



АНАЛІТИЧНИЙ ЦЕНТР
СУЧАСНОЇ ГУМАНІТАРИСТИКИ

XXVII ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

УКРАЇНСЬКИЙ СОЦІУМ: СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИЙ АНАЛІЗ СУЧАСНОСТІ ТА ПРОГНОЗ МАЙБУТЬОГО

29 листопада 2024 р., м. Харків, Україна

С М А Й Б У Т Н Є

У СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ
ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ

Ч ЮРИСПРУДЕНЦІЯ
КУЛЬТУРОЛОГІЯ

А ПОЛІТОЛОГІЯ
ПСИХОЛОГІЯ

С ПЕДАГОГІКА
СОЦІОЛОГІЯ

Н ЕКОНОМІКА
ФІЛОСОФІЯ

І ФІЛОЛОГІЯ

С ІСТОРІЯ

Т МИСТЕЦТВОЗНАВСТВО
НАЦІОНАЛЬНА БЕЗПЕКА

Ь МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ



АНАЛІТИЧНИЙ ЦЕНТР СУЧАСНОЇ ГУМАНІТАРИСТИКИ
ХАРКІВСЬКА АСОЦІАЦІЯ ПОЛІТОЛОГІВ

**УКРАЇНСЬКИЙ СОЦІУМ:
СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИЙ
АНАЛІЗ СУЧАСНОСТІ
ТА ПРОГНОЗ МАЙБУТНЬОГО**

Матеріали
XXVII Всеукраїнської науково-практичної конференції

(м. Харків, 29 листопада 2024 р.)

Харків
«Право»
2024

УДК 130.2+14+159.9+177+316+32+33+34+351+37+791+82
У45

Редакційна колегія:

Герасіна Л. М., докторка соціологічних наук, професорка (голова);
Панфілов О. Ю., доктор філософських наук, професор;
Прудников В. А., кандидат юридичних наук, доцент;
Смолянук В. Ф., доктор політичних наук, професор;
Чернишова Т. О., кандидатка філологічних наук, доцентка

Український соціум: соціально-гуманітарний аналіз сучасності та прогноз майбутнього : матеріали XXVII Всеукр. наук. -практ конф. (м. Харків, 29 листоп. 2024 р.) / [редкол.: Герасіна Л. М. (голова), Панфілов О. Ю., Прудников В. А. та ін.] ; ГО «Аналіт. центр сучас. гуманітаристики» ; Харків. асоц. політологів. – Харків : Право, 2024. – 100 с.

ISBN 978-617-8518-56-1

Матеріали містять доповіді, у яких висвітлено актуальні проблеми утвердження української національної та громадянської ідентичності в умовах російсько-української війни, соціально-гуманітарного буття українського соціуму, соціальних комунікацій у цифрову епоху та міжнародних відносин.

УДК 130.2+14+159.9+177+316+32+33+34+351+37+791+82

Відповідальність за зміст тез несуть автори.

© ГО «Аналітичний центр сучасної гуманітаристики», 2024

© Харківська асоціація політологів, 2024

© ТОВ «Видавничий дім «Право», 2024

ISBN 978-617-8518-56-1

Ковтунова Л. Ю.

ДО ПРОБЛЕМ ІСТОРІЇ ФІЛОСОФІЇ ПРАВА..... 37

Назарова Ж. С.

ЮРИДИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ

ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ..... 43

Секція: Педагогічні науки

Колодій Ю. В.

РОЗВИТОК ОБРАЗНОГО МОВЛЕННЯ МОЛОДШИХ

ШКОЛЯРІВ НА УРОКАХ «Я ДОСЛІДЖУЮ СВІТ 45

Петльована Я. В.

МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ШКІЛЬНОЮ ОСВІТОЮ

В УМОВАХ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО МОНІТОРИНГУ 49

Шабаш Н. С.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН..... 52

Секція: Мистецтвознавство

Курбанов Г. О.

ОБРАЗ ЖІНКИ-ВОЇНА В АЗІЇ ТА ЄВРОПІ В МИНУЛОМУ

ТА МАЙБУТНЬОМУ 55

Секція: Психологічні науки

Заміщак М. І., Охріменко Т. І.

КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ

ПСИХОЛОГІВ 58

Чубенко Л. А.

