

**ПРОГРАМА РОЗВИТКУ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ
КЕРІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ ДО
МАРКЕТИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

Статтю присвячено висвітленню особливостей психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг й особливостей її розвитку в умовах післядипломної освіти.

Охарактеризовано зміст програми спецкурсу-тренінгу, що спрямований на розвиток психологічної готовності керівників закладів професійної освіти до маркетингової діяльності у процесі очно-дистанційної форми підвищення кваліфікації. Висвітлено результати її апробації, наведено дані про ефективність упровадження програми у процес підвищення кваліфікації керівників закладів професійної освіти.

Ключові слова: *психологічна готовність, маркетинг освітніх послуг, керівники закладів професійно-технічної освіти, розвиток психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг, післядипломна освіта.*

С. В. Казакова

*старший преподаватель кафедры психологии управления
Центрального института последипломного образования
ГВОЗ «Университет менеджмента образования»*

**ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ
ГОТОВНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ УЧРЕЖДЕНИЙ
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ К
МАРКЕТИНГУ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

Статья посвящена рассмотрению особенностей психологической готовности руководителей учреждений профессионально-технического образования к маркетингу образовательных услуг и особенностей ее развития в условиях последипломного образования.

Охарактеризовано содержание программы спецкурса-тренинга, направленного на развитие психологической готовности руководителей учреждений профессионального образования к маркетинговой деятельности в процессе повышения квалификации очно-дистанционной формы образования. Представлены результаты ее апробации, приведены данные об эффективности внедрения программы в процесс повышения квалификации руководителей учреждений профессионального образования

Ключевые слова: *психологическая готовность, маркетинг образовательных услуг, руководители учреждений профессионально-технического образования, развитие психологической готовности к маркетингу образовательных услуг, последипломное образование.*

S. V. Kazakova

*Senior teacher Department of Management Psychology
Central Institute of Postgraduate Education
SHEI «University of Educational Management»*

PROGRAM OF DEVELOPMENT OF PSYCHOLOGICAL PREPARATION OF OFFICIALS OF PROFESSIONAL AND TECHNICAL EDUCATION TO MARKETING EDUCATIONAL SERVICES

The article is devoted to highlighting the peculiarities of the psychological readiness of the leaders of vocational education institutions to the marketing of educational services and the peculiarities of its development in postgraduate education.

The content of the special course-training program aimed at development in the process of internally-distant form of professional development of the psychological readiness of the heads of institutions of professional education

institutions to marketing activities is characterized. The results of its approbation are highlighted, data on the effectiveness of the implementation of the program in the process of professional development of the heads of institutions of vocational education are presented.

Key words: *psychological readiness, marketing of educational services, heads of institutions of vocational education, development of psychological readiness for the marketing of educational services, postgraduate education.*

Постановка проблеми

Важливим індикатором ефективної діяльності освітньої організації є її конкурентоспроможність на ринку освітніх послуг. У разі закладів професійно-технічної освіти йдеться про ряд чинників, які можуть несприятливим чином позначитись на їх конкурентоспроможності, зокрема, невисокий престиж робітничих професій у суспільстві.

Це зумовлює особливі вимоги до психологічної готовності персоналу закладів професійно-технічної освіти і, насамперед, їх керівників до маркетингу освітніх послуг. Водночас, за нашими даними (О. Бондарчук, С. Казакова [1; 3] та ін.), рівень такої готовності є недостатнім для доволі значної частини управлінців закладів професійно-технічної освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

За результатами теоретичного аналізу літератури виявлено, що психологічна готовність керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг не виступала предметом спеціального дослідження. Відповідно нами було визначено сутність, складові такої готовності й досліджено рівні її розвитку, констатовано доцільність сприяння розвитку такої готовності в умовах післядипломної освіти (О. Бондарчук; С Казакова [1; 3] та ін.).

Аналіз практики діяльності закладів післядипломної освіти у зазначеному контексті дозволив визначити проблеми розвитку готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх

послуг в умовах післядипломної освіти, що зумовлені як специфічними особливостями управлінської діяльності, що негативно позначаються на рівні підприємливості, конкурентоздатності управлінців, так і невизначеністю змісту та оптимальних форм підготовки до маркетингу освітніх послуг; недостатню орієнтацію на розвиток особистісних якостей керівників закладів професійної освіти, важливих для успішного здійснення маркетингу освітніх послуг; неготовність значної кількості викладачів системи післядипломної педагогічної освіти до відповідного навчання [1].

