能，同时掌握了视频制作、数字创业、媒体项目管理与创业运营相关的实践能力。

借助应用成果筑牢理论与实践支撑体系，实现技术培养、创意培养、创业培养有机贯通、协同发展，职业院校人才培养质量实现稳步跃升。

本证明供博士学位论文答辩环节提交使用。

负责人：

李树伟



Додаток Л.2
Довідки про впровадження
Хенаньський політехнічний інститут

河南工业职业技术学院

关于周刚伟博士学位论文研究成果的应用证明

本证明针对周刚伟申报 011 专业方向“教育科学与教学论”哲学博士（PhD）学位的博士论文《中国高等职业院校数字媒体技术专业未来职业教育学生创业能力培养》的成果应用情况出具。

兹证明，周刚伟所完成的题为《中国高等职业院校数字媒体技术专业未来职业教育学生创业能力培养》的博士学位论文研究成果，已实际应用于我校的教育教学过程中。成果分析了中国高等职业院校数字媒体技术专业人才培养方案的内容与结构特征，优化了学生创业能力培养的形式、方法与工具，实施了工作室培养、融合式项目教学、面向真实客户的新媒体产品开发、基于创业导向的毕业设计项目开发等教学模式，验证了创业项目产品原型设计、运用人工智能工具的数字媒体创业项目开发等教学任务，成效显著。

研究成果的应用帮助教师更新了创业能力评价体系，完善了培养方案，实现了技术能力、创意素养与创业培养的有机融合，提升了数字媒体技术领域人才培养的整体效能。

本证明出具给哲学博士（PhD）学位申请人周刚伟，供其提交至博士学位论文答辩专门学术委员会使用。



Додаток Л.3
Довідки про впровадження
Хенаньський вищий політехнічний коледж

河 南 职 业 技 术 学 院

关于周刚伟博士学位论文研究成果的 应用证明

本证明针对平顶山工业职业技术学院周刚伟申报 011 专业方向“教育科学与教学论”哲学博士（PhD）学位的博士论文《中国高等职业院校数字媒体技术专业未来职业教育学生创业能力培养》的成果应用情况出具。

兹证明，周刚伟所完成的题为《中国高等职业院校数字媒体技术专业未来职业教育学生创业能力培养》的博士学位论文研究成果，已应用于我校数字媒体技术专业的人才培养和创业教育中。

成果所构建的“数字媒体产品开发与营销”案例教学手册已应用于教学和创业指导中，有效提升了学生的创业能力，实现了教学与就业的衔接，帮助学生更好地将理论知识应用于实践。在培养过程中，数字媒体技术专业学生不仅获得了新知识，还提升了独立思考、评估与创业决策的能力，能够主动参与问题解决过程。该教学方法与传统理论教学模式存在显著差异，在学生创业能力培养中的作用已得到充分验证。学生完成了不同产品的媒体广告设计、商业传播模型开发等实践任务。

研究成果的应用帮助教师更新了创业能力评价体系，完善了培养方案，实现了技术能力、创意素养与创业培养的有机融合，整体提升了数字技术领域专业人才的培养效能。

负责人：



河南职业技术学院

2026 年 5 月 15 日





МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ «РІВНЕНСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ»
(ВП «РФК НУБІП УКРАЇНИ»)

вул. Коперніка, 44, м. Рівне, 33001, Тел./факс: (0362) 26-59-23

e-mail: rsnubip@nubip.edu.ua веб-сайт: rfc.nubip.edu.ua код ЄДРПОУ 40266301

Від 18.06.2026 № 169

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження Чжоу Ганвей
на тему «Розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів
цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР», поданого
на здобуття наукового ступеня доктора філософії (PhD)
за спеціальністю 011 «Освітні, педагогічні науки»

Цією довідкою підтверджується, що результати дисертаційної роботи Чжоу Ганвей на тему «Розвиток підприємницької компетентності майбутніх бакалаврів цифрових медіатехнологій у вищих професійних коледжах КНР» були впроваджені в освітній процес здобувачів спеціальності «Комп'ютерна інженерія» Відокремленого структурного підрозділу «Рівненський фаховий коледж Національного університету біоресурсів і природокористування України».

Розроблена автором технологічна картка кейс-стаді «Створення та маркетинг цифрового медіапродукту» використана в освітньому процесі коледжу та сприяла розвитку їхньої підприємницької компетентності, забезпечила зв'язок між навчанням і роботою, дозволяючи краще застосовувати знання на практиці. Під час навчання майбутні бакалаври цифрових медіатехнологій не лише отримали нові знання, а й вдосконалили свої навички самостійного мислення, оцінювання та ухвалення підприємницьких рішень, активно беручи участь у вирішенні проблем. Цей метод суттєво відрізняється від теоретичних підходів до навчання, а його роль у розвитку підприємницької компетентності студентів є незаперечною. Студенти розробляли медіарекламу різних продуктів, модель комерційного висвітлення певної суспільної події тощо.

Завдяки впровадженню результатів наукової праці викладачі оновили систему оцінювання підприємницької компетентності, вдосконалили навчальні програми, поєднавши в них технічну, творчу та підприємницьку підготовку, що в цілому підвищило ефективність підготовки майбутніх фахівців у галузі цифрових технологій.

Директор коледжу



 Василь ЦАРУК