

Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет педагогічної освіти та соціальної роботи
Кафедра соціальної роботи та педагогіки вищої школи

Андрій Колосок

Освітній менеджмент та маркетинг

Методичні рекомендації

Луцьк 2024

УДК 456.89+234.12
О 72

Рекомендовано до друку науково-методичною радою Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 1 від «25» вересня 2024 р.).

Рецензент:

Антонюк В.З. – кандидат педагогічних наук, доцент, декан факультету педагогічної освіти та соціальної роботи ВНУ імені Лесі Українки

Колосок А.М.

О 72 Освітній менеджмент та маркетинг: методичні рекомендації для виконання практичних, індивідуальних завдань та самостійної роботи для здобувачів освіти освітнього ступеня Магістр спеціальності 011 Освітні, педагогічні науки / упорядник Андрій Мирославович Колосок. Луцьк: ПП «Поліграфія», 2024. 21 с.

Методичні рекомендації містять завдання для виконання практичної та самостійної роботи, індивідуально-дослідних завдань з освітнього компонента «Освітній менеджмент та маркетинг» освітньо-професійної програми «Освітні, педагогічні науки» денної форми навчання, термінологічний словник, перелік питань до іспиту, список рекомендованої літератури.

УДК 456.89+234.12
Колосок А. М., 2024
Волинський національний
університет імені Лесі Українки, 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	6
1. Основи менеджменту в освіті.....	6
2. Система та основні методи управління.....	6
3. Керівник-менеджер в системі освіти. Стили керівництва.....	6
4. Державне управління системою освіти.....	6
5. Маркетинг і його роль в регулюванні ринку освітніх послуг.....	7
6. Зовнішнє маркетингове середовище закладу освіти.....	7
7. Зовнішнє маркетингове середовище закладу освіти.....	7
8. Маркетингова стратегія.....	8
ІНДИВІДУАЛЬНО НАУКОВО-ДОСЛІДНЕ ЗАВДАННЯ (ІНДЗ).....	10
ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ.....	11
ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ	12
СЛОВНИК ТЕРМІНІВ.....	14
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	19
Основна література для студентів.....	19
Додаткова.....	19
Інтернет-ресурси	20

ВСТУП

Освітній компонент «Освітній менеджмент і маркетинг» належить до циклу нормативних дисциплін професійної підготовки магістра, галузі знань 01 Освіта/Педагогіка, спеціальності 11 Освітні, педагогічні науки, за освітньо-професійною програмою Освітні, педагогічні науки. Вивчається в третьому семестрі, формою підсумкового контролю є екзамен. На вивчення освітнього компонента відведено 4 кредити (120 годин), у тому числі: 20 годин лекційних, 20 год. практичних, 8 год. консультації та 72 год. самостійної роботи.

Вивчення освітнього компонента «Освітній менеджмент і маркетинг» сприятиме підвищенню рівня професійної компетентності майбутніх магістрів з освітніх, педагогічних наук, їх готовності кваліфіковано і майстерно виконувати свої професійні обов'язки, забезпечить оволодіння сучасними теоретичними і прикладними знаннями з освітніх та педагогічних технологій.

Пререквізити:

Для освоєння освітнього компонента використовують знання, вміння і навички сформовані у ході вивчення ОК «Правові аспекти освітньої діяльності», ОК «Сучасні освітні технології».

Постреквізити:

Освоєння даного освітнього компонента є необхідним для подальшого написання кваліфікаційної роботи.

Мета - засвоєння здобувачами освіти цілісної системи знань про основи освітнього менеджменту і маркетингу, опанування принципів, методів і технологій управління в освітній сфері, формування умінь та навичок використання інструментів маркетингу в освітньому закладі.

Завдання освітнього компонента:

- вивчити основи менеджменту в освіті;
- розглянути систему та основні методи управління;
- засвоїти стилі керівництва в системі освіти;
- вивчити структуру державного управління системою освіти;
- розглянути маркетинг і його роль в регулюванні ринку освітніх послуг;
- дослідити зовнішнє маркетингове середовище закладу освіти;
- дослідити внутрішнє маркетингове середовище закладу освіти;
- навчитись розробляти маркетингову стратегію закладу освіти.