Значна кількість керівників системи освіти, як констатовано у дослідженнях (М. Фадєєва [6] та ін.), не володіє прийомами та методами формування позитивного іміджу навчального закладу, виявлений недостатній рівень ініціативності, підприємливості (О. Креденцер [5]) та інших психологічних якостей керівників освітніх організацій, важливих для успішної маркетингової діяльності в сфері освітніх послуг.

Відповідно актуальним є розвиток психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг у процесі їх психологічної підготовки з урахуванням специфічних особливостей управлінців як суб'єктів післядипломної освіти.

Не вирішені раніше частини загальної проблеми

Попри актуальність, розвитку психологічної готовності управлінців до маркетингу освітніх послуг, як показав аналіз наукової літератури, приділено недостатньо уваги. На даному етапі констатуємо, що цілісного уявлення про особливості розвитку компонентів психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг не існує.

Формулювання цілей статті

Цілі статті – розкрити зміст, складові, етапи реалізації та ефективності впровадження програми сприяння (в умовах очно-дистанційної форми підвищення кваліфікації) розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг.

Виклад основного матеріалу

Метою програми є сприяння розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг в умовах очно-дистанційної форми навчання.

При розробленні програми було взято за основу концептуальну модель сприяння особистісному розвитку фахівців у процесі післядипломної педагогічної освіти (О. І. Бондарчук [2]) відповідно до якої розвиток психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг здійснюється у чотири етапи:

– *підготовчий*, на якому актуалізується прагнення управлінців до розвитку психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг;

– *діагностичний*, спрямований на усвідомлення й самопізнання керівниками закладів власних характеристик і рівнів розвитку психологічної готовності та їх відображення у результатах професійної діяльності;

– *розвивальний*, у рамках якого здійснюється розвиток та корекція складових психологічної готовності управлінців до маркетингу освітніх послуг;

– *прогностичний*, спрямований на визначення можливостей, методів, форм та способів подальшого розвитку та саморозвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг.

Програма розрахована на 45 годин (із них – 30 аудиторних годин у формі тренінгу і 15 годин на самостійну роботу) і реалізувалася у форматі спецкурсу-тренінгу «Розвиток психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг».

Програма складається з чотирьох взаємопов'язаних навчальних модулів. *Модуль 1.* «Мотиваційна складова психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг» спрямований актуалізацію мотивації та закріплення установки учасників тренінгу на розвиток їх психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг.

Традиційно на початку роботи визначаються цілі й завдання тренінгової програми з розвитку психологічної готовності керівників до маркетингу освітніх послуг, приймаються й обговорюються правила групової роботи, інші організаційні моменти: час роботи, перерви тощо [6 та ін.].

Доцільно також провести спеціальну роботу щодо виявлення очікувань групи, мотивації до активної участі у груповій роботі, створення безпечної атмосфери спілкування. Для цього варто використати вправи, спрямовані на знайомство учасників тренінгу (наприклад, *вправа-криголам* «Хто я та які мої позитивні риси...»), виявлення очікувань від тренінгу, коли кожний учасник тренінгу завершує на наліпках незакінчені речення: «Маркетинг освітніх послуг – це...», «Роль маркетингу освітніх послуг у забезпеченні ефективної діяльності закладу професійно-технічної освіти ...», «Психологічна готовність керівника до маркетингу освітніх послуг...» з подальшим груповим обговоренням відповідей.

Основна частина модулю спрямована на усвідомлення значущості розвитку психологічної готовності управлінців до маркетингу освітніх послуг. Цьому сприяють: а) *«мозковий штурм»* «Від яких чинників залежить результативність та ефективність підняття престижу закладу професійної (професійно-технічної) освіти в сучасному суспільстві?»; б) міні-лекція на тему: «Маркетинг освітніх послуг закладів професійно-технічної освіти як чинник їх конкурентоздатності»; в) *групова дискусія* «Що може спонукати керівника закладу професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг?»

Крім того, у процесі реалізації завдань даного модулю варто розглянути та проаналізувати особливості професійної діяльності керівників закладів професійної освіти залежно від домінування у них таких її мотивів як: прагнення до просування в професійній кар'єрі, заробітна плата, підвищення якості освітнього процесу, прагнення уникнути критики зі сторони керівництва і колег, задоволення від самого процесу і результатів роботи, потреба в престижі й соціальному визнанні та ін.

