

Ю.С. Герасименко, д-р екон. наук, доц. (БІНПО, Біла Церква)

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ ЗВО: ДОСВІД БІНПО ДЗВО «УМО» НАПН УКРАЇНИ

У нинішніх реаліях вітчизняні заклади вищої освіти вимушені шукати та імплементувати інноваційні напрямки та методи власного розвитку. До таких напрямків належить створення й реалізація дієвої маркетингової стратегії на основі комплексної маркетингової концепції. Це передбачає розробку та просування на освітній ринок інноваційних освітніх продуктів високої якості, які будуть затребуваними як потенційними роботодавцями, так і безпосередньо абітурієнтами, здобувачами освіти та випускниками навчальних закладів [1].

В умовах скорочення обсягів бюджетного фінансування закладів вищої освіти та зменшення кількості бюджетних місць для вступників особливої актуальності набуває просування платних освітніх послуг. У зв'язку з цим маркетингові стратегії мають стати важливою складовою реалізації стратегічних цілей розвитку кожного університету.

За умов постійної невизначеності та змін у зовнішньому середовищі необхідно забезпечити підвищення адаптивності та гнучкості маркетингових підходів у діяльності ЗВО. Це передбачає формування конкурентоспроможного й актуального спектра освітніх послуг з урахуванням їхнього життєвого циклу, здійснення системного аналізу зовнішніх викликів, а також посилення конкурентних позицій закладу на освітньому ринку.

Щорічно на базі Білоцерківського інституту неперервної професійної освіти (БІНПО) проходять підвищення кваліфікації понад 3000 педагогічних працівників закладів професійної (професійно-технічної) освіти за різними формами та моделями організації навчання.

У межах виконання державного замовлення Інститут забезпечує підвищення кваліфікації представників трьох основних категорій педагогів ЗП(ПТ)О: майстрів виробничого навчання, викладачів професійно-теоретичної підготовки та старших майстрів.

Щороку за цими програмами навчається близько 2000 педагогів із 17 областей України, столиці – міста Києва, а також з Вінниці, Львова та Харкова [2].

Освітній процес у Білоцерківському інституті неперервної професійної освіти (БІНПО) реалізується із використанням

ліцензійного хмарного сервісу Microsoft Teams на базі платформи Office 365, що забезпечує ефективну організацію навчання відповідно до затвердженого плану-графіка підвищення кваліфікації педагогічних працівників закладів професійної освіти (ЗПО) та індивідуальних розкладів занять навчальних груп.

Підвищення кваліфікації здійснюється в межах різноманітних форм навчання, серед яких: очна, очно-дистанційна, заочна, дистанційна, змішана форма та стажування.

Упродовж 2019–2024 років на базі Інституту, за державним замовленням, пройшли підвищення кваліфікації понад 12 000 педагогічних працівників.

Білоцерківський інститут неперервної професійної освіти здійснює підготовку здобувачів вищої освіти за другим (магістерським) рівнем за такими спеціальностями: 011 «Освітні, педагогічні науки» (освітня програма «Педагогіка вищої школи»), 053 «Психологія» (освітня програма «Психологія») та 073 «Менеджмент» (освітня програма «Управління навчальним закладом»).

Освітні програми Білоцерківського інституту неперервної професійної освіти відображають його стратегічне бачення, спрямоване на підготовку висококваліфікованих та конкурентоспроможних фахівців, здатних обирати індивідуальну освітню траєкторію, навчатись упродовж життя, розвивати професійну кар'єру, проявляти мобільність і адаптивність до змін у соціокультурному середовищі. Здобувачі освіти опановують ключові та професійні компетентності відповідно до власних інтересів, здібностей і можливостей, а також до запитів національної економіки й вимог суспільства знань.

У Білоцерківському інституті неперервної професійної освіти впроваджено ефективну маркетингову стратегію, яка довела свою результативність у забезпеченні конкурентоспроможності закладу на ринку освітніх послуг. Своєчасне й обґрунтоване формування цієї стратегії стало ключовим чинником стабільного розвитку та популярності інституту серед цільової аудиторії.

Результати проведеного аналізу підтверджують відповідність якості освітніх послуг БІНПО очікуванням здобувачів освіти. Позитивний імідж інституту виступає визначальним фактором у процесі свідомого вибору майбутніми слухачами саме цього закладу для навчання та підвищення кваліфікації.

Формуванню позитивного іміджу ЗВО значною мірою сприяє активна участь інституту в організації та проведенні науково-навчально-практичних заходів. Йдеться про регіональні, всеукраїнські й міжнародні події, зокрема семінари, тренінги, майстер-класи, круглі

столи, коворкінги, панельні дискусії, педагогічні студії та професійні обміни.

Брендинг інституту охоплює всі рівні управління, проникаючи у ключові управлінські процеси й стаючи невід’ємною складовою освітнього середовища. Він органічно інтегрується в корпоративну культуру закладу, його традиції, норми, правила й механізми функціонування.

Система брендингу Білоцерківського інституту неперервної професійної освіти реалізується через цілісну систему управлінських рішень, що ухвалюються керівництвом закладу в межах стратегічного розвитку інституції. Цей процес не є ізольованим: він відбувається за активної участі основних стейкхолдерів, серед яких – науково-педагогічні працівники, здобувачі освіти, роботодавці, органи місцевого самоврядування, освітні партнери, громадські організації та інші зацікавлені сторони. Система брендингу передбачає ефективну взаємодію внутрішніх і зовнішніх суб’єктів управління, що функціонують у межах єдиного інформаційного та управлінського простору.

Система брендингу БІНПО є стратегічно важливим інструментом зміцнення позицій інституту у сфері неперервної професійної освіти. Її ефективність забезпечується завдяки чітко організованій управлінській діяльності, активній участі стейкхолдерів та налагодженій системі взаємодії внутрішніх і зовнішніх суб’єктів. Комплексне застосування управлінських функцій – планування, організації, мотивації та контролю – дозволяє сформувати сталу бренд-архітектуру, сприяє впізнаваності інституту, зміцнює довіру до його освітніх продуктів і послуг. Таким чином, якість управлінських процесів є визначальним чинником у формуванні позитивного іміджу та підвищенні конкурентоспроможності БІНПО на ринку освітніх послуг.

Інформаційні джерела:

1. Буняк Н. М. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі України, 2022. 180 с. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/23306>
2. Звіт директора В.В. Сидоренко «Про освітню, наукову і науково-організаційну діяльність білоцерківського інституту неперервної професійної освіти у 2019-2024 рр. та перспективи його розвитку», затверджений на Вченій раді ДЗВО «Університет менеджменту освіти» НАПН України 23 жовтня 2024 року, протокол

№ 14. URL: <https://binpo.com.ua/wp-content/uploads/2024/10/Звіт-директора-БІНПО-Вчена-рада-23.20.2024.pdf>