Таблиця 1

Структура освітнього компонента

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю ² / Бали
Змістовий модуль I. Теоретико-методологічні засади освітнього менеджменту						
Тема 1. Основи менеджменту в освіті.	13	2	2	8	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/З
Тема 2. Система та основні методи управління.	13	2	2	8	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/З

Тема 3. Керівник-менеджер в системі освіти. Стили керівництва.	15	2	2	10	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/3
Тема 4. Державне управління системою освіти.	19	4	4	10	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/6
Разом за модулем 1	60	10	10	36	4	15
Змістовий модуль II. Використання інструментів маркетингу в закладі освіти						
Тема 5. Маркетинг і його роль в регулюванні ринку освітніх послуг.	13	2	2	8	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/3
Тема 6. Зовнішнє маркетингове середовище закладу освіти.	13	2	2	8	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/3
Тема 7. Внутрішнє маркетингове середовище закладу освіти.	15	2	2	10	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/3
Тема 8. Маркетингова стратегія.	19	4	4	10	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/6
Разом за модулем 2	60	10	10	36	4	15
Види підсумкових робіт						Бал
Модульна контрольна робота						60/Т
МКР 1						30
МКР 2						30
ІНДЗ						10
Всього годин/ Балів						120 20 20 72 8 100

Методи та форми контролю: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач/кейсів, РМГ – робота в малих групах, ПР – презентація, МКР/КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, тощо.

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

1. Основи менеджменту в освіті.

- 1.1. Значення понять «менеджмент» та «управління».
- 1.2. Основні види менеджменту та їх специфіка.
- 1.3. Сутність та складові менеджменту освіти.
- 1.4. Професійна специфіка менеджменту в освіті.
- 1.5. Предмет, об'єкт менеджменту освіти.
- 1.6. Завдання, функції менеджменту освіти.
- 1.7. Історія розвитку менеджменту освіти.
- 1.8. Зарубіжний досвід менеджменту освіти.
- 1.9. Психологічні компоненти в загально управлінських функціях менеджера освіти.
- 1.10. Фундаментальні теорії та концепції менеджменту.

2. Система та основні методи управління.

- 2.1. Поняття та складові системи.
- 2.2. Управлінська система в організації освіти.
- 2.3. Система управління освітою.
- 2.4. Методика визначення особистісних характеристик керівника та їх роль у застосуванні психологічних методів управління.
- 2.5. Особливості методів управління в освіті.
- 2.6. Ендогенні фактори впливу на розвиток управління освітою.
- 2.7. Екзогенні фактори впливу на розвиток управління освітою.
- 2.8. Сучасна концепцію розвитку управління в освіті.
- 2.9. Основні протиріччя та проблеми управління сучасним закладом освіти.
- 2.10. Напрями удосконалення управлінської діяльності в освіті.

3. Керівник-менеджер в системі освіти. Стилi керівництва.

- 3.1. Роль та функції адміністратора в системі освіти.
- 3.2. Вимоги до характерологічних, особистісних, професійних рис керівника.
- 3.3. Юридичні вимоги до керівника в системі освіти.
- 3.4. Особливості моделей «керівник-господарник», «керівник-дослідник», «керівник-педагог», «керівник-менеджер».
- 3.5. Моральні вимоги до керівника.
- 3.6. Самоменеджмент як умова ефективності керівника.
- 3.7. Демократичний стиль керівництва.
- 3.8. Авторитарний стиль керівництва.
- 3.9. Змішаний стиль керівництва.
- 3.10. Порівняльний аналіз стилів керівництва, переваги та недоліки.

4. Державне управління системою освіти.

- 4.1. Система освіти в Україні.
- 4.2. Принципи освітньої політики в Україні.
- 4.3. Законодавче забезпечення системи освіти.

- 4.4. Державні органи управління системою освіти.
- 4.5. Міністерство освіти і науки України.
- 4.6. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти.
- 4.7. Комітет Верховної Ради України з питань освіти, науки та інновацій.
- 4.8. Управління системою освіти на місцевому рівні.
- 4.9. Моніторинг якості освіти.
- 4.10. Державне управління та контроль за освітніми проєктами.

5. Маркетинг і його роль в регулюванні ринку освітніх послуг.

- 5.1. Дефініція поняття «маркетинг».
- 5.2. Сутність та складові маркетингу освітніх послуг.
- 5.3. Значення маркетингу в галузі освіти.
- 5.4. Специфіка маркетингу в сфері освіти.
- 5.5. Кошторис і вартість освітніх послуг.
- 5.6. Особливості ціноутворення на ринку освітніх послуг.
- 5.7. SWOT аналіз в закладах освіти.
- 5.8. Алгоритм дій керівника щодо проведення маркетингового дослідження.
- 5.9. План дослідження ринку освітніх послуг.
- 5.10. Оцінка діяльності закладу освіти на ринку праці в порівнянні з конкурентами в своєму регіоні.

6. Зовнішнє маркетингове середовище закладу освіти.

- 6.1. Сутність та значення зовнішнього середовища закладу освіти.
- 6.2. Характеристика факторів зовнішнього середовища.
- 6.3. Економічні фактори зовнішнього середовища.
- 6.4. Політико-правові фактори зовнішнього середовища.
- 6.5. Соціально-культурні фактори зовнішнього середовища.
- 6.6. Екологічні фактори зовнішнього середовища.
- 6.7. Природно-географічні фактори зовнішнього середовища.
- 6.8. Технологічні фактори зовнішнього середовища.
- 6.9. Діагностика зовнішнього середовища.
- 6.10. Методи оцінювання впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність начального закладу.

