



«МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ ЗВО: ШЛЯХ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ БІНПО ДЗВО «УМО» НАПН УКРАЇНИ)»

завідувачка кафедри педагогіки, психології та менеджменту
Білоцерківського інституту неперервної професійної освіти
Державного закладу вищої освіти «Університету менеджменту
освіти»

Національної академії педагогічних наук України
докторка економічних наук, доцентка Юлія ГЕРАСИМЕНКО



**БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
НЕПЕРЕРВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ**



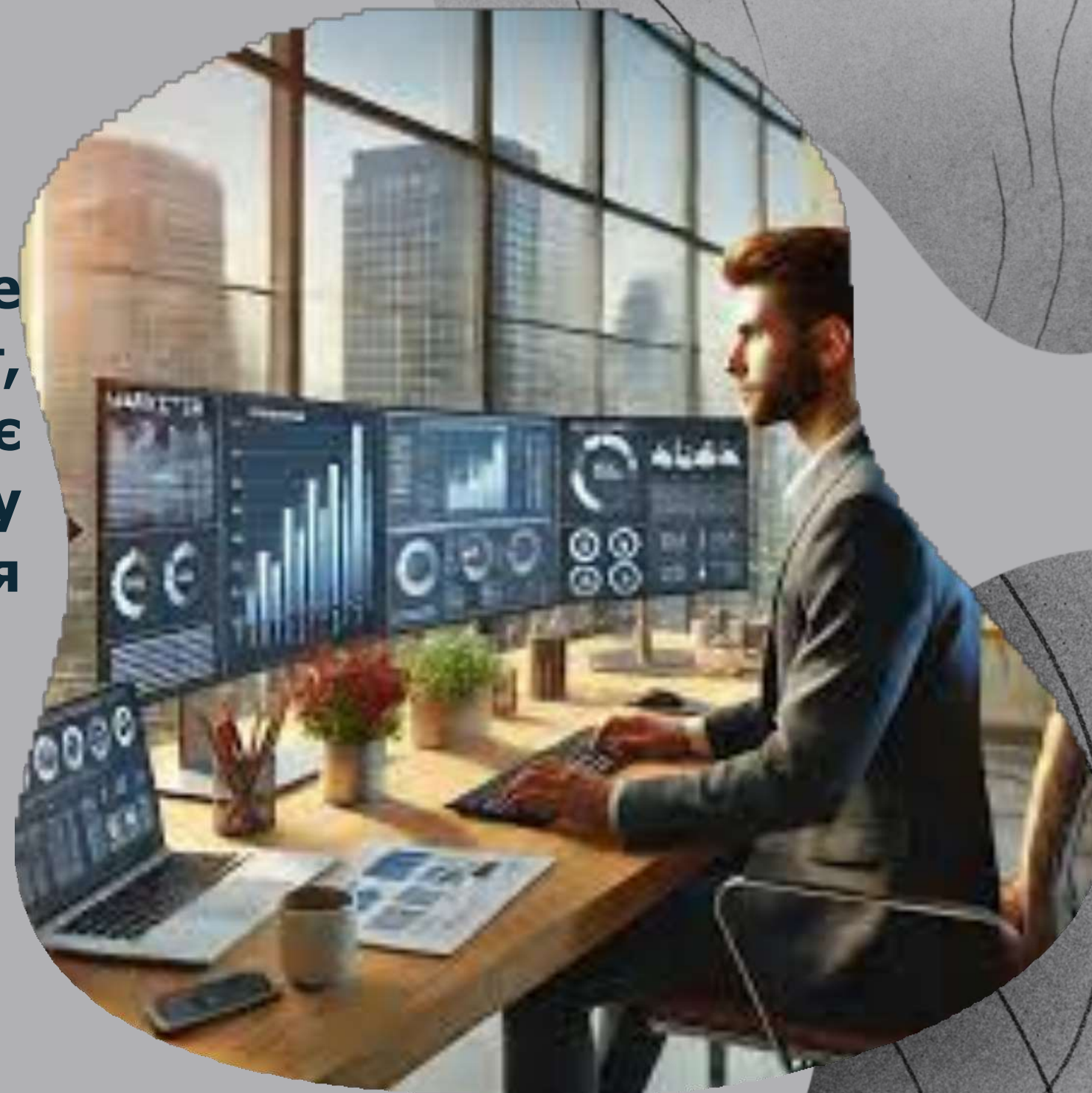
**BILA TSERKVA INSTITUTE OF CONTINUOUS
PROFESSIONAL EDUCATION**



**BILA TSERKVA INSTITUTE
OF CONTINUOUS PROFESSIONAL
EDUCATION**

Маркетингова стратегія ЗВО є важливим інструментом не лише для ефективного просування на ринку освітніх послуг, а й для посилення позицій на ринку праці. Вона сприяє підвищенню конкурентоспроможності навчального закладу шляхом надання якісних освітніх послуг, формування позитивного іміджу та довіри з боку цільової аудиторії.

Сучасна ефективна маркетингова стратегія є дієвим інструментом для досягнення стратегічних цілей закладів вищої освіти, зокрема підвищення їх конкурентоспроможності, задоволення соціально-економічних потреб суспільства та попиту на якісні освітні послуги. В умовах змін, що постійно відбуваються у функціонуванні ЗВО, виникає необхідність у перегляді та уточненні теоретичних засад стратегічного маркетингу.



Ефективне формування маркетингової стратегії брендингу є важливою умовою конкурентоспроможності закладу вищої освіти. Цей складний багаторівневий процес охоплює всі елементи управління брендом, інтегрується в управлінські та освітні процеси ЗВО, стає частиною його корпоративної культури. Управління брендом здійснюється через систему, сформовану під впливом стейкхолдерів, яка забезпечує взаємодію внутрішніх і зовнішніх суб'єктів та залежить від зрілості управлінської структури.

