

УДК 378.091.212-043.61:[338+339](477.82)

DOI <https://doi.org/10.32782/2410-2075-2023-17.21>

ПРОФЕСІЙНО-ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА СТУДЕНТІВ ЯК ЧИННИК ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

ПУШ ОЛЕНА АНАТОЛІЇВНА

кандидат педагогічних наук,

старший викладач кафедри педагогіки, психології та окремих методик, заступник директора
Комунальний заклад вищої освіти «Луцький педагогічний коледж» Волинської обласної ради

djulaj777@gmail.com

orcid.org/0000-0002-5838-521X

У статті схарактеризовано основні напрями організації професійно-практичної підготовки студентів, що є визначальними для позиціонування закладу вищої педагогічної освіти на ринку освітніх послуг.

Акцентується увага на особливостях налагодження співпраці з базовими закладами різних типів і форм власності; процедурі адміністрування практики, адаптації її змісту до вимог сучасного ринку освітніх послуг; використанні медійного простору для презентації результатів практичної підготовки майбутніх педагогів. Розглянуто інформаційно-консультаційні заходи, що дозволяють спрямувати практичну підготовку здобувачів вищої педагогічної освіти на їхню професійну самореалізацію, працевлаштування за фахом та кар'єрне зростання.

Розкрито взаємозумовленість процесів професійно-практичної підготовки студентів і позиціонування закладу вищої педагогічної освіти, зроблено акцент на формуванні і підтриманні позитивної репутації педагогічних закладів вищої освіти.

Ключові слова: позиціонування закладу вищої педагогічної освіти, іміджеві маркери, професійно-практична підготовка, напрями організації професійно-практичної підготовки, ринок освітніх послуг.

Постановка проблеми. Сьогодні провідними характеристиками українського ринку освітніх послуг є: входження закладів вищої освіти України у світовий освітній простір у рамках Болонського процесу, швидке поширення відкритої онлайн-освіти та зростання конкуренції освітніх установ щодо залучення студентів. Інтернаціоналізація освітніх послуг, з одного боку, допомагає конкурувати закладам вищої освіти у світових і національних рейтингах, з іншого – сприяє відтоку талановитої молоді, перспективних учених до країн з більш високим рівнем життя. Для українських закладів вищої освіти, щоб витримати змагання за потенційного абітурієнта, стає актуальним не тільки надання якісних освітніх послуг, а й формування і підтримання позитивної репутації в суспільстві, позиціонування з урахуванням очікувань і потреб студентів, споживачів освітніх послуг.

Саме тому на сучасному етапі актуальним для кожного закладу є питання впровадження маркетингової діяльності, управління влас-

ним брендом, формування та оцінювання своєї позиції на українському та регіональному ринках професійної освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Під позиціонуванням освітнього закладу пропонуємо розуміти зусилля, спрямовані на формування у свідомості цільових споживачів позиції освітнього закладу на основі тих іміджевих маркерів, які явно виділяють його серед конкурентів і становлять для здобувачів освіти високу цінність [2, с. 28–29].



Рис. 1. Іміджеві маркери, що визначають позиціонування закладу на ринку освітніх послуг

Проблема позиціонування закладу освіти розглядалась у публікаціях вчених у таких аспектах: психологічні чинники управління персоналом (М. Прищак, О. Лесько [10] та ін.), маркетингова складова управління соціально-педагогічними системами (Т. Оболенська [9], Л. Сергеева [12], Г. Тимошко [13] та ін.), комунікаційні засоби позиціонування закладів освіти (А. Барбінова [1], К. Дюжева [5], М. Зацерківна [6], Ю. Карпенко [7], З. Рябова [11], та ін.), позиціонування освітньої установи та особистісне зростання персоналу (О. Ковальова [8], О. Тімінський [14] та ін.). Однак, незважаючи на багатоаспектність та змістовність проведених наукових досліджень, актуальним залишається питання визначення пріоритетних напрямків організації професійно-практичної підготовки студентів як чинника позиціонування закладу вищої педагогічної освіти на ринку освітніх послуг.