7. Зовнішнє маркетингове середовище закладу освіти.

- 7.1. Сутність та значення внутрішнього середовища закладу освіти.
- 7.2. Характеристика факторів внутрішнього середовища.
- 7.3. Споживачі як складова факторів внутрішнього середовища.
- 7.4. Конкуренти як складова факторів внутрішнього середовища.
- 7.5. Посередники як складова факторів внутрішнього середовища.
- 7.6. Постачальники як складова факторів внутрішнього середовища.
- 7.7. Персонал як складова факторів внутрішнього середовища.
- 7.8. Контактні аудиторії як складова факторів внутрішнього середовища.
- 7.9. Діагностика внутрішнього середовища.

7.10. Методика оцінювання впливу факторів внутрішнього середовища на діяльність навчального закладу.

8. Маркетингова стратегія.

- 8.1. Вплив ринкового середовища на маркетинг освітніх послуг.
- 8.2. Аналіз і прогноз ринку освітніх послуг.
- 8.3. Формування маркетингового комплексу для закладів освіти.
- 8.4. Маркетингова служба закладів освіти.
- 8.5. Зарубіжний досвід реалізації маркетингової стратегії закладом освіти.
- 8.6. Етапи розробки маркетингової стратегії закладів освіти.
- 8.7. Особливості розробки стратегії маркетингу для закладів освіти.
- 8.8. Умови успішної реалізації маркетингової стратегії закладів освіти
- 8.9. Ефективність маркетингу в сфері освітніх послуг.
- 8.10. Моніторинг та корекція маркетингової стратегії закладів освіти.

Критерії оцінювання практичних занять (Т 1-3, 5-7)

3 бали - Оцінюється робота здобувача освіти, який у повному обсязі володіє навчальним матеріалом за відповідною темою, вільно, самостійно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, в т.ч. самостійної роботи, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою термінологією, розв'язує задачі стандартним або оригінальним способом, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки за умови особистого мультимедійного представлення завдання на практичному занятті.

2 бали - Оцінюється робота здобувача освіти, який достатньо повно володіє навчальним матеріалом за відповідною темою, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, в т.ч. самостійної роботи, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, розв'язує задачі стандартним способом, послуговується науковою термінологією. Але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.

1 бал - Оцінюється робота здобувача освіти, який відтворює значну частину навчального матеріалу за відповідною темою, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень та понять. Не здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.

0,5 балів - Оцінюється робота здобувача освіти, який при відтворенні навчального матеріалу дає елементарну, фрагментарну відповідь, з початковим уявленням про предмет вивчення, не вміє застосувати теоретичні положення при розв'язанні задач.

0 балів - Оцінюється робота здобувача освіти, який не володіє навчальним матеріалом за відповідною темою та не в змозі його висвітлити, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

Критерії оцінювання практичних занять (Т 4, 8)

6 балів - Оцінюється робота здобувача освіти, який у повному обсязі володіє навчальним матеріалом за відповідною темою, вільно, самостійно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, в т.ч. самостійної роботи, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою термінологією, розв'язує задачі стандартним або оригінальним способом, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки за умови особистого мультимедійного представлення завдання на практичному занятті.

4 бали - Оцінюється робота здобувача освіти, який достатньо повно володіє навчальним матеріалом за відповідною темою, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, в т.ч. самостійної роботи, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, розв'язує задачі стандартним способом, послуговується науковою термінологією. Але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.

2 бал - Оцінюється робота здобувача освіти, який відтворює значну частину навчального матеріалу за відповідною темою, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень та понять. Не здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.

1 бал - Оцінюється робота здобувача освіти, який при відтворенні навчального матеріалу дає елементарну, фрагментарну відповідь, з початковим уявленням про предмет вивчення, не вміє застосувати теоретичні положення при розв'язанні задач.

0 балів - Оцінюється робота здобувача освіти, який не володіє навчальним матеріалом за відповідною темою та не в змозі його висвітлити, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

ІНДИВІДУАЛЬНО НАУКОВО-ДОСЛІДНЕ ЗАВДАННЯ (ІНДЗ)

Індивідуально-дослідне завдання (ІНДЗ) видаються здобувачам освіти на першому занятті, і виконуються здобувачем самостійно у письмовій формі при консультуванні з викладачем. Заклад вищої освіти для виконання ІНДЗ здобувач освіти обирає самостійно, але без повторень в межах навчальної групи. Максимальна кількість балів за **ІНДЗ 10 балів**.

Завдання. Розробіть маркетингову стратегію закладу вищої освіти.