У результаті дослідження визначено зміст та особливості формування маркетингової стратегії закладу вищої освіти, зокрема врахування ринкових позицій, прогнозів, дій конкурентів, ресурсних можливостей та інтересів стейкхолдерів. Класифіковано основні типи стратегій і запропоновано оптимальну модель розвитку – активну наступальну стратегію зростання для нішового ЗВО. Перспективним напрямом є розробка практичних рекомендацій щодо її впровадження. Розвиток бренд-орієнтованої системи управління визначено як ключовий чинник посилення конкурентоспроможності та репутації ЗВО.



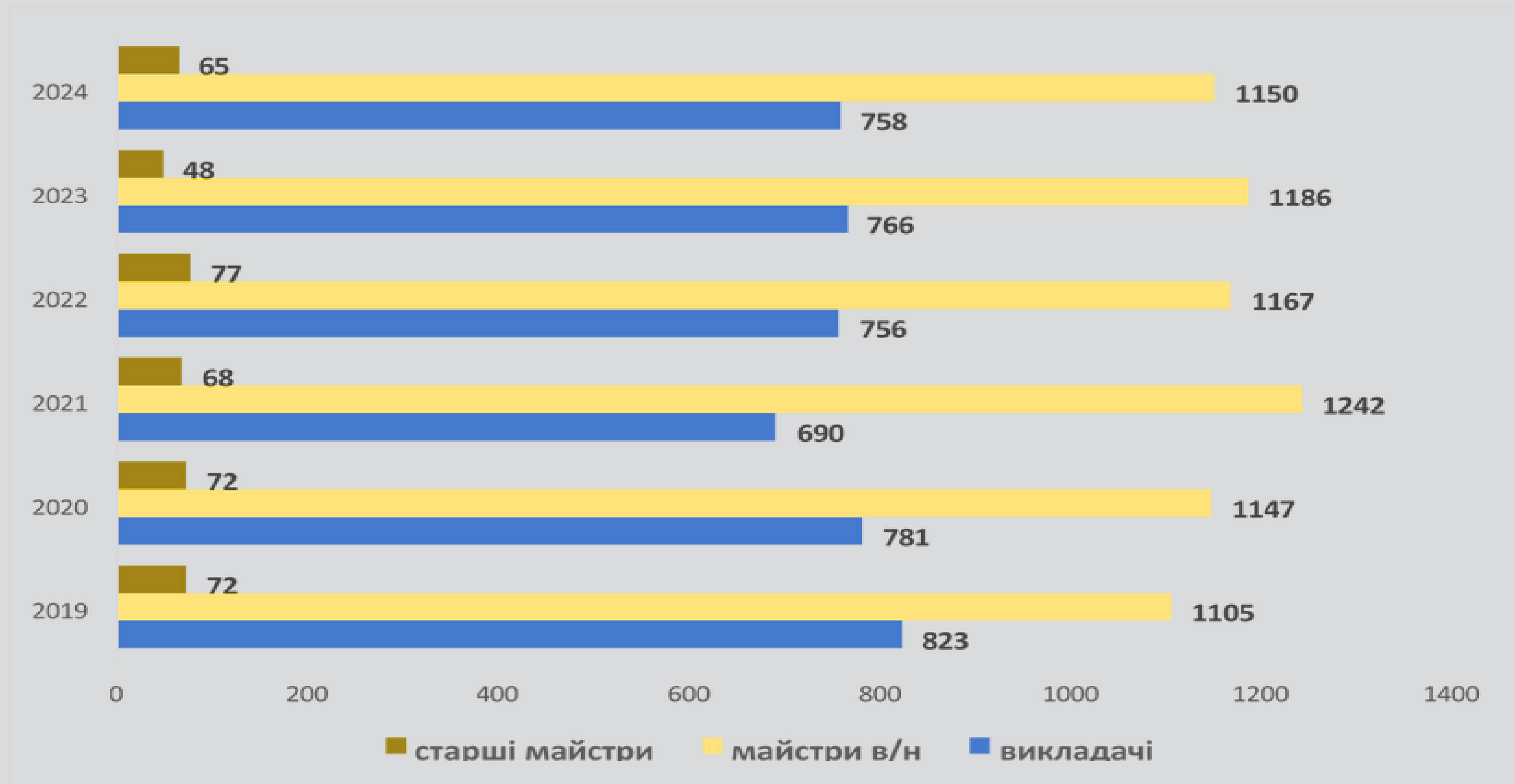


Рис. 1. Загальні показники чисельності контингенту слухачів курсів підвищення кваліфікації за державним замовленням у 2019–2024 роках



Рис. 2. Загальні показники чисельності контингенту слухачів курсів підвищення кваліфікації за державним замовленням у 2019–2024 роках