Мета статті – визначення пріоритетних напрямів організації професійно-практичної підготовки студентів як чинника позиціонування закладу вищої педагогічної освіти на ринку освітніх послуг.

Виклад основного матеріалу. Першоосновою виокремлення провідних напрямів організації професійно-практичної підготовки студентів освітньої галузі є констатація особливостей сучасного ринку освітніх послуг в умовах правового режиму воєнного стану, зокрема це:

– постійне (і досить гостре) зростання попиту на фахівців освітньої галузі, що пов'язано з низькими заробітними платами, а також масштабною міграцією за кордон насамперед жінок, які переважали в цьому секторі;

– розширення мережі приватних закладів та їхня конкуренція з державними;

– багатовекторність професійної зайнятості педагогічних працівників, а саме здатність поєднувати роботу у закладах різних типів і форм власності, громадських організаціях, центрах розвитку, займатись репетиторством.

Урахування запитів сучасного ринку освітніх послуг сприяє професійній мобільності майбутніх фахівців, дозволяє розширити

мережу базових закладів для їх практичної підготовки, оптимізувати, логічно вибудувати процес професійного становлення здобувачів педагогічної освіти. Розкриємо окремі напрями організації професійно-практичної підготовки у Комунальному закладі вищої освіти «Луцький педагогічний коледж» Волинської обласної ради, що є визначальними для позиціонування його на ринку освітніх послуг.

1. Налагодження співпраці з громадськими осередками, органами державного управління та місцевого самоврядування, визначення базових закладів для практичної підготовки студентів. Першим кроком у цьому напрямі є укладання договорів про співпрацю з керівниками територіальних громад, відділами освіти (гуманітарними відділами), що є підставою для укладання договорів про практичну підготовку безпосередньо з базовими закладами та установами, що підпорядковуються ТГ.

Взаємодія з керівниками органів державного управління та місцевого самоврядування сприяє консолідації зусиль закладу вищої освіти та замовників педагогічних кадрів у набутті здобувачами затребуваних компетентностей, створенні стартових можливостей для їхньої професійної самореалізації, свідомого й відповідального вибору індивідуальної освітньої траєкторії. Окрім того, така співпраця дозволяє отримати актуальну інформацію про поточний стан розвитку педагогічної професії, затребувані спеціальності та вимоги роботодавців.

Проходження практики здобувачами педагогічної освіти у закладах і установах різних типів і форм власності визначених територіальних громад надає можливість залучити студентів до педагогічних інновацій, що там апробуються, емпіричних досліджень, вивчення досвіду педагогів-наставників. Систематична координація роботодавцями практичного складника фахової підготовки здобувачів є підставою для надання стейкхолдерами актуальних пропозицій і зауважень до освітньо-професійних програм. Неабиякого значення набуває перший досвід комунікації здобувачів освіти у трудовому колективі,

співпраці з керівниками та працівниками закладів, учасниками освітнього процесу, педагогами-наставниками.

Важливим аспектом співпраці з громадськими осередками, органами державного управління та місцевого самоврядування є сприяння працевлаштуванню випускників, задоволення потреб освітніх, спортивних, оздоровчих закладів у формуванні персоналу. У зв'язку з введенням правового режиму воєнного стану потреба закладів у педагогічних кадрах постійно зростає, окрім того, штати формуються не тільки у серпні-вересні, але й доукомплектовуються протягом року.

У межах співпраці з відділами освіти територіальних громад досить ефективною є організація профорієнтаційної роботи. Зокрема, це надсилання електронною поштою листів з інформацією про особливості вступної кампанії; поширення серед учнів старших класів бюлетенів про спеціальності та правила прийому; проведення студентами старших курсів (під час переддипломної практики) на базі закладів територіальних громад індивідуальної профорієнтаційної роботи з потенційними абітурієнтами.

2. Взаємодія з приватними установами і громадськими організаціями для розширення мережі баз педагогічної практики.