Критерії оцінювання ІНДЗ

10 балів - здобувач освіти самостійно обґрунтовує, викладає своє бачення, логічно, цілісно, послідовно та стилістично, граматично правильно будує відповідь; аналізує різні погляди для кожної ситуації, наводить два доречні аргументи, використовує набуту з різних джерел інформацію для розв'язання поставлених ситуацій; вкінці робить висновок, який органічно випливає зі сформульованої тези, аргументів і прикладів; робота відзначається багатством слововживання та художньою цінністю.

5 балів - здобувач освіти самостійно обґрунтовує, викладає своє бачення, логічно, цілісно, послідовно та стилістично, граматично правильно будує відповідь; аналізує різні погляди для кожної ситуації, наводить один доречний аргумент; вдало добирає лексичні засоби; висновок випливає із проблеми, яка аналізується; у роботі є недоліки: відхилення від теми, порушення послідовності її викладу; висловлювання не завжди обґрунтовані, не підкріплені фактичним матеріалом, переходи між ними не є вмотивованими.

0 балів - здобувачем освіти висловлення не відповідають або частково відповідають проблемі, яка розглядається; лексика і граматична будова мовлення на елементарному рівні; теза не відповідає запропонованій темі; наведені аргументи не є доречними; прикладу немає або він не є доречним.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ

Відео 1. Грантовий менеджмент. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=KtWHxctnHYk>

Відео 2. Діджитал маркетинг. Пошук цільової аудиторії в інтернеті. Пошукове дослідження. URL: https://www.youtube.com/watch?v=P_7xzdkyisM

Відео 3. Для чого маркетинг у школі? URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=u0qB8vBe6kk>

Відео 4. Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації. URL:

https://www.youtube.com/watch?v=y_4gep4DdEc

Відео 5. Діджитал маркетинг. Онлайн дослідження, створення опитувань. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=-gzCqB8kWAE>

Відео 6. Діджитал маркетинг. Цільова аудиторія. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=RgUgpTpSWOc>

Відео 7. Стрес-менеджмент. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=AudeE4hhHw8>

Відео 8. Менеджмент. Поняття та сутність менеджменту. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=VvFywmh9cQY&list=PLiIhY4SV2-s2oye28jnEqbsmNvTeGTJZS>

Відео 9. Освітній менеджмент. URL: https://www.youtube.com/watch?v=p5_Y66-ujdE

Відео 10. Тайм-менеджмент: прості способи управління часом. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=hyWko38jKKc>

Відео 11. Упровадження мовного менеджменту в освіті: практики та зміни. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=mSzc9sux1RQ>

Відео 12. Email-маркетинг. Збільшення кількості перших продажів. URL:

https://www.youtube.com/watch?v=_Zcnc056ItM

Відео 13. Менеджмент як наука і мистецтво управління. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=5PNS8wztajA>

Відео 14. URL: Основи маркетингу та логістики інновацій в професійній освіті.

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3YLhAf2Rfm0>

Відео 15. Що таке маркетинг та за що він відповідає? URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=XFOI2Uqiz2k>

Відео 16. Інтернет-маркетинг: що це і навіщо? URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=GUvjhOGjGAU>

Відео 17. Підсумкове Освітній менеджмент. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=a7jWtQFXLaQ>

Відео 18. День 2. Практичні кейси: освітній менеджмент, психолого-педагогічна підтримка, інклюзивний підхід. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=GmCP4tsSwDk>

Відео 19. День 2. Практичні кейси: освітній менеджмент, психолого-педагогічна підтримка, інклюзивний підхід. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=Ex2Hc2OSyH8>

Відео 20. День 3. Практичні кейси: освітній менеджмент, психолого-педагогічна підтримка, інклюзивний підхід. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=Q4ujrB9CEPY>

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ

1. Аналіз впливу ринкового середовища на маркетинг освітніх послуг.
2. Аналіз і прогноз ринку надання освітніх послуг.
3. Визначення поняття менеджмент та управління.
4. Вимоги до характерологічних, особистісних, професійних рис керівника.
5. Вироблення і прийняття управлінських рішень.
6. Внутрішнє маркетингове середовище закладу освіти.
7. Державне управління системою освіти.
8. Колективний договір в освіті, його суть та структура.
9. Етапи розробки маркетингової стратегії ЗВО.
10. Ефективність маркетингу в сфері освітніх послуг.
11. Ефективність менеджменту в сфері освітніх послуг.
12. Загальні принципи управління закладами освіти.
13. Значення керівника-менеджера в системі освіти.
14. Значення маркетингу в галузі освіти.
15. Зовнішнє маркетингове середовище закладу освіти.
16. Інформаційне забезпечення процесу управління.
17. Калькуляція вартості освітніх послуг.
18. Командний менеджмент як інноваційна форма управління.
19. Комітет Верховної Ради України з питань освіти, науки та інновацій: функції та структура.
20. Контроль в системі освіти.
21. Тайм-менеджмент в освіті.
22. Маркетинг і його призначення.
23. Маркетинг і його роль в регулюванні ринку освітніх послуг.
24. Маркетингова стратегія.
25. Методика визначення особистісних характеристик керівника та їх роль у застосуванні психологічних методів управління.
26. Міністерство освіти і науки України: функції та структура.
27. Моделі управління освітнім закладом.
28. Мотиваційне управління, його зміст.
29. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти: функції та структура.
30. Організаційні форми управлінської діяльності в школі.
31. Основні елементи маркетингу освіти.
32. Основні методи управління.
33. Особистісний підхід в менеджменті.
34. Особливості структури державного управління освітою в Україні.
35. Порядок розробки Освітньо-професійних програм.
36. Принципи освітньої політики України.
37. Професійна специфіка менеджменту в освіті.
38. Прямий і опосередкований шляхи управління.