Очікуваними результатами опанування *модулю 1* є:

– розширення поінформованості керівників про вплив маркетингу освітніх послуг на ефективність діяльності закладів професійної освіти;

– актуалізація мотивів, адекватних цілям і завданням маркетингу освітніх послуг (бажання забезпечити конкурентоздатність закладу професійно-технічної освіти на ринку освітніх послуг, прагнення підвищити престиж та якість професійно-технічної освіти, бажання реалізувати інноваційні форми й методи навчання й розвитку особистості майбутнього робітника та ін.);

– підвищення рівня значущості мотиву розвитку психологічної готовності управлінців до маркетингу освітніх послуг.

Модуль 2. «Когнітивна складова психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг» спрямований на опанування сукупності знань, необхідних для здійснення маркетингової діяльності в освітній галузі (знання змісту та особливостей діяльності в сфері маркетингу освітніх послуг загалом і в умовах професійної освіти зокрема, особливостей формування власного позитивного іміджу та позитивного іміджу закладів професійної освіти, сутності і складових психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг та ін.).

Тут варто застосувати такі форми й методи, як: а) міні-лекції «Освітні послуги в системі професійної освіти та їх маркетинг: основні підходи»; б) групові дискусії ««У чому полягає специфіка маркетингу освітніх послуг в умовах професійної освіти?» в) робота у міні-групах за результатами виконання методики «Незакінчені речення» (учасникам тренінгу пропонується завершити речення «Позитивний імідж закладу професійно-технічної освіти – це..», «Психологічна готовність керівника закладу професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг – це...» та обговорити результати); г) *мозковий штурм*: «Як забезпечити психологічну готовність керівників закладів професійної освіти навчальних до маркетингу освітніх послуг?»

Особливу увагу слід приділити діагностиці та аналізу рівня знань управлінців з означених питань, при цьому бажано, щоби на початку роботи учасники експериментальної групи здійснювали самооцінку свого рівня знань з різноманітних аспектів маркетингу освітніх послуг, складових і показників власної психологічної готовності до такої діяльності, а потім порівнювали їх з об'єктивними результатами опитування.

На завершення роботи за даним модулем учасники отримують завдання для самостійної роботи – написати твір-есе на тему: «Позитивний імідж керівника і престиж закладу професійно-технічної освіти».

Такий підхід забезпечує не лише опрацювання теоретичних аспектів маркетингу освітніх послуг, але й сприяє усвідомленню необхідності практичного опанування технологією ефективного маркетингу, актуалізації прагнення управлінців до розвитку відповідної психологічної готовності тощо.

Очікувані результати опанування *другого модуля* програми:

- знання змісту та специфічних особливостей діяльності у сфері маркетингу освітніх послуг;
- усвідомлення умов, шляхів, етапів формування власного позитивного іміджу й іміджу закладу освіти;
- знання складових, критеріїв, показників, умов розвитку психологічної готовності керівників до маркетингу освітніх послуг.

Модуль 3 «Операційна складова психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг» спрямований на розвиток умінь і навичок управлінців щодо здійснення ефективного маркетингу освітніх послуг в умовах професійної освіти.

Завданнями даного модуля програми передбачено: формування й розвиток уміння управлінців щодо маркетингової активності у професійної діяльності; оволодіння методами вивчення потреб і очікувань цільових груп споживачів освітніх послуг; здійснення ефективних маркетингових комунікацій; визначення шляхів і наслідків просування освітніх послуг.

Актуалізація важливості розвитку вмінь і навичок керівника закладу професійно-технічної освіти щодо маркетингу освітніх послуг забезпечується через: а) *міні-лекцію* полілогічної природи «Уміння і навички керівника закладу професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг»; б) *рефлексію* результатів психодіагностики здатності управлінців до ефективних маркетингових комунікацій, у тому числі, здатності до самоконтролю у спілкуванні зі споживачами освітніх послуг; в) *груповий аналіз ситуацій* (аналізуються проблемні ситуації управлінської діяльності у контексті маркетингу освітніх послуг, конструктивне розв'язання яких можливе за умови наявності високого рівня відповідної психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти, при цьому бажано, щоби приклади таких ситуацій наводили самі управлінці; г) ділову гру «Формування позитивного іміджу закладу професійно-технічної освіти» та ін.