Приватні заклади щороку все більше і більше заповнюють ринок освітніх послуг: отримують ліцензії та інші документи на право реалізації освітньої діяльності, розширюють освітній простір, відкривають та оснащують нові приміщення, збільшують контингент здобувачів, урізноманітнюють види послуг. В умовах воєнного стану відбулась переорієнтація окремих приватних установ – їх функціонування зосереджено на організації дозвілля дітей з числа внутрішньо переміщених осіб, при них відкрито благодійні фонди, які займаються волонтерською діяльністю.

Проходження практики у таких закладах дозволяє здобувачам педагогічної освіти набути альтернативний досвід педагогічної взаємодії, ознайомитись зі специфікою їхньої діяльності та дістати уявлення про ведення власної справи.

Найбільш прийнятною для вивчення специфіки діяльності приватних закладів, на

нашу думку, є літня педагогічна практика: по-перше, вона відбувається на безоплатній основі, по-друге, функціонування закладів оздоровлення і відпочинку, на базі яких традиційно відбувалась літня практика, припинено у зв'язку з карантинними обмеженнями та воєнним станом, по-третє, організація дозвілля дітей влітку – це така діяльність, до якої можна залучати різні заклади за їх спрямуванням: спортивні клуби, англійські школи, центри розвитку, художні студії тощо.

3. Адаптація змісту практичної підготовки здобувачів педагогічної освіти до сучасного ринку освітніх послуг.

Динамічний розвиток освітньої сфери є визначальним фактором осучаснення змісту традиційних видів практики та внесення нових видів практики в освітні програми здобувачів педагогічних спеціальностей. Наприклад, пропедевтична практика (може слугувати альтернативою виховній практиці, оскільки згідно з Концепцією НУШ виховання в школах має здійснюватися під час навчання, а не під час окремих виховних годин) сприяє введенню у спеціальність, професійній адаптації студентів та підвищенню їхньої мотивації, ознайомленню з особливостями роботи за фахом. Актуальним є вивчення інклюзивного середовища у базовому закладі освіти, аналіз створених безпечних умов для учасників освітнього процесу (аналіз укриттів та маршрутів для евакуації), аналіз кадрового складу базового закладу з позицій кар'єрного зростання випускників.

4. Використання медійного простору для презентації результатів практичної підготовки здобувачів освіти – систематичне розміщення інформації на офіційному сайті закладу, популяризація досвіду в інтернет-виданнях.

Однією з головних вимог позиціонування закладу вищої освіти на ринку освітніх послуг є використання сучасних інтернет-технологій. Особливим інструментом комунікації в освітньому середовищі є веб-сайт. У рубриці «Практична підготовка» розміщуються документи локального характеру, які регламентують практичну підготовку; актуальна інформація про заклади, з якими налагоджено співпрацю. Сайт використовується для поширення необхідних

матеріалів на допомогу студентам-практикантам – щоденників, зразків звітної документації, бланків договорів тощо. Листи, відгуки від керівників базових закладів, подяки за студентів-практикантів – сканкопії таких документів постійно збираються та популяризуються за допомогою сайту. Інформація про проведені заходи систематично розміщується у стрічці новин на головній сторінці сайту, у соціальних мережах.

5. Адміністрування практичної підготовки здобувачів. Цей напрям реалізується шляхом налагодження контактів з керівниками практики від ЗВО та базових закладів для термінового збору даних, узгодження окремих кроків у проведенні організаційних заходів; використання віртуальних сховищ для зберігання та файлового обміну інформацією; переведення обліку практичної підготовки студентів в онлайн-режим.