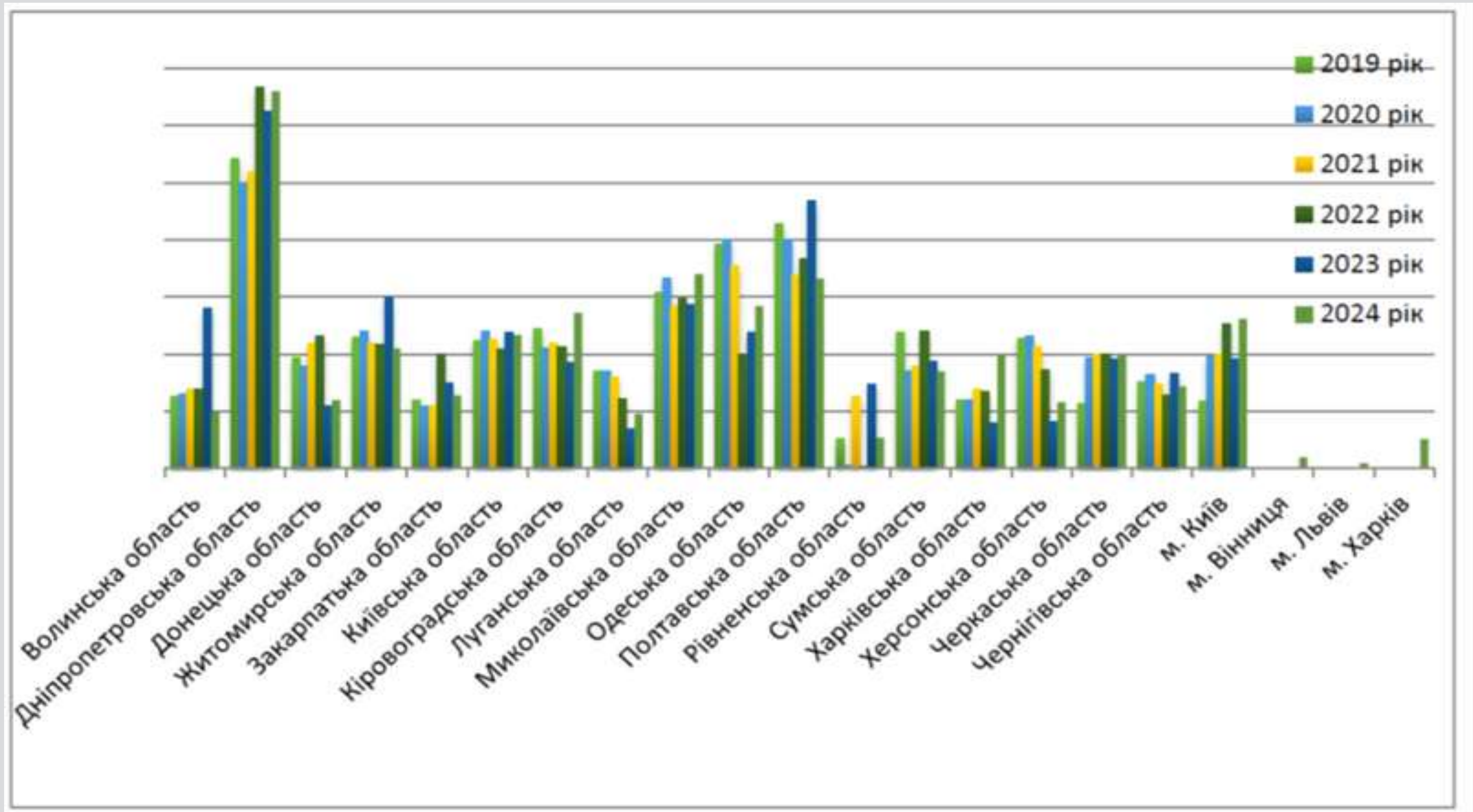


Рис. 3. Динаміка чисельності контингенту слухачів курсів підвищення кваліфікації за державним замовленням за територіальним принципом (2019–2024 рр.)



Рис. 4. Кількість слухачів, зарахованих і випущених із курсів підвищення кваліфікації за державним замовленням у 2019–2024 роках

