

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ,
ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД «ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ імені К.Д. УШИНСЬКОГО»

Хмельницька гумантарно-педагогічна академія (Україна)

Юго Западний університет «Неофіт Рілські» (Болгарія)

Велікотирновські Університет «Св.Св.Кіріл і Методій» (Болгарія)

Харбінський інженерний університет (Китай)

Міжнародний Незалежний Університет Молдови (ULIM) (Молдова)



УПРАВЛІННЯ ТА ІННОВАЦІЇ В ОСВІТІ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

*ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
21 листопада 2025 року*

DOI: <https://doi.org/10.24195/MIE2025>

УДК: 378.11+371.201+658.401.2

У677

ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Сакалюк О. О. – завідувач кафедри освітнього менеджменту та публічного управління ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», кандидат педагогічних наук, доцент.

Ручкіна М. М. – доцент кафедри освітнього менеджменту та публічного управління ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», кандидат педагогічних наук, доцент.

Рецензенти:

Корнешук В. В. – завідувач кафедри психології та соціальної роботи Національного університету «Одеська політехніка», д.пед.н., професор

Воронова С. В. – завідувач лабораторії якості освіти Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку, к. пед. н.

Рекомендовано до друку Вченою радою ДЗ «ПНПУ імені К. Д. Ушинського», протокол №8, від 25 грудня 2025 року.

Відповідальність за зміст матеріалів несуть їх автори.

Управління та інновації в освіті: досвід, проблеми та перспективи:

У677 збірник матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса 21 листопада 2025 року Одеса : ПНПУ імені К. Д. Ушинського, 2025. 145 с.

До збірника увійшли матеріали міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої управлінню закладами освіти, досвіду, проблемам та перспективам їх розвитку.

Науковці та здобувачі освіти висвітлюють питання щодо управління освітнім процесом в умовах розвитку інноваційного середовища та організаційно-психологічних аспектів менеджменту в освіті.

УДК: 378.11+371.201+658.401.2

© Університет Ушинського, 2025

2. Структуризація ризик-менеджменту: розробка політики ризику; створення локальних реєстрів ризиків; документування успішних кризових практик.

3. Стандартизація інформації та комунікацій: «єдине джерело правди»; дашборди для управління даними; стандартизовані повідомлення під час криз.

4. Циклічний моніторинг: короткі цикли коригувальних дій; самооцінювання внутрішнього контролю; публічне інформування про результати моніторингу.

Університет Ушинського, працюючи у режимі подвійної турбулентності – освітньої реформи та повномасштабної війни, – демонструє здатність до адаптації та формування нової культури управління, де внутрішній контроль стає фундаментом інституційної стійкості.

Література

1. COSO. *Internal Control – Integrated Framework*. 2013.
2. Boin A., Hart P. Public Leadership in Times of Crisis. *Public Administration Review*, 63(5), 2003.
3. Mitroff I., Diamond M., Alpaslan M. *Theorizing about Crisis Management*. Information Age Publishing, 2006.
4. Kim Y., Andrew S., Jung K. Public Organizations and Resilience. *Public Management Review*, 23(1), 2021.
5. Carstensen H., Sørensen E., Torfing J. *Public Governance in Turbulent Times*. 2023.
6. Коліба К., Міллз Р., Зія А. *Мережеве врядування в публічній політиці*. Київ, 2020.
7. Закон України «Про освіту».
8. Закон України «Про вищу освіту».
9. Офіційний портал Університету Ушинського.

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ЯК МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ПОЗАШКІЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

Марина Келічава, Україна

У сучасних умовах системи освіти в Україні особливої уваги набуває питання ефективного управління розвитком позашкільних закладів освіти. Розвиток освітніх послуг в Україні, зокрема в сегменті позашкільної мистецької освіти, значно підвищується, зростає вимога до орієнтації на споживача послуг, батьків, дітей, молоді й формування привабливого освітнього продукту. У зв'язку з цим застосування маркетингу як інструменту управління освітнім закладом стає важливим компонентом забезпечення його життєздатності, конкурентоспроможності та сталого розвитку.