Організація практичної підготовки студентів здійснюється відповідно до календарно-тематичних планів роботи педагогічних працівників базових закладів. В умовах воєнного стану зміст і навчально-методичний супровід усіх видів практик адаптується до можливостей використання технологій дистанційного навчання. Для своєчасного інформування про онлайн-зустрічі, зберігання та файлового обміну інформацією, налагодження контактів з базовими закладами застосовується віртуальне середовище. Між викладачами-методистами, працівниками базових закладів та студентами забезпечується обмін контактними даними (електронні адреси, номери телефонів тощо). На Google Диска розміщуються графіки, відомості про оцінювання результатів практичної підготовки студентів, розклади занять базових закладів, контактні дані про керівників практики. Студентам надається доступ до необхідних дидактичних матеріалів (текстових файлів, відео- та аудіо-записів, фотоматеріалів тощо) шляхом використання хмарних сховищ. Чітко побудована система адміністрування практичної підготовки здобувачів педагогічної освіти – запорука злагодженої взаємодії закладу вищої освіти із зовнішніми сейкхолдерами, що значно підвищує його авторитет на ринку освітніх послуг.

6. Спрямування практичної підготовки здобувачів вищої педагогічної освіти на їхню професійну самореалізацію, працевлаштування за фахом та кар'єрне зростання.

Якість фахової підготовки майбутніх спеціалістів освітньої галузі повною мірою залежить від того, наскільки різноплановим є практичний складник їхнього професійного навчання. І чим більше годин буде передбачено в освітньо-професійних програмах на виробничу практику, тим більше можливостей буде надано здобувачам для формування фахових компетентностей. Завдяки ґрунтовній практичній підготовці випускники педагогічних закладів стають затребуваними в установах та організаціях різних форм і типів власності, у них формується стійка мотивація до майбутньої професії. Це спонукає їх до працевлаштування за фахом після отримання диплому. Така підготовка фахівців сприяє збереженню трудових ресурсів нашої держави та зменшенню відтоку молоді за кордон.

Вагомим чинником позиціонування закладу вищої освіти на ринку освітніх послуг та одним із критеріїв проведення акредитаційної експертизи освітньо-професійних програм є моніторинг працевлаштування та кар'єрного зростання випускників. Метою проведення такого моніторингу є аналіз, систематизація даних про трудову зайнятість, конкурентоспроможність та мобільність випускників, на основі чого визначаються шляхи підвищення якості надання освітніх послуг відповідно до прогнозованих потреб ринку праці. Працевлаштування за фахом – це пріоритетний показник затребуваності випускників закладу вищої освіти на ринку праці і кон'юнктури його розвитку. Зважаючи на це, доцільним є створення на базі закладу Центру кар'єри та працевлаштування як інформаційно-консультаційного осередку. Функціонування такого Центру передбачає:

– проведення постійного аналізу попиту і пропозицій на ринку праці фахівців, підготовку яких здійснює Коледж;

– налагодження співпраці з центрами зайнятості, закладами освіти різних типів і форм власності, які можуть бути потенційними роботодавцями для випускників;

– забезпечення координації дій з центральними та місцевими органами виконавчої влади, службами зайнятості населення, підприємствами, установами та організаціями (роботодавцями) щодо оптимального узгодження реальних потреб ринку праці та ринку освітніх послуг;

– інформування випускників про актуальні вакансії на ринку освітніх послуг, що відповідають фаховій підготовці (спеціальності) випускників;

– ознайомлення здобувачів вищої освіти з нормативно-правовими актами з питань державного регулювання зайнятості та трудових відносин;

– проведення циклу інформаційних заходів для студентів (тренінгові заняття щодо подолання психологічного бар'єру під час співбесід із роботодавцями, консультації щодо створення резюме, зустрічі з представниками управлінських структур, випускниками закладу, які мають досягнення у кар'єрному зростанні тощо).

Висновки. Отже, на сучасному етапі професійно-практична підготовка студентів – це, з одного боку, чітко структурована система забезпечення практико-орієнтованого навчання, що включає реалізацію комплексу різнопланових заходів для підвищення якості надання освітніх послуг, з іншого – своєрідний індикатор престижності та довіри роботодавців до закладу вищої освіти, методичного рівня його науково-педагогічних / педагогічних працівників. Адже сьогодні на ринку праці випускник закладу оцінюється з таких позицій, як: ґрунтовна методична база, готовність до інновацій, досвід проходження різних видів практики.