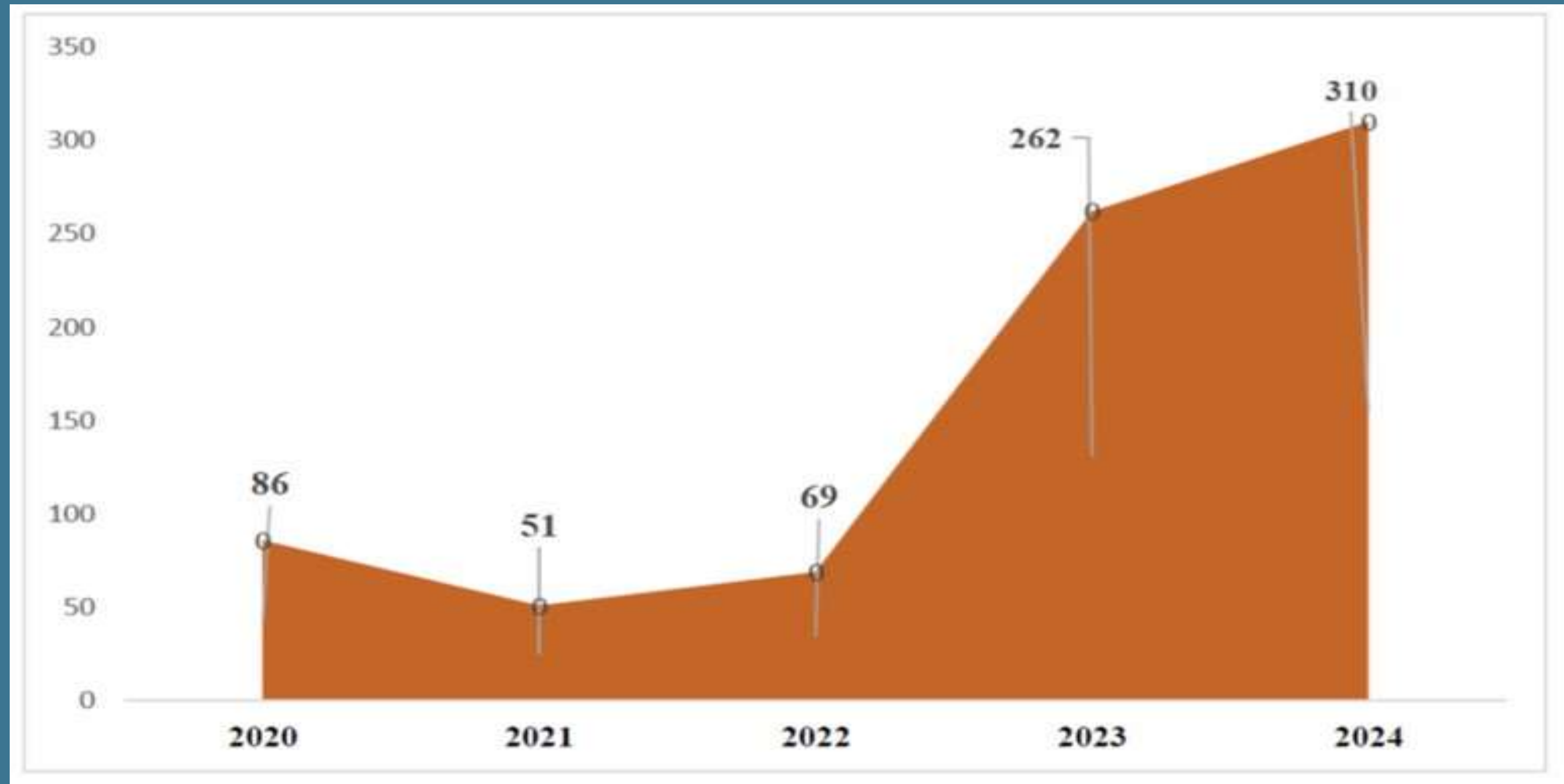
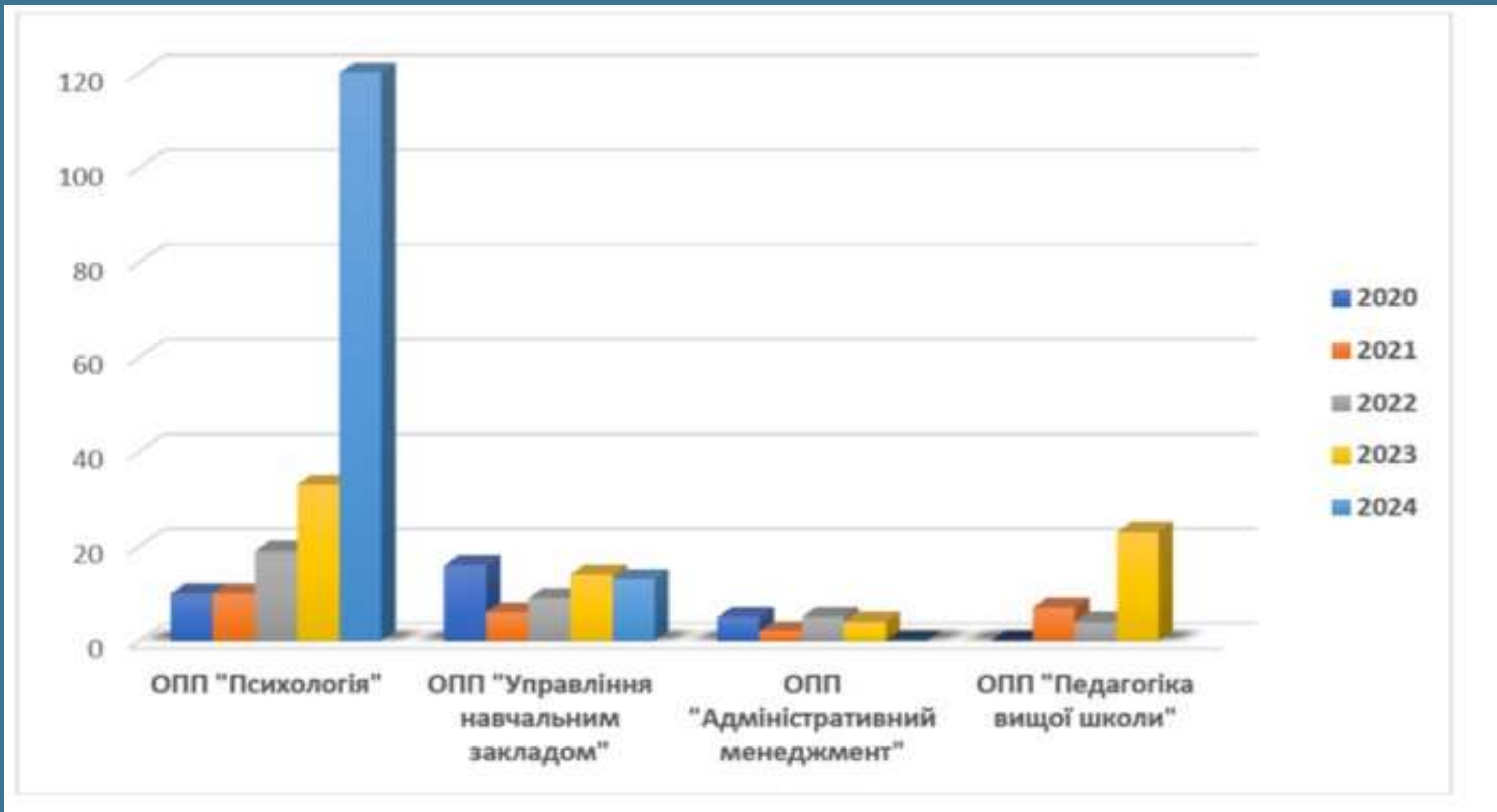


Рис. 5. Кількість здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти (2020-2024 рр.)