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕМОЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

ДІТЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ОСВІТНИМИ ПОТРЕБАМИ

ЗА ДОПОМОГОЮ КАЗКОТЕРАПІЇ..... 60

Секція: Соціологічні науки

Вишневський Т. Ю.

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ:

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО

КОНТЕНТУ ЧЕРЕЗ TELEGRAM..... 64

Петльована Я. В.,
здобувачка другого (магістерського) рівня
вищої освіти спеціальності 073
Менеджмент,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка

МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ШКІЛЬНОЮ ОСВІТОЮ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО МОНІТОРИНГУ

У сучасних умовах глобальної конкуренції та швидких змін у сфері освіти управління школою потребує інтеграції маркетингових підходів для підвищення конкурентоспроможності та ефективного реагування на потреби учнів, батьків і суспільства в цілому. Важливою складовою такої інтеграції стає внутрішній моніторинг, який дає змогу відстежувати показники якості освіти, рівень задоволеності послугами, успішність учнів, рівень професійної компетентності педагогічного складу та інші чинники, які впливають на репутацію школи. Тому важливо з'ясувати роль маркетингу та внутрішнього моніторингу в управлінні шкільною освітою, а також проаналізувати вплив маркетингових стратегій на навчальні результати, конкурентоспроможність закладу загальної середньої освіти та довіру до нього.

Маркетинг в управлінні шкільною освітою в умовах розвитку внутрішнього моніторингу є актуальною проблемою в контексті реформування освіти, підвищення її ефективності та конкурентоспроможності. Маркетинг у шкільному управлінні дає можливість залучити сучасні інструменти планування, моніторингу та оцінки, що сприятиме підвищенню якості освітніх послуг.

Маркетинг у сфері освіти має на меті не лише рекламування та популяризацію закладу освіти, а й вибудову такої освітньої стратегії, яка відповідає потребам учнів та батьків і сприяє розвитку закладу.

В умовах постійного оновлення освітніх стандартів маркетингова стратегія дає змогу: формувати позитивний імідж школи; пропонувати конкурентоспроможні освітні програми, що враховують зміни на ринку освітніх послуг; відповідати очікуванням сучасних сімей, які звертають увагу на рівень якості освіти, зручність доступу та різноманітність навчальних можли-

востей; залучати талановитих педагогів та кращих учнів, оскільки репутація закладу часто є визначальним чинником.

Внутрішній моніторинг у школі – це постійний збір, аналіз і оцінка даних, що дає можливість відстежувати успішність навчального процесу, рівень досягнень учнів, ефективність викладання та рівень задоволеності послугами. У науковій літературі представлено такі аспекти внутрішнього моніторингу: моніторинг навчальних досягнень учнів: це дає змогу виявляти слабкі місця, розуміти, які навчальні підходи є ефективними, і своєчасно реагувати на труднощі у засвоєнні матеріалу; моніторинг професійного рівня вчителів: виявлення потреб у додатковому навчанні, підвищенні кваліфікації та професійних навичок педагогів; оцінка задоволеності учасників освітнього процесу: опитування учнів та батьків дають змогу керівництву отримувати зворотний зв'язок і вносити корективи для підвищення якості освітніх послуг.

Моніторинг також сприяє прийняттю обґрунтованих управлінських рішень, завдяки яким школа може ефективніше впроваджувати інновації, дотримуватися високих стандартів якості та адаптуватися до змінних умов.

Ефективне управління вимагає синергії між маркетингом та внутрішнім моніторингом, що дає можливість використовувати інформацію для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Поєднання маркетингових підходів із моніторингом сприяє: орієнтації на потреби аудиторії: внутрішній моніторинг дозволяє вивчати та аналізувати потреби та очікування учнів та батьків, що забезпечує основи для адаптивного управління; побудові позитивного іміджу школи: маркетингові кампанії можуть базуватися на результатах моніторингових досліджень, що підвищує рівень довіри до інформації про якість освіти у закладі; реалізації стратегій підвищення конкурентоспроможності: використання моніторингових даних для вдосконалення освітніх програм детермінує унікальні конкурентні переваги.

Конкурентоспроможність школи на ринку освітніх послуг залежить від її здатності запропонувати якісні та унікальні послуги, що відповідають очікуванням споживачів. Маркетинг допомагає в цьому завдяки: формуванню унікальної пропозиції: школи, які використовують маркетингові стратегії, можуть розробляти та пропонувати інноваційні програми, що приваблюють учнів та їхніх батьків; аналізу