Перспективою подальших наукових пошуків є визначення шляхів позиціонування закладу вищої педагогічної освіти, зокрема: вивчення процесуально-методичних засад організації дуальної форми навчання, використання дистанційних технологій, електронних форм ведення шкільної документації у навчанні студента-практиканта.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барбінова А. Позиціонування закладу вищої освіти як елемент комунікаційної стратегії на ринку освітніх послуг. *Методика навчання природничих дисциплін у середній та вищій школі* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (XXIX Каришинські читання) / за заг. ред. проф. М. В. Гриньової. Полтава : Аструя. 2022. С. 14–17.
2. Василенко В. Визначення іміджевих маркерів цільової аудиторії як один з етапів формування іміджу закладу вищої освіти. *Вісник Книжкової палати* : науково-практичний журнал. 2019. № 10. С. 25–29.
3. Василенко В. Соціокомунікаційні технології формування іміджу закладу вищої освіти в Україні : дис. ... канд. наук із соц. ком.; Київський національний університет культури і мистецтв. Київ, 2020. 215 с.
4. Гирка І. Понятійно-термінологічний апарат дослідження стратегій позиціонування закладів вищої освіти в міжнародному інформаційному просторі. *Проблеми інженерно-педагогічної освіти* : збірник наукових праць. 2020. URL: <http://repo.uipa.edu.ua/jspui/handle/123456789/6293> (дата звернення: 19.12.2023).
5. Дюжева К. Формування іміджу в системі соціальних комунікацій. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2018. Вип. 5. С. 192–201.
6. Зацерківна М. Особливості позиціонування закладів вищої освіти на ринку освітніх послуг. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2021. № 4(2). С. 134–145. URL: <https://doi.org/10.31866/2617-796X.4.2.2021.247472> (дата звернення: 19.12.2023).
7. Карпенко Ю. Імідж вищого навчального закладу: основні складові та проблеми формування. *Науковий вісник Полісся*. 2015. № 1 (1). С. 118–124.
8. Ковальова І. Педагогічна іміджологія: сутність, етимологія, шляхи креативного використання у сучасному вищому навчальному закладі. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2011. Вип. 6. С. 213–226. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mnf_2011_6_24 (дата звернення: 19.12.2023).
9. Оболенська Т. Управління інноваційним розвитком підприємства: методологічні основи взаємодії науки, освіти та виробництва. *Науковий вісник Полтавського університету економіки*

- i торгівлі. Серія «Економічні науки». 2011. № 6(1). С. 189-194. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpusk_2011_6\(1\)_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpusk_2011_6(1)_36). (дата звернення: 19.12.2023).*
10. Прищак М. Д., Лесько О. Й. Психологія управління в організації : навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. Вінниця, 2016. 150 с.
 11. Рябова З. Позиціонування закладу освіти на ринку освітніх послуг. *Rocznik polsko-ukraiński. XVIII Częstochowa* Кіjów Lwów, 2017. С. 341–351.
 12. Сергєєва Л. Основні аспекти розбудови доступності освітнього простору закладу професійної освіти. *Вісник післядипломної освіти. Серія «Педагогічні науки». 2021. № 18(47), С. 103–122.*
 13. Тимошко Г. Професійна компетентність у контексті формування позитивного іміджу викладача вищого навчального закладу. *П'ять Фльорівські читання* : матеріали науково-практичної конференції. Чернівці : ЧНПУ імені Т.Г. Шевченка, 2017. С. 77–82.
 14. Тімінський О. Технології адаптивного управління як механізм забезпечення ефективності організаційно-управлінських систем. *Управління розвитком складних систем* : зб. наук. праць / гол. ред. Лізунов П. П. Київ : КНУБА, 2016. № 27. С. 122–131. URL: <https://repository.knuba.edu.ua/handle/987654321/4977> (дата звернення: 19.12.2023).