Очікуваними результатами опанування *модулю 3* є:

- формування та розвиток умінь маркетингової активності у професійної діяльності керівника закладу професійно-технічної освіти;
- оволодіння методами вивчення потреб і очікувань цільових груп споживачів освітніх послуг; визначення шляхів і наслідків просування освітніх послуг;
- розвиток здатності до здійснення ефективних маркетингових комунікацій, у тому числі, через розвиток самоконтролю у процесі взаємодії зі споживачами освітніх послуг;

Модуль 4. «Особистісна готовність керівника закладу професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг» передбачає розвиток сукупності особистісних якостей управлінців, значущих для маркетингової діяльності (підприємливість; спрямованість на справу та конструктивне спілкування; активно-позитивний тип установки щодо інших людей; самоефективність; соціальна креативність тощо).

Тут передбачено: а) *«мозковий штурм»* «Професійно важливі якості керівника закладу освіти як маркетолога у сфері освітніх послуг»; б) *інтерактивні вправи*, спрямовані на розвиток особистісних якостей управлінців, значущих для маркетингу освітніх послуг (наприклад, вправа *«Реклама»*, коли учасникам пропонується визначити якомога більше різноманітних варіантів реклами їх закладу професійно-технічної освіти; або вправа *«Один проти всіх»* [6], у процесі якої учасник, що виконує роль «керівника закладу професійно-технічної освіти» мусить переконати інших учасників експериментальної групи («колектив») ухвалити непопулярне рішення, якому група чинить опір; при обговоренні результатів її виконання особливу увагу слід звернути на особливості встановлення контакту з аудиторією, переконливості аргументів й образу керівника та ін.; в) *робота в малих групах*, які спільно малюють «Портрет успішного керівника закладу професійно-технічної освіти» з подальшою презентацією і обговоренням результатів.

Слід зазначити, що в даному модулі передбачено закріплення й розвиток конструктивних особистісних новоутворень учасників спецкурсу-тренінгу не лише у процесі навчання, але й під час *самостійної роботи на дистанційному етапі підвищення кваліфікації*, на якому пропонуються завдання, які управлінці виконують безпосередньо у процесі професійної діяльності:

– проаналізувати, як здійснюється маркетинг освітніх послуг у закладі професійної освіти, який очолює керівник – учасник тренінгу;

– визначити психолого-управлінські резерви й стимули до маркетингу освітніх послуг у закладі, в якому працює керівник закладу професійно-технічної освіти;

– проаналізувати власну психологічну готовність як керівника закладу професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг і скласти індивідуальну програму її розвитку;

– підготувати презентацію на тему: «Маркетинг освітніх послуг у сучасному закладі професійно-технічної освіти».

Очікуваними результатами опанування *модулю 4* є:

– розвиток особистісних характеристик керівників закладів професійно-технічної освіти, значущих для маркетингу освітніх послуг;

– оволодіння методами самодіагностики власних, професійно значущих особистісних якостей у контексті зазначеної теми;

– складання індивідуальної програми саморозвитку психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг тощо.

Зазначимо, що лише системна реалізація всіх чотирьох тематичних модулів забезпечують досягнення у цілому поставленої мети програми. Сприятливі умови для роботи створюються завдяки позитивній емоційній атмосфері й рефлексії на основі прийняття учасниками правил конструктивної поведінки під час занять.

Ведучий тренінгу виступає переважно як фасилітатор, що полегшує особистісну взаємодію учасників. На завершення роботи учасники озвучують свої думки та враження, які виникають під час проходження програми з розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти, висловлюються щодо того, наскільки реалізувались їхні очікування. Бажано заповнення анкети зворотного зв'язку, в якій здійснюється оцінювання результативності участі у програмі за теоретико-практичними надбаннями, виявлення проблем і труднощів під час проходження програми, а також перспектив застосування в практиці управлінської діяльності отриманих знань та набутих умінь.

Апробацію даної програми проведено протягом 2017-2018 рр. на базі Центрального інституту післядипломної освіти ДВНЗ «Університет менеджменту освіти». У дослідженні взяло участь 49 керівників закладів професійно-технічної освіти з різних регіонів України, з яких 24 особи склали експериментальну групу і 25 – контрольну.