39. Психологічні компоненти в загально управлінських функціях менеджера освіти.
40. Розробка стратегії маркетингу для закладів освіти.
41. Роль та функції адміністратора в системі освіти.
42. Система управління освітою в Україні.
43. Система управління: склад та функції.
44. Складові внутрішнього маркетингове середовище закладу освіти.
45. Складові зовнішнього маркетингове середовище закладу освіти.
46. Специфіка маркетингу в сфері освіти.
47. Стили керівництва.
48. Стратегічне планування в маркетингу освіти.
49. Структура системи освіти України.
50. Сутність, мета і завдання маркетингових досліджень ринку освітніх послуг.
51. Суть особистісно-діяльнісного підходу в менеджменті.
52. Типи лідерів та основні стилі менеджменту.
53. Типи закладів освіти.
54. Трудові відносини в системі освіти.
55. Управління освітою в громадах.
56. Управлінська система в організації освіти.
57. Формування маркетингового комплексу для закладів освіти.
58. Функції маркетингу освіти.
59. Функціональні обов'язки посадових осіб загальноосвітніх закладів освіти.
60. Характер і особливості відкритих і закритих освітніх систем.

СЛОВНИК ТЕРМІНІВ

Авторитет (від лат. *autoritas* – влада, вплив) – вплив, яким користується одна людина або колектив у різних сферах життя. В основі авторитету – визнання досвіду, знань, моральних якостей та юридичного статусу людини-керівника.

Акме – стан вищої інтелектуальної та функціональної зрілості.

Акцентуація характеру (англ. *accental types of charakter*) – поєднання рис характеру, при якому одна або декілька рис набувають сильного, надзвичайного розвитку за рахунок інших та домінують над ними.

Афект (від лат. *affektus* хвилювання, пристрасть) – сильний та відносно короткочасний емоційний стан (лють, відчай, екстаз), під час якого знижується міра самовладання: дії та вчинки здійснюються в такому стані не за логікою розуму, а за емоційною схемою.

Бюрократія (від франц. *bureacratie* – панування канцелярії) – ієрархічна система управління, для якої характерне чітке визначення меж компетенції на кожному рівні, прийняття рішень згідно з існуючими законами та правилами.

Валідність (від англ. *valid* – дійсний, що має силу) – важливий критерій якості тесту, визначає придатність тесту для вимірювання того, що він повинен вимірювати відповідно до задуму.

Вербальні – словесні, мовні форми спілкування.

Воля – властивість характеру людини, що виявляється в здатності свідомо керувати своєю психікою та вчинками в подоланні перешкод.

Вплив – така поведінка керівника школи, педагога, яка вносить зміни в поведінку, відносини, відчуття вчителів та учнів. Відомо чотири способи впливу: зараження, навіювання, переконання та успадкування.

Делегування повноважень – уміння директора школи розподіляти між заступниками та вчителями конкретні завдання та відповідальність за їх виконання.

Діяльність – дії та операції, направлені на потребу, мотиви та цілі. Виділяють три основних види людської діяльності: гра, навчання, труд.

Дисципліна – обов'язковий порядок поведінки, що відповідає нормам права та моралі або вимогам організації.

Екзистенціальні потреби (від лат. *ex(s)istentia* – існування) – потреби, які забезпечують існування людини як біологічної істоти (їжа, житло, безпека...).

Емоції – елементарні переживання, що виникають у людини під впливом загального стану організму та процесів задоволення інтелектуальних потреб.

Емпатія (від грецького *empathia* – співпереживання) – розуміння відносин, почуттів, психічних станів іншої особи в формі співпереживання. Емпатійна здатність росте разом з віком і досвідом за умов схожості поведінкових та емоційних реакцій учасників спілкування.

Ентропія – інформаційна невизначеність ситуації.