6. Кількість баз практичної підготовки здобувачів вищої освіти у БІНПО за період 2020- 2024 років

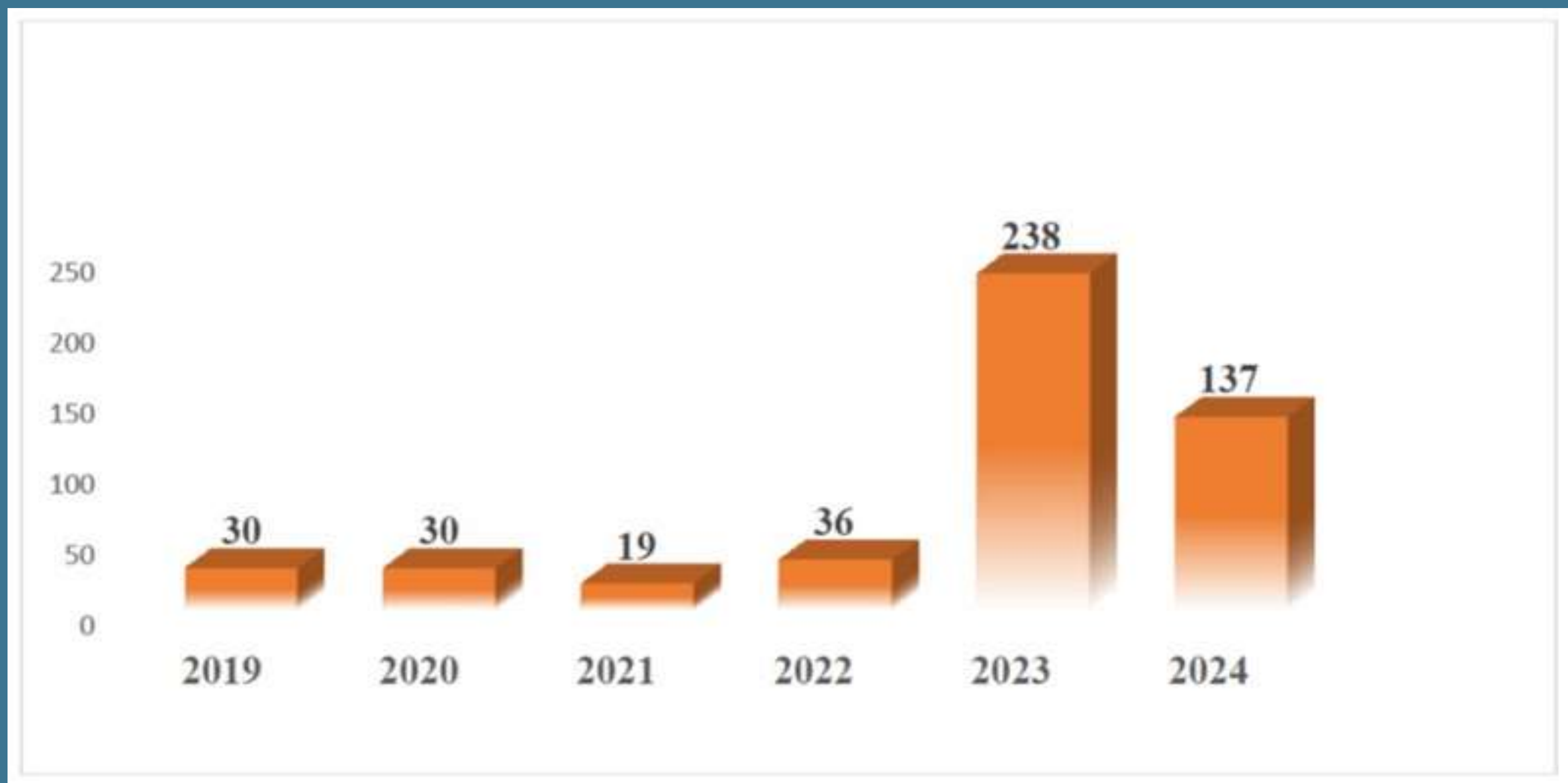


Рис. 7. Загальна кількість заходів, проведених науково-педагогічними працівниками впродовж 2019-2024 років