Діяльність закладів мистецької позашкільної освіти спрямована на розвиток інтересів, здібностей, творчості дітей та молоді, є системою освітніх послуг, що надаються поза формальною школою. Ефективний маркетинг у

цьому сегменті може включати не лише аналіз попиту, сегментацію цільової аудиторії в місті, позиціонування самого закладу, розробку іміджевої комунікаційної кампанії, але й передбачає диференціацію освітніх продуктів тощо.

Дослідження різних аспектів маркетингової діяльності в закладах освіти, зокрема позашкільної розглядали такі науковці, як: С. Дубовик (маркетинг у сфері освіти), Н. Ковальова (маркетингова стратегія освітнього закладу), І. Трубіна (освітній маркетинг: теорія і практика), а також О. Мартинюк (управління розвитком закладів позашкільної освіти в умовах змін). У своїх роботах вчені наголошують на важливості впровадження маркетингових інструментів для підвищення конкурентоспроможності освітніх послуг, розвитку бренду закладу освіти, налагодження ефективної комунікації з батьками та місцевою громадою, а також адаптації діяльності закладів до потреб ринку. Особлива увага приділяється розробці маркетингових стратегій як складової загального стратегічного управління з урахуванням специфіки позашкільної освіти: творчого напрямку, індивідуалізованого підходу до учнів, соціального партнерства та змін у законодавчо-нормативному полі.

Маркетинг у системі позашкільної освіти доцільно розглядати як комплексну діяльність, спрямовану на виявлення потреб споживачів освітніх послуг, формування попиту, підтримання позитивного іміджу установи та побудову ефективної комунікації між учасниками освітнього процесу. Саме маркетинговий підхід дозволяє освітнім організаціям діяти проактивно, враховувати тенденції ринку, залучати нові категорії учнів, зміцнювати позиції у конкурентному середовищі.

У сучасних умовах реформування освіти та воєнного стану позашкільні заклади зіштовхуються з низкою викликів, серед яких: демографічні зміни, нестача ресурсів, зниження купівельної спроможності населення та необхідність адаптації до цифрового середовища, що зумовлює потребу у впровадженні маркетингового підходу як стратегічного інструменту управління розвитком закладу.

Комплексний підхід до маркетингової діяльності передбачає поєднання аналізу реальних потреб аудиторії, розвитку внутрішньої культури партнерства, впровадження інноваційних технологій управління та активного позиціонування школи у культурному просторі громади, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності мистецької освіти, зміцненню позитивного іміджу закладу та формуванню сталого попиту на освітні послуги. Застосування аналітичних інструментів (SWOT, PEST-аналіз), інтеграція моделі 7P, розвиток авторських програм і використання цифрових технологій дозволяють підвищити результативність комунікацій і забезпечити стабільний розвиток закладу в умовах конкурентного середовища.

Ефективна маркетингова стратегія у сфері позашкільної мистецької освіти є важливим інструментом управління, що дозволяє поєднувати якість освітнього процесу, розвиток творчого потенціалу учнів та забезпечення стійкого розвитку закладу в умовах сучасних соціальних та економічних викликів. Впровадження цифрових технологій, розвиток корпоративної

культури, інклюзивні практики та активна комунікація з громадськістю формують конкурентні переваги мистецької школи.

Під час розробки маркетингової стратегії в умовах сучасних викликів майбутнім менеджерам освіти рекомендуємо:

- проаналізувати ринок та здійснити сегментацію аудиторії, розробити унікальну ціннісну пропозицію;
- сформувати імідж і бренд-закладу, розробивши комунікаційну стратегію;
- активізувати присутність школи у публічному просторі – через участь у концертах, конкурсах, соціокультурних проєктах;
- застосовувати розширену моделі маркетингу «7P», що поєднує класичні інструменти маркетингу з сучасними чинниками, орієнтованими на якість освітнього процесу, педагогічну команду та естетичне середовище навчання;
- використовувати цифрові технології у маркетинговій діяльності, поєднуючи офлайн- і онлайн-комунікацій (вебсайт, соціальні мережі, електронні платформи, Google-інструменти);
- поєднувати аналіз реальних потреб учасників освітнього процесу з розвитком внутрішньої культури партнерства, впровадження інноваційних технологій управління та активне позиціонувати заклад мистецької освіти у культурному просторі громади.