Ефективність управління – міра досягнення певної цілі та вирішення поставлених задач.

Завдання – предмет рішення, те, що треба зробити для досягнення цілей. Повсякденні завдання пов'язані з оперативною діяльністю (рутина). Проблемні завдання пов'язані переважно з розвитком школи та вимагають спеціально підготовлених дій для прийняття управлінського рішення.

Здоровий глузд – сукупність загальноприйнятих, часто не усвідомлених способів пояснення та оцінки стадій, явищ розвитку навколишнього світу.

Зона найближчого розвитку – здатність дитини за допомогою педагога виконувати те, що він самостійно зробити не в змозі.

Індивід – людина як представник роду, що має природні властивості людини; тілесне буття людини.

Індивідуальність – людина як унікальна та самобутня особистість, що реалізовує себе в творчій діяльності.

Інсайт (від англ. insight – збагнення, проникливість) – момент раптового розуміння, осяяння.

Інтелект – здатність особистості до мислення, особливо до його вищих теоретичних рівнів.

Інтуїція (від лат. intueor – пильно, уважно дивлюся) – здогадка, проникливість, яка засновується на попередньому досвіді людини.

Кататемія – занепад духовних сил.

Кваліметрія – науково обґрунтована оцінка та системна діагностика професійної діяльності та рефлексії особистості.

Колектив – високорозвинена невелика група людей, відносини в якій будуються на позитивних нормах моралі.

Комунікація – передача інформації від керівника школи до вчителя, від вчителя – до учнів та зворотно.

Конфлікт – загострена незгода між учасниками або групами спілкування.

Лідер (від англ. leader – ведучий, керівник) – член педагогічного колективу, який завдяки своїм особистим якостям впливає на весь колектив або його частину.

Макіавелізм – система поглядів Нікколо Макіавелі (1469-1527), італійського політолога.

Маргінальність – суміжний стан особистості.

Маркетинг – це діяльність педагогічного колективу по просуванню освітніх послуг на ринок.

Менеджер (від англ. manager – керувати) – фахівець у галузі управління персоналом.

Менеджмент (від англ. management – організація управління) – управління організацією, установою.

Менталітет – невідрефлексована, науково не систематизована, підсвідомо колективна (етнічна, професійна, референтна) думка.

Модальність – поняття, що визначає якість (силу, значущість) відчуттів.

Мораль – система поглядів, уявлень, норм та оцінок, регулюючих поведінку людей у суспільстві.

Мотив (від лат. moveo – рухати, штовхати) – це внутрішнє спонукання до діяльності з метою задоволення потреб.

Мотивація – це процес спонукання себе та інших до діяльності з метою досягнення особистих цілей та цілей організації.

Натовп – велике неорганізоване скупчення людей.

Невербальні – жести, міміка, виразні рухи в спілкуванні.

Невротизм – властивість людини, що характеризується його підвищеною імпульсивністю та тривожністю.

Новаторство (від лат. novator – обновлювач) – виявлення творчої ініціативи, результатом якої є вихід за межі існуючого погляду на розвиток педагогічних явищ.

Норма керованості – оптимальна кількість педагогічних працівників, що знаходяться в безпосередньому підкоренні керівника.

Ноу-хау – «знаю, як це зробити».

Обдаровані діти – діти, які рано виявляють здібності або схильності до певного виду діяльності.

Обмеження – фактори, які примушують школу та керівника діяти певним чином, а не так, як хотілося б. Обмеження бувають зовнішніми (що знаходяться поза школою та не підлягають її впливу) і внутрішніми (кількісний та якісний склад вчителів, рівень їх підготовки, підбір учнів...).

Організація – об'єднання людей, які працюють для досягнення певної, соціально важливої цілі. Ознаками організації є наявність цілей існування, організаційної структури та культури, постійна взаємодія із зовнішнім середовищем, використання ресурсів.

Організаційна культура – це специфічні для даної установи освіти цінності, відношення, норми поведінки. Організаційна культура визначає типовий для цього закладу підхід до вирішення проблем навчання, виховання та розвитку дітей, настроїв колективу педагогів, організацію управління.

Освітнє середовище – сукупність об'єктивних зовнішніх умов, факторів, соціальних об'єктів, необхідних для успішного функціонування школи.

Особистість – це сукупність індивідуальних, соціальних та психологічних якостей, що характеризують людину та дозволяють їй пізнавати та перетворювати навколишній світ відповідно до поставлених цілей.

Очікування – поняття, що виражає здатність педагога передбачувати характер та суть майбутніх подій.

Паніка – стан психіки, що характеризується виникненням одночасних у багатьох людей, що знаходяться в контактах один з одним, відчуттів страху, тривожності та неосмислених дій.

Перцепція – почуттєве сприйняття зовнішніх явищ та предметів.