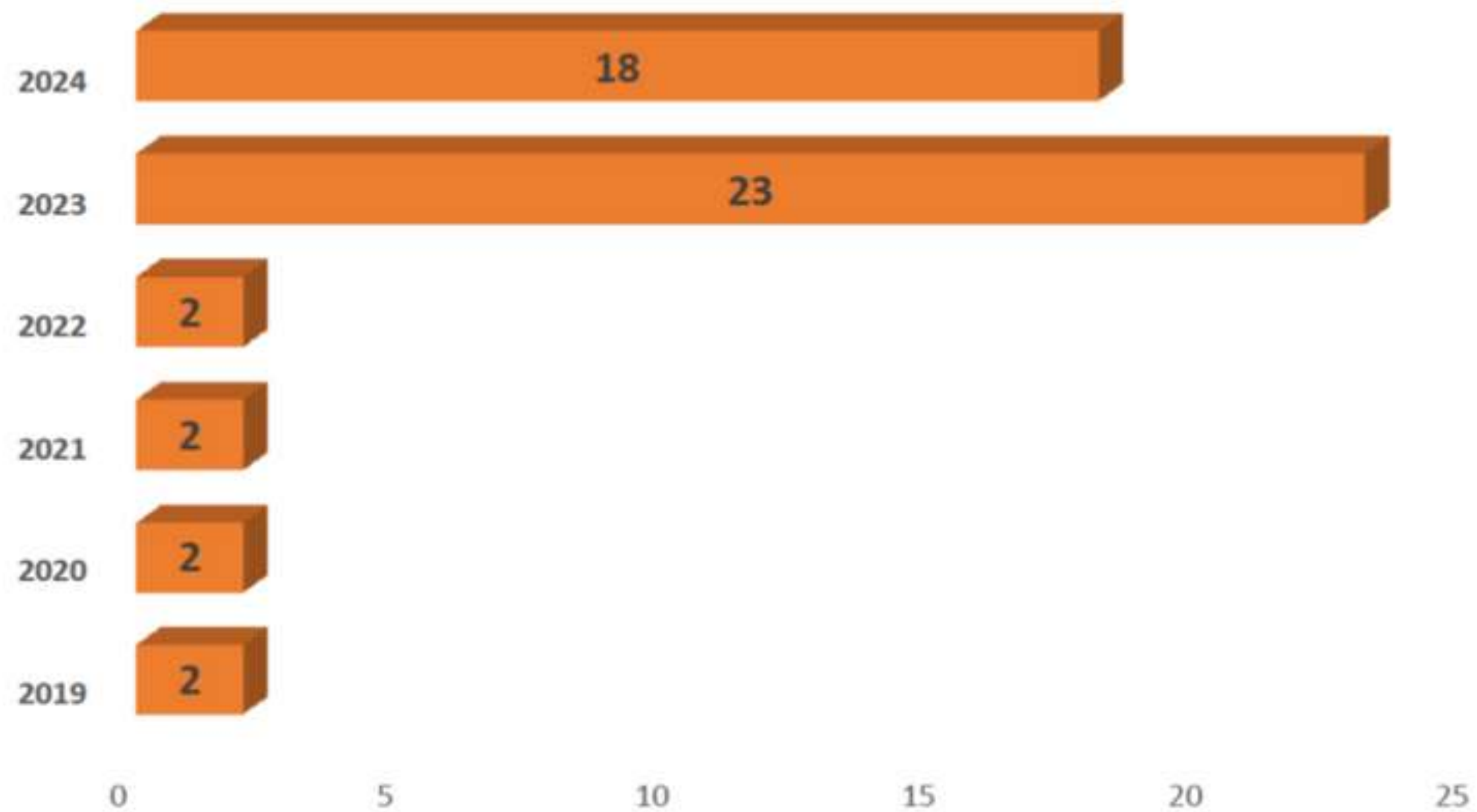
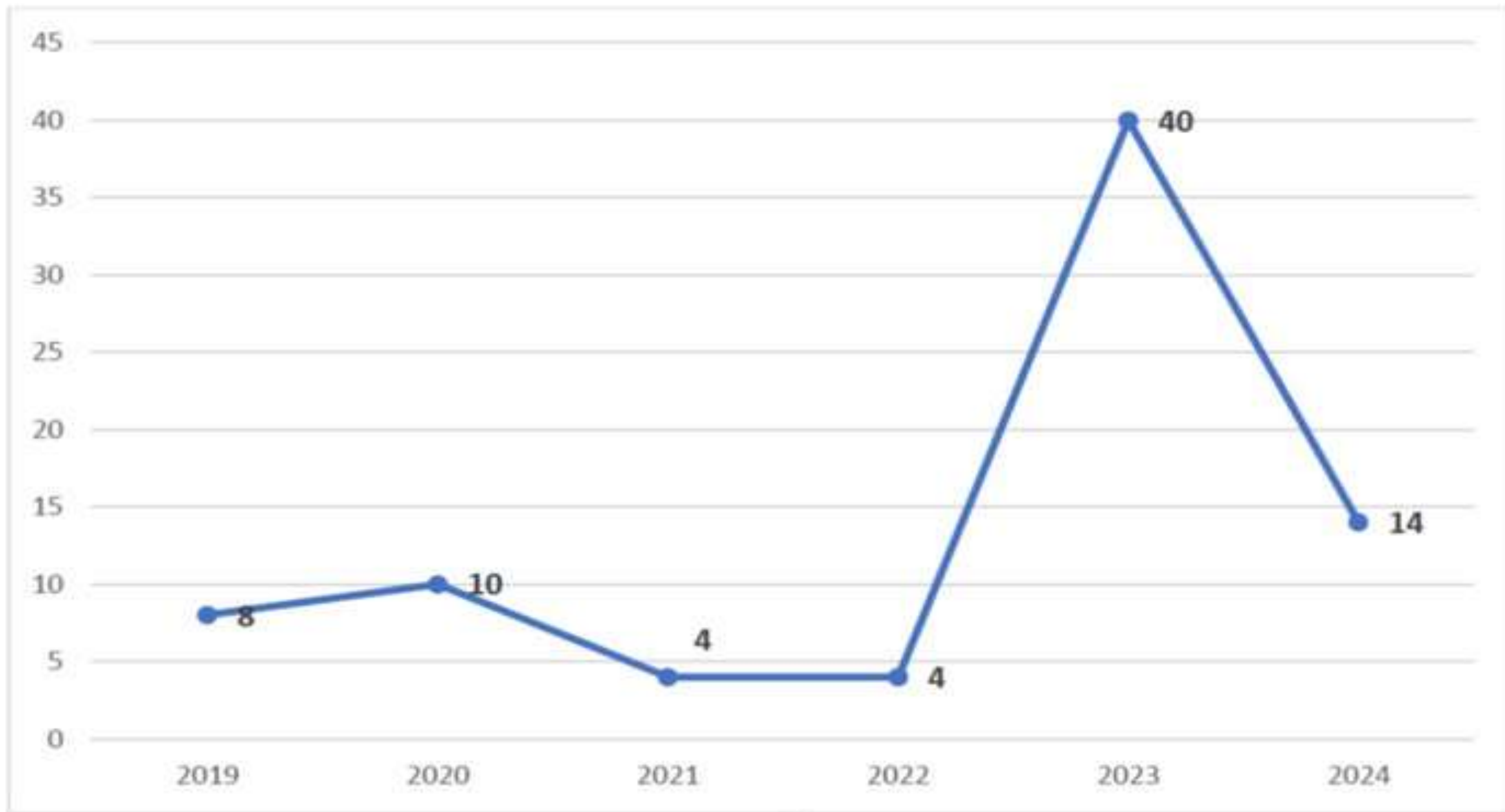


Рис. 8. Кількість міжнародних науково-практичних заходів за 2019-2024 роки



9. Кількість проведених на базі БІНПО Всеукраїнських науково-практичних заходів (2019-2024 роки)