В експериментальній групі реалізація програми розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг проводилась цілісно, системно, відповідно до психологічних умов, принципів, які забезпечувалися визначеними методами, прийомами та техніками тренінгової роботи. Формувальний експеримент завершився контрольним тестуванням. У контрольній групі заняття здійснювалися відповідно до традиційного навчально-тематичного плану підвищення кваліфікації керівників закладів професійно-технічної освіти, при цьому було проведено лише два діагностичних зрізи до і після проведення формувального експерименту.

Статистичне опрацювання результатів апробації програми «Розвиток психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг» здійснювалося за допомогою програмного пакету SPSS, версія 17.0 для Windows.

Аналіз результатів упровадження програми розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг засвідчив її ефективність щодо розвитку психологічної готовності фахівців означеної категорії (табл. 1).

Як бачимо з даних, поданих у табл. 1, до формувального експерименту (I зріз) між експериментальною й контрольною групами відсутні істотні відмінності у рівнях розвитку психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг. Результати після формувального експерименту (II зріз) в експериментальній групі свідчать про наявність вираженої позитивної динаміки показників розвитку психологічної готовності. У контрольній групі динаміка цих показників не є статично значущою.

Отже, аналіз результатів упровадження програми розвитку психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг довів її ефективність.

Це підтверджується тим, що в експериментальній групі між результатами першого та другого зрізів за G-критерієм знаків були

зафіксовані статистично значущі відмінності у рівнях психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг: зростання високого рівня розвитку з 4,2% до 12,5%, вищого за середній – з 8,3% до 29,2% та зменшення низького рівня з 16,7% до 4,2% ($p < 0,01$).

Таблиця 1

Кількісні показники рівнів розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до та після формувального експерименту

Рівні розвитку психологічної готовності	Групи (кількість досліджуваних, у %)			
	До формувального експерименту (I зріз)		Після формувального експерименту (II зріз)	
	Контрольна група	Експериментальна група	Контрольна група	Експериментальна група
низький	16,0	16,7	16,0	4,2*
нижчий за середній	32,0	29,2	24,0	29,2*
середній	40,0	41,7	48,0	25,0*
вищий за середній	8,0	8,3	8,0	29,2*
високий	4,0	4,1	4,0	12,5*

*– відмінності статистично значущі на рівні $p < 0,01$

Натомість, у контрольній групі за результатами першого та другого зрізів констатовано незначні розбіжності, які в цілому не позначаються на рівнях розвитку психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг. Так, зменшилася кількість досліджуваних керівників з рівнем нижчим за середній з 32,0% до 24,0 % та зросла із середнім рівнем з 40,0 % до 48,0 %, але ці відмінності не є статично значущими.

Подібні тенденції були виявлено й при порівняльному аналізі всіх складових психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг.

Таким чином, можна констатувати, що при апробації програми формувального експерименту збільшилася кількість управлінців із високим і

вищим за середній рівнями психологічної готовності та зменшилась кількість із низьким. Як наслідок, респонденти експериментальної групи відрізнялися вищим рівнем розвитку психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг як професійно важливої якості керівників закладів професійно-технічної освіти.

Проведений порівняльний аналіз результатів впровадження розробленої програми свідчить про позитивні зміни у розвитку складових психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг. Так, зокрема, підвищення рівня мотиваційної складової готовності нашло відображення у зростанні орієнтації досліджуваних на бажання забезпечити конкурентоздатність свого закладу освіти на ринку освітніх послуг, прагнення підвищити престиж та якість професійно-технічної освіти, бажання реалізувати інноваційні форми й методи навчання та розвитку особистості. До позитивних результатів підвищення рівня цієї складової управлінці віднесли також те, що вони проаналізували особливості професійної діяльності в залежності від домінування у них різних мотивів фахової діяльності. Крім того керівники експериментальної групи проявляли справжній інтерес до тренінгових занять, підтримували колег, стали більш терпимими до поглядів, відмінних від власних.

Констатовано й позитивну динаміку щодо розвитку когнітивної складової учасників експериментальної групи після формувального експерименту: зростання їх обізнаності зі специфічних особливостей маркетингу освітніх послуг та підвищення рівня усвідомлення умов і шляхів формування власного позитивного іміджу та необхідності позитивного іміджу закладу професійно-технічної освіти. Завдяки отриманій інформації в рамках проведення програми управлінці отримали можливість актуалізувати та розширити свої знання з питань маркетингу освітніх послуг та психологічної готовності до нього.