Подвійний стандарт – специфічні риси відмінності, властиві в управлінні керівникам– жінками та керівникам-чоловікам.

Покарання – моральні, психолого-педагогічні та юридичні засоби корекції поведінки людини (зауваження, догана...).

Потреба – необхідність у чомусь.

Проблема – всі фактори, які перешкоджають оптимальному функціонуванню або розвитку школи. Виявлення істинної проблеми, її змісту є одним з найбільш важливих факторів ефективного управління школою.

Професіограма – докладний опис педагогічної професії через систему вимог, що пред'являються до людини (якості особистості, особливості розумових процесів, знань, умінь, навичок), якими він повинен володіти для того, щоб успішно справлятися з цією професією.

Професійний розвиток – придбання педагогічними працівниками нового рівня компетенції, знань, умінь та навичок, які вони використовують у своїй професійній діяльності; процес формування у педагогічних працівників нових професійних навичок та знань. Основні методи професійного та педагогічного розвитку: професійне навчання, освіта, розвиток кар'єри.

Ресурси – все те, що може бути використано для забезпечення функціонування та розвитку школи. Основним ресурсом школи є педагогічні кадри. Науково-методичні ресурси – вдосконалення методики навчально-виховної роботи, впровадження нових методів навчання. Організаційні ресурси – підвищення ефективності роботи школи та її підрозділів за рахунок формування раціональної структури, доцільного розподілу функціональних обов'язків, використання передових форм організації педагогічного та учбової праці.

Ризик – характеристика діяльності, яка полягає в невизначеності її завершення та можливих несприятливих наслідків у разі невдачі.

Рівень домагань – бажаний рівень самооцінки педагога, учня; прагнення педагога зайняти певне місце в загальноприйнятій шкалі оцінювання та контролю. Р.д. залежить від стандартів особистих та професійних успіхів, рівня самоповаги, досвіду, соціальної ролі, від ставлення до невдач та успіхів, від індивідуальних особливостей.

Самоактуалізація – прагнення до особистісного самоудосконалення.

Самоменеджмент – система самовизначених і самоконтрольованих заходів, направлених на підвищення ефективності професійної діяльності та самовдосконалення особистих якостей.

Самооцінка – оцінка людиною власних позитивних та негативних якостей.

Саногенне мислення – мислення творчої спрямованості.

Спілкування – взаємодія людей, змістом якої є обмін інформацією через різні засоби комунікації для встановлення взаємовідносин.

Спонування – відчуття недоліку в чому-небудь, що має певну спрямованість.

Совість – етична відповідальність за свою поведінку перед оточуючими.

Стиль керівництва (від грецького *stylos* – паличка, інструмент для написання повчання) – сукупність неформалізованих прийомів та методів впливу керівника на підлеглих людей та атегія – визначення перспективних цілей розвитку учбового закладу, методів їх досягнення, часу, а також системи оцінки показників реалізації цих цілей; загальний план та напрям дій школи на певний період.

Стрес – стан духовного (емоційного) та «поведінкового» розладу, що виявляється в нездатності людини розумно та доцільно діяти в ситуації, що склалася.

Структура особистості – органічно взаємопов'язані складові частини психологічних якостей людини.

Сублімація (від лат. *sublimo* – підіймаю) – процес перетворення екзистенціальних потреб у потреби високої організації та у творчість.

Творча діяльність – педагогічна діяльність, направлена на створення нових методів, технологій, що забезпечують високу ефективність педагогічного праці.

Темперамент – сукупність психічних властивостей людини, що характеризують міру його збудження та виявляються в поведінці.

Тривожність – емоційний стан, виникаючий у ситуації очікування загрози, коли людина відчуває своє безсилля перед зовнішніми умовами, перебільшує їх силу та свою нездатність оволодіти ситуацією.

Упевненість – якість особистості, яка характеризує її здатність знижувати внутрішнє напруження, демонструвати знання своїх цілей та можливостей.

Управління – цілеспрямований вплив на систему, її компоненти та процеси з метою підвищення ефективності функціонування.

Установка – готовність, схильність до певних дій або реакцій на конкретні стимули.

Фактор – момент, факт, що зумовлює рух педагогічного процесу та явища.

Фасилітація (від лат. *facies* – образ, особа) – значне підвищення продуктивності праці під впливом присутності інших.

Функції управління – напрям управлінської діяльності для досягнення певної цілі.

об'єднуються процесами комунікації (спілкування, обмін інформацією) та прийняттям рішень.

Характер – сукупність основних, найбільш стійких психічних та духовних якостей властивих людині, що виявляються в його поведінці.

Харизма – вплив, що пояснюється властивостями особистості керівника, його здатністю придбавати однодумців.