ВИКЛИКИ ТА РИЗИКИ ЗМІШАНОГО НАВЧАННЯ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Станіслав Ковальський, Україна

Змішане навчання, що поєднує традиційні форми очного навчання з елементами дистанційного та онлайн-освіти, несе в собі не тільки очевидні переваги, але й ряд серйозних ризиків, які можуть суттєво вплинути на ефективність та доступність освіти. Аналіз ризиків змішаного навчання особливо актуалізується в період пандемії COVID-19, коли дистанційна освіта стала безальтернативним варіантом збереження нерозривності освітнього процесу майже по всьому світу, та під час російсько-української війни, коли освіта в Україні стала змішаною, враховуючи регіон України та поточну ситуацію.

До основних викликів, з якими стикається змішане навчання на сучасному етапі, відносяться технічні, психологічні, соціальні, організаційні та, навіть, етичні аспекти. Міжнародні звіти ЮНЕСКО та Світового Банку вказують на те, що до 40% студентів у країнах, що розвиваються, стикаються з бар'єрами в доступі до онлайн-компонентів змішаного навчання, що в цілому може знизити ефективність освітнього процесу на 15-20% без адекватних заходів протидії [7].

ЗМІСТ

Секція 1	
АВКСЕНТЬЄВА Галина <i>Організація освітнього процесу в умовах змішаного навчання</i>	3
КРОЇТОРУ Людмила <i>Механізми удосконалення управлінської діяльності менеджерів в умовах сучасних викликів</i>	5
КУШНІРЕНКО Тетяна <i>Середовищний підхід в управлінні закладом освіти</i>	7
МУНТЯН Тетяна <i>Моделювання виховної роботи сучасного закладу загальної середньої освіти</i>	9
ОЛІЙНИК Ярослава <i>Механізми саморозвитку сучасного менеджера освіти</i>	11
ПОЛЬОВА Тетяна <i>Взаємодія у сучасній вищій освіті: рівноправні партнерські відносини при збереженні ієрархії ролей</i>	13
ХУАН Хуей <i>Інформаційно-комунікаційні технології в управлінні закладом освіти</i>	17
ХУДАВЕРДІЄВА Вікторія <i>Інноваційні підходи до підготовки майбутніх управлінців індустрії туризму та гостинності в умовах цифрової трансформації освіти</i>	19
ЧЕНЬ Гуйцзянь <i>Управління закладом освіти на засадах сучасних технологій</i>	22
Секція 2	
АСТАХОВА Катерина <i>Кадровий потенціал університетського сектору освіти України: ключові виклики та тренди</i>	25
ВАСИЛЬЄВА Олександра <i>Безпека закладів освіти – одна із головних вимог сьогодення</i>	27
ДОЛЖЕНКОВ Олег <i>Внутрішній контроль та кризова стійкість університету: практичні аспекти</i>	30
КЕЛІЧАВА Марина <i>Маркетингова стратегія як механізм розвитку позашкільного закладу освіти</i>	33
КОВАЛЬСЬКИЙ Станіслав <i>Виклики та ризики змішаного навчання в умовах сучасної України</i>	35
КОФІЖИУ Ганна <i>Розвиток партнерської взаємодії закладу загальної середньої освіти з батьками в умовах трансформації освіти</i>	37
САКАЛЮК Оксана, КОПИЛЮК Вікторія <i>Цифровізація управління закладом освіти: можливості, виклики та перспективи розвитку</i>	39
ЧЕРНЕНКО Наталія, ВАН Чжен <i>Організаційно-психологічні умови професійної самореалізації педагогів в умовах трансформацій сучасної освіти</i>	42