PROFESSIONAL PRACTICE OF STUDENTS AS A FACTOR IN POSITIONING A HIGHER EDUCATION INSTITUTION IN THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET

PUSH OLENA ANATOLIIVNA

Candidate of Pedagogical Sciences, Assistant Professor at the Department of Pedagogy,
Psychology and Specific Methods, Deputy Director
Municipal Higher Educational Institution “Lutsk Pedagogical College” of the Volyn Regional Council

Introduction. *For Ukrainian higher education institutions, staying competitive for prospective students becomes relevant not only through the provision of quality educational services but also through the formation and maintenance of a positive reputation in society, positioning that takes into account the expectations and needs of students and consumers of educational services. Despite the numerous studies dedicated to researching various aspects of positioning higher education institutions in the educational services market, the issue of identifying directions for implementing marketing activities and managing one's own brand remains pertinent.*

Purpose: *determining the priority areas for organizing professional practice of students as a factor in positioning a higher education institution in the market of educational services.*

Methods: *analysis of works, informational reference publications on pedagogy, pedagogical psychology, educational management to examine theoretical aspects of researched problem; the method of texts purposeful observation in publications by contemporary Ukrainian educators for analyzing the modern Ukrainian market of educational services, determining image markers for positioning a higher education institution; the method of systematization and generalization's experience for identifying and characterizing the main directions of students organizing professional practice as a factor in positioning a higher education institution in the market of educational services.*

Results. *The features of establishing cooperation with foundational institutions of different types and ownership forms, procedures for administering practice, adapting its content to the requirements of the educational services modern market and the use of media space for presenting the results of the future educators practical training have been characterized. Informational and advisory measures have been considered, allowing to direct the practical training of higher education students towards their professional self-realization, employment in their field, and career growth.*

Originality. *The article, for the first time, establishes the interdependence of the students' professional practice processes and the positioning of a higher education institution. It emphasizes the formation and maintenance of a positive reputation for higher education institutions, identifies priority directions for organizing students' professional practice as a factor in positioning a higher education institution in the market of educational services.*

Conclusion. *Professional practice of students is, on the one hand, a clearly structured system providing practice-oriented learning, including the implementation of the measures' variety to enhance the educational services quality. On the other hand, it serves as a distinctive indicator of the prestige and trust of employers in the higher education institution.*

Key words: *positioning of a higher education institution, image markers, professional practice, directions for organizing professional practice, market of educational services.*