Відбулося й зростання рівня операційної складової психологічної готовності, розвиток умінь і навичок здійснення маркетингу освітніх послуг, ефективних маркетингових комунікацій, утому числі, за рахунок розвитку умінь управляти своїми емоціями у поведінці, здійснювати самоконтроль в спілкуванні. Також до позитивних результатів учасники віднесли те, що вони стали більш щирими та відкритими у ставленні до себе й інших людей, у вираженні власних негативних і позитивних почуттів.

Підвищення рівня особистісної складової, проявами якого поряд із зростанням рівня маркетингової обізнаності та творчих здібностей, на думку учасників, викладеній у підсумковій анкеті, є:

– здатність більш точно розуміти якості менеджерів освіти, значущих для маркетингової діяльності; розуміння значущості розвитку підприємницьких здібностей, соціальної креативності, позитивної установки на інших людей – суб'єктів освітніх послуг.

Управлінці, які брали участь у програмі розвитку психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг, відрізнялись вираженою здатністю до більш позитивного бачення інших, більшою проінформованістю щодо маркетингової діяльності в освітній галузі, порівняно із досліджуваними контрольної групи.

Про ефективність впровадження програми з розвитку психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг також свідчать результати узагальнення анкети зворотного зв'язку, проведеної на завершення роботи групи. Зокрема, 91,7% респондентів експериментальної групи оцінили рівень власної результативності участі у програмі за теоретико-практичними надбаннями як високий, а 8,3% – як середній.

Відповідаючи на запитання анкети, досліджувані повідомили про те, що участь у програмі допомогла їм розширити теоретичні знання про розвиток психологічної готовності як професійно важливу якість, необхідну для здійснення маркетингової діяльності в освітній галузі, краще пізнати себе, розвинули навички самоконтролю та конструктивного спілкування.

У відповідях на запитання щодо налагодження успішної міжособистісної взаємодії в експериментальній групі 95,8% респондентів відзначили її високий рівень, а 4,2% – середній.

Усі респонденти в анкеті зворотного зв'язку одноставно зазначили, що планують в подальшому у професійній діяльності використовувати знання, отримані завдяки участі у програмі розвитку їх психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг.

Висновки

Отже, авторська програма в цілому сприяє розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг і позитивно позначається на ефективності їх професійної діяльності. Проведені дослідження не вичерпують усіх аспектів означеної теми. У перспективі уявляється доцільним теоретичне обґрунтування емпіричної перевірки системі психологічного супроводу маркетингу професійно-технічної освіти для керівників закладів професійної освіти до маркетингу освітніх послуг, а також програми відповідно підготовки психологів професійної освіти.

Література

1. Бондарчук О. І. Проблеми психологічної готовності керівників професійно-технічних навчальних закладів до маркетингу освітніх послуг / О. І. Бондарчук, С. В. Казакова // Актуальні проблеми психології : зб. наук. праць. Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / гол. ред. С. Д. Максименко. – К., 2014. – Т. I : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – Вип. 41. – С. 70-75.
2. Бондарчук О. І. Технологія розвитку психологічної готовності керівників закладів освіти до діяльності в умовах соціальних трансформацій / О. І. Бондарчук // Післядипломна освіта в Україні. – 2018. – № 1 –С. 5–11.
3. Казакова С. В. Типи установки керівників закладів професійно-технічної освіти щодо інших людей як показник їх особистісної готовності до

маркетингу освітніх послуг / С. В. Казакова // Дев'яті Сіверянські соціально-психологічні читання : тези Четверта Міжнародна науково-практична конференція. – Чернігів : ЧНПУ імені Т. Г. Шевченка, 2018. – С. 34.

4. Карамушка Л. М. Психологія освітнього менеджменту: навч. посібник для вищих навч. закладів / Л. М. Карамушка. – К. : Либідь, 2004. – 424 с.

5. Креденцер О. В. Тренінг «Формування підприємницької поведінки в персоналу освітніх організацій для ефективного забезпечення організаційного розвитку» / О. В. Креденцер // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С.Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. – К. : А.С.К., 2011. – Т. I : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія / за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки. – 2011. – Вип. 32. – С. 218-227.

6. Фадеева М. В. Психологічна підготовка керівників загальноосвітніх навчальних закладів до формування позитивного іміджу освітньої організації / М. В. Фадеева, ДВНЗ «Університет менеджменту освіти»: автореф. дис. канд. психол. наук : 19.00.07. – К., 2010. – 20 с.