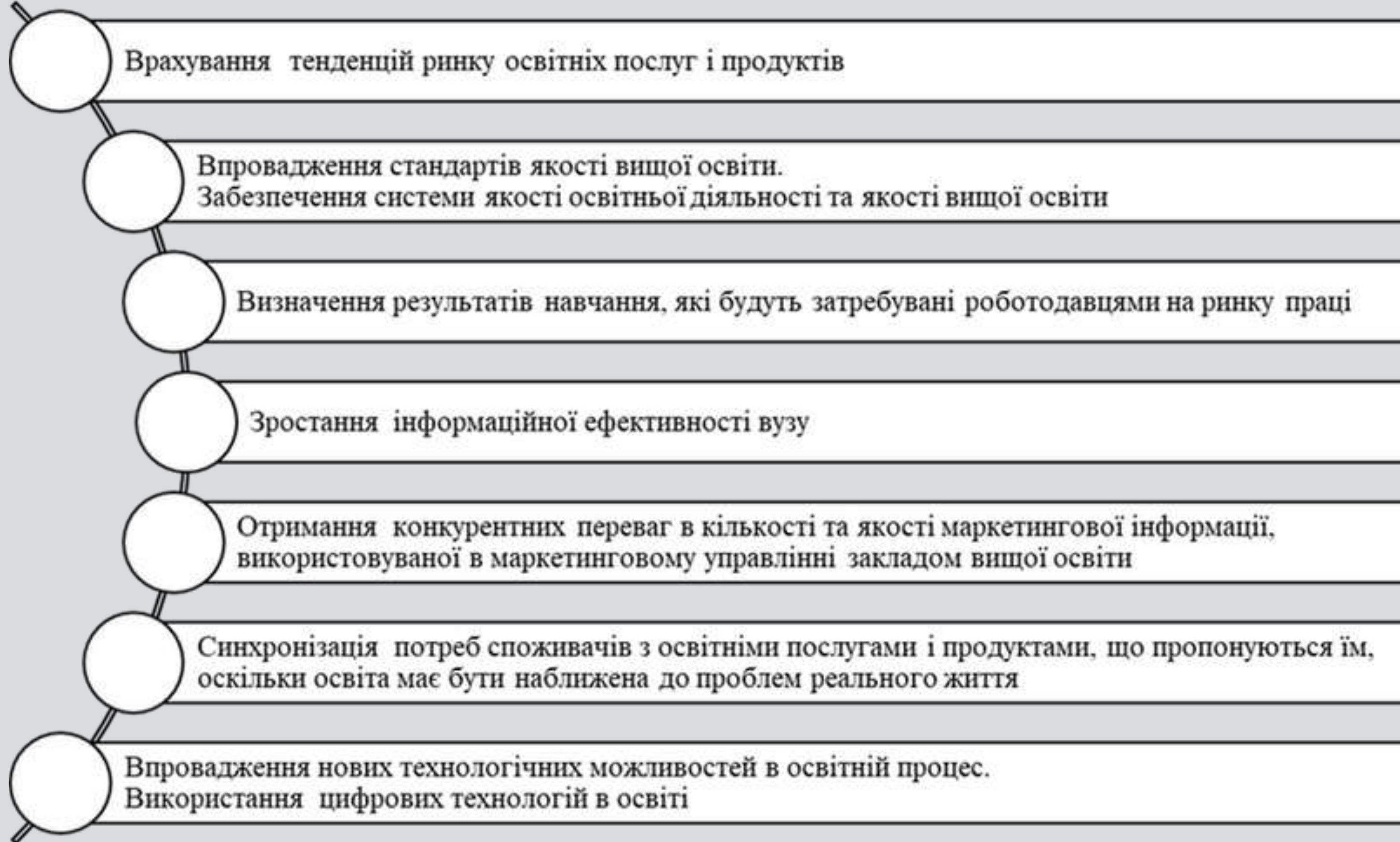


Рис. 10. Напрямки підвищення адаптивності маркетингової стратегії ЗВО

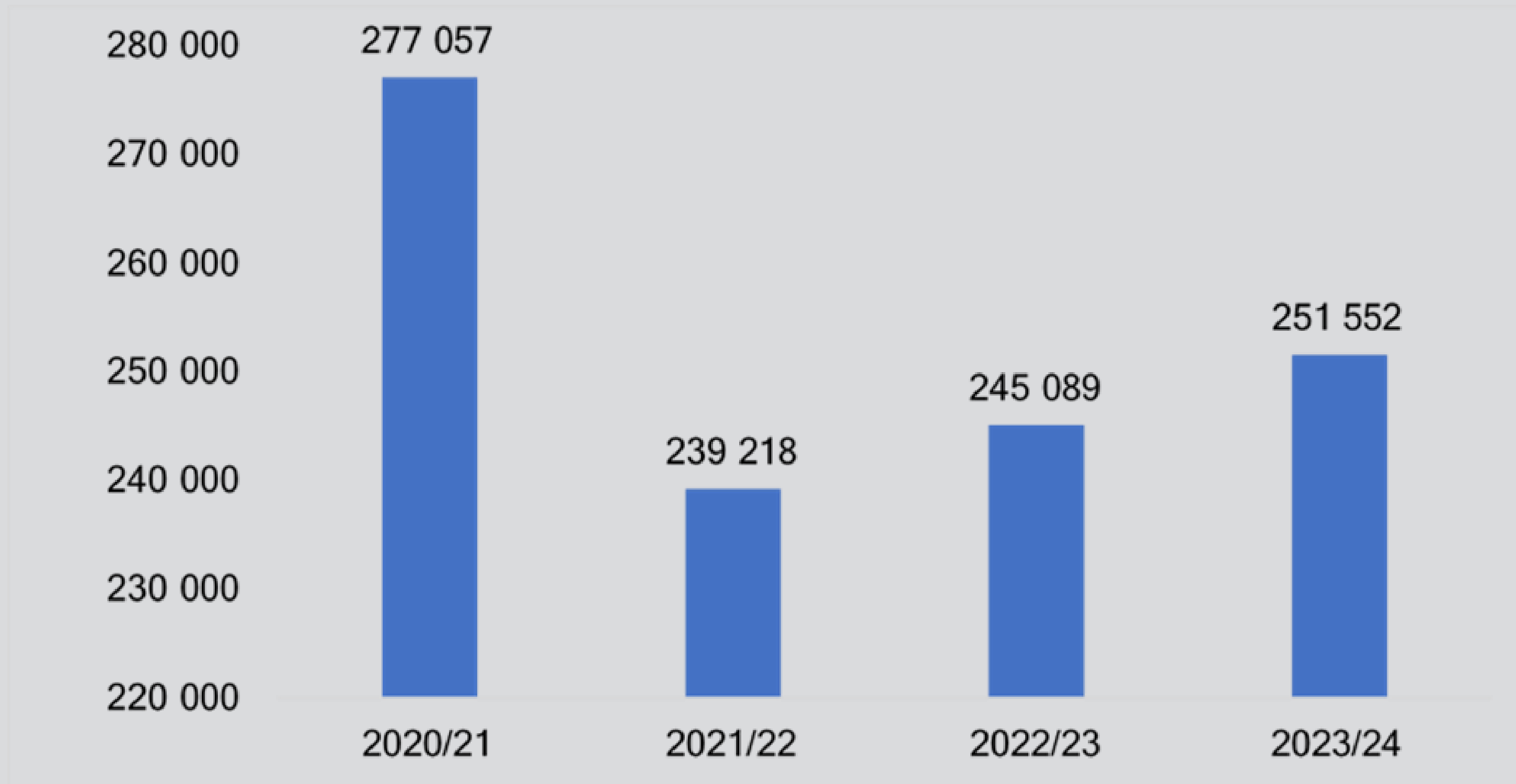


Рис. 11. Динаміка чисельності здобувачів вищої освіти в Україні за 2020–2024 рр.

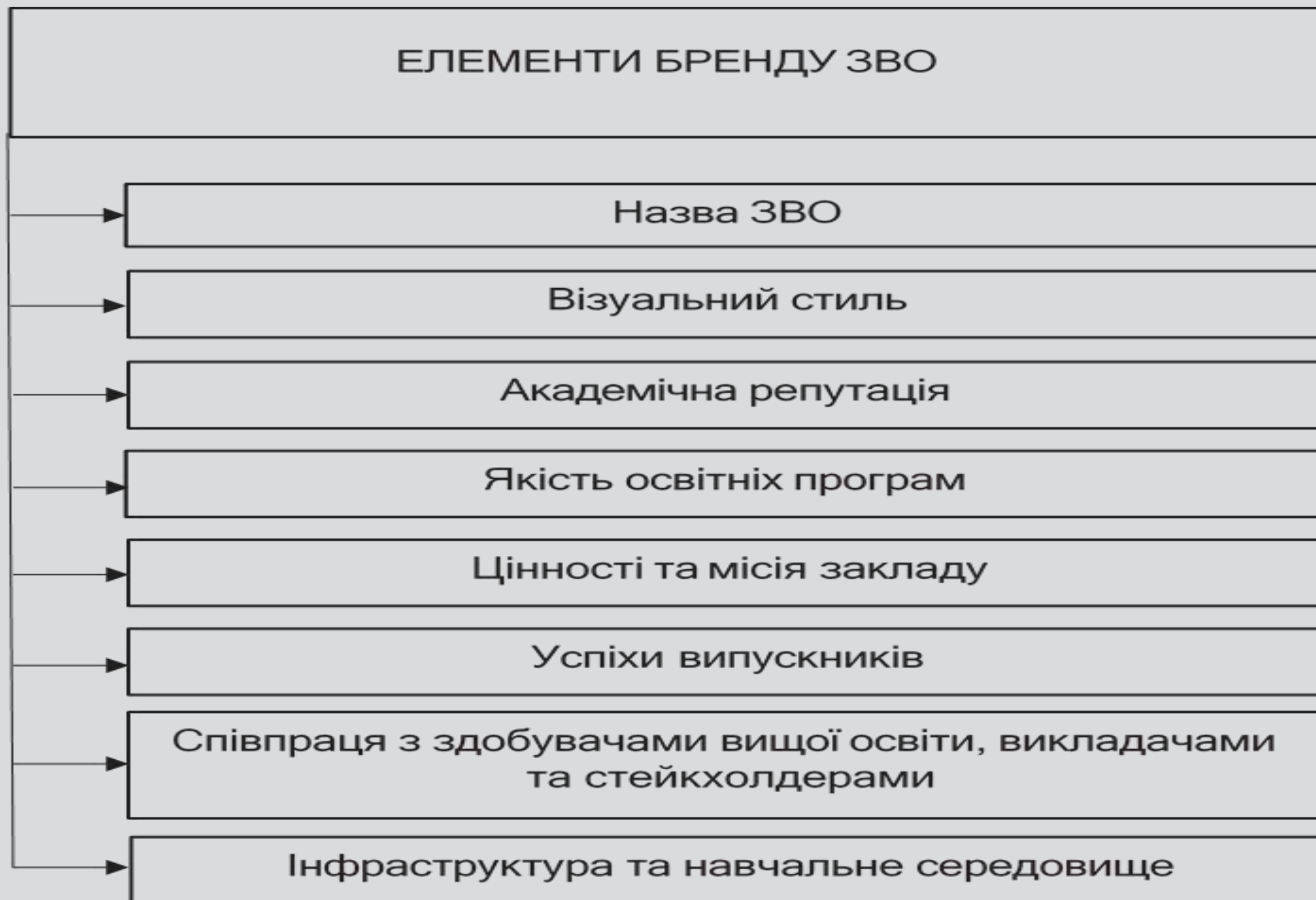


Рис. 12. Основні елементи бренду для ЗВО



ДЯКУЮ
ЗА
УВАГУ!

A black graduation cap with a tassel and a rolled-up diploma tied with a red ribbon are positioned in the bottom right corner of the slide. The background features a subtle, light-colored geometric pattern.