REFERENCES

1. Barbinova, A.V. (2022). Pozytsionuvannya zakladu vyshchoi osvity yak element komunikatsiinoi stratehii na rynku osvitnikh posluh [Positioning of a higher education institution as a communication strategy element in the market of educational services]. *Materialy Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii «Metodyka navchannia pryrodnychyykh dysyplin u serehnii ta vyshchii shkoli» (XXIX Karyshynski chytannia)*. (Prof. Hrynova, M.V., Eds.). Poltava: Astraia. P. 14–17 [in Ukrainian].
2. Vasylenko, V.Yu. (2019). Vyznachennia imidzhevyykh markeriv tsilovoi audytorii yak odyin z etapiv formuvannia imidzhu zakladu vyshchoi osvity [Image markers determination of the target audience as one of the stages of forming the higher education institution image]. *Visnyk Knyzhkovoii palaty: naukovopraktychnyi zhurnal*. 10. p. 25–29 [in Ukrainian].
3. Vasylenko, V.Yu. (2020). Sotsiokomunikatsiini tekhnolohii formuvannia imidzhu zakladu vyshchoi osvity v Ukraini [Sociocommunicative technologies of forming the image of a higher education institution in Ukraine]. *Candidate's thesis*. Kyivskyyi natsionalnyi universytet kultury i mystetstv. Kyiv, 215 p. [in Ukrainian].
4. Hyrka, I.V. (2020). Poniatiino-terminolohichnyi aparat doslidzhennia stratehii pozytsionuvannia zakladiv vyshchoi osvity v mizhnarodnomu informatsiinomu prostori [Conceptual and terminological apparatus of research on positioning strategies of higher education institutions in the international information space]. *Problemy inzhenerno-pedahohichnoi osvity (Zbirnyk naukovyykh prats)*. Retrieved from <http://repo.uipa.edu.ua/jspui/handle/123456789/6293> [in Ukrainian].
5. Diuzheva, K.V. (2018). Formuvannia imidzhu v systemi sotsialnykh komunikatsii [The formation of the image in the system of social communications]. *Sotsium. Dokument. Komunikatsiia*. 5. p. 192–201 [in Ukrainian].
6. Zatserkivna, M. Osoblyvosti pozytsionuvannia zakladiv vyshchoi osvity na rynku osvitnikh posluh [Features of positioning higher education institutions in the market of educational services]. *Tsyfrova platforma: informatsiini tekhnolohii v sotsiokulturnii sferi*, 4(2), 134–145. <https://doi.org/10.31866/2617-796X.4.2.2021.247472> [in Ukrainian].
7. Karpenko, Yu.M. (2015). Imidzh vyshchoho navchalnogo zakladu: osnovni skladovi ta problemy formuvannia [Image of a higher educational institution: main components and problems of formation]. *Naukovyi visnyk Polissia*. 1 (1). p. 118–124 [in Ukrainian].
8. Kovalova, I.O. (2011). Pedahohichna imidzholohiia: sutnist, etymolohiia, shliakhy kreatyvnoho vykorystannia u suchasnomu vyshchomu navchalnomu zakladi [Pedagogical imageology: essence, etymology, ways of creative use in a modern higher education institution]. *Mizhnarodnyi naukovyi forum: sotsiolohiia, psykholohiia, pedahohika, menedzhment*. 6, p. 213–226. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mnf_2011_6_24 [in Ukrainian].
9. Obolenska, T.Ye. (2011). Upravlinnia innovatsiinym rozvytkom pidpriemstva: metodolohichni osnovy vzaemodii nauky, osvity ta vyrobnytstva [Management of innovative development of an enterprise: methodological foundations of interaction between science, education, and production]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. Seriiia : Ekonomichni nauky*. 6(1), p. 189–194. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2011_6\(1\)_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2011_6(1)_36) [in Ukrainian].
10. Psykholohiia upravlinnia v orhanizatsii (2016). [Psychology of management in the organization]. M.D. Pryshchak, O.Y. Lesko. [2-he vyd., pererob. i dop.]. Vinnytsia, 150 p. [in Ukrainian].
11. Riabova, Z.V. (2017). Pozytsionuvannya zakladu osvity na rynku osvitnikh posluh [Positioning of an educational institution in the market of educational services]. *Rocznik polsko-ukraiński. XVIII – Częstochowa – Kijów – Lwów*, p. 341–351 [in Ukrainian].
12. Serheieva, L.M. (2021). Osnovni aspekty rozbudovy dostupnosti osvitnogo prostoru zakladu profesiinoi osvity [Main aspects of building accessibility of the educational space of a vocational education institution]. *Visnyk pisliadyplomnoi osvity. Seriiia «Pedahohichni nauky»*. 18 (47), p. 103–122 [in Ukrainian].
13. Tymoshko, H.M. (2017). Profesiina kompetentnist u konteksti formuvannia pozytyvnoho imidzhu vykladacha vyshchoho navchalnogo zakladu [Professional competence in the context of forming a positive image of a higher education institution]. *Materialy naukovopraktychnoi konferentsii «Piaty Florivski chytannia»*. - Chernihiv: ChNPU imeni T. H. Shevchenka, p. 77 – 82 [in Ukrainian].
14. Timynskyyi, O.H. (2016). Tekhnolohii adaptyvnoho upravlinnia yak mekhanizm zabezpechennia efektyvnosti orhanizatsiino-upravlinskykh system [Adaptive management technologies as a mechanism for ensuring the effectiveness of organizational and managerial systems]. Kyiv. nats. un-t bud-va i arkhitektury. (Lizunov, P.P. Eds.). Kyiv : KNUBA. *Upravlinnia rozvytkom skladnykh system : zb. nauk. Prats*, 27, p. 122–131. Retrieved from <https://repository.knuba.edu.ua/handle/987654321/4977> [in Ukrainian].