Цілі – стан, рівень або конкретні результати, які передбачається досягнути. Це ключова категорія управління. За рівнями цілі діляться: цілі школи, цілі окремих рівнів освіти, цілі окремих виконавців (особисті цілі).

Цінності – те, що людина особливо цінить у своєму житті, у чому вона бачить особливе позитивне життєве значення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна література для студентів

1. Бурдонос Л.І., Малишко В.В. Менеджмент і маркетинг в освіті: навчально-методичний посібник. Переяслав-Хмельницький. ФОП Домбровська Я.М., 2019. 90 с.
2. Кеда М.К. Проектний менеджмент у закладах освіти: Практикум. Чернігів: SCRIPTORIUM. 2023. 148 с.
3. Крижко В. Менеджмент в освіті: Підручник. Київ: Освіта України, 2020. 465 с. URL: <https://www.scribd.com/document/628003122/Menedzhment-v-osviti>
4. Найдьонов І. М. Основи освітянського менеджменту: навч. посіб. Київ: ДП «Вид. дім «Персонал», 2019. 270 с. URL: https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/osn_osvit_men2.pdf
5. Немець Л. М. Педагогічний менеджмент: навчально-методичний посібник. Харків. 2019. 86 с. URL: http://soc-econom-region.univer.kharkov.ua/wp-content/uploads/2017/07/ПедМенеджмент_2019.pdf
6. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навчальний посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf

Додаткова

7. Біланюк В.І., Котик Л.І. Освітній менеджмент в географії: виклики і можливості (на прикладі географічного факультету Львівського університету). *Наукові інновації та передові технології*. 2023. № 10(24). С. 531-543. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-10\(24\)-530-543](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-10(24)-530-543)
8. Гончарова О. В. Маркетинг на ринку освітніх послуг. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2018. Випуск 49. С. 169-178. URL: <http://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/download/51/47/>
9. Денежніков С., Серга В. Умови формування маркетингової діяльності закладу вищої освіти. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2020. № 8 (102). С. 160-171. DOI: <https://doi.org/10.24139/2312-5993/2020.08/171-180>
10. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с. URL: <https://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/11841>
11. Колосок А. М., Бичук І. О. Менеджмент соціальних послуг територіальної громади в умовах воєнного стану. *Humanitas*. 2022. № 3. С. 92-99. DOI: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2022.3.13>
12. Колосок А.М., Рейкін В.С. Менеджмент соціального захисту безробітних. *Ввічливість. Humanitas*, 2023. № 2, С. 210–217. DOI: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2023.2.31>

13. Колосок А. М. Споживча упаковка в контексті соціально-етичного маркетингу. *Ввічливість. Humanitas*. 2021. № 2. С. 70-76. DOI: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2021.2.11>
14. Мармаза О. І. Менеджмент освітньої організації: навчально-методичний посібник. Харків: ТОВ «Щедра садиба», 2017. 126 с. URL: <http://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/1763>
15. Рейкін В.С., Колосок А.М. Теоретичні аспекти соціального менеджменту як об'єкта дослідження. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2023. № 1 (33). С. 16-23. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2023-01-96-100>
16. Савастєєва О.М., Труба В.І. Фінансовий менеджмент в закладах вищої освіти: сучасний стан і площина вдосконалення. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. № 9. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-9-08-05>
17. Ящук Т.А. Особливості маркетингу освітніх послуг закладу вищої освіти. *Економіка, управління та адміністрування*. 2020. №4 (90). С. 100–104. DOI: [https://doi.org/10.26642/ema-2019-4\(90\)-100-104](https://doi.org/10.26642/ema-2019-4(90)-100-104)
18. Lialiuik A., Kolosok A., Skoruk O., Hromko L., Hrytsiuk N. Consumer packaging as a tool for social and ethical marketing. *Innovative Marketing*. 2019. № 15. P. 76–88. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/im.15\(1\).2019.07](http://dx.doi.org/10.21511/im.15(1).2019.07)
19. Sulistyorini S. Marketing Management of Educational Services in Early Childhood Education. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*. 2023. № 7(2). P. 1312-1319.
20. Yenny Dewi Karimah, Surachman Surachman, Sunaryo Sunaryo. Strategies for Educational Service Marketing and Brand Equity Management in Educational Firms. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*. 2023. № 2(9). P. 3129-3143.

Інтернет-ресурси

21. Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/ua>
22. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти. URL: <https://naqa.gov.ua/>
23. Комітет Верховної Ради України з питань освіти, науки та інновацій: функції та структура. URL: <https://kno.rada.gov.ua/>
24. Законодавство України. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/zak>
25. Департамент освіти Луцької міської ради. URL: <https://lutsk.osv.org.ua/>

Навчально-методичне видання

Упорядник **Колосок Андрій Мирославович**

Освітній менеджмент та маркетинг

Методичні рекомендації

Друкується в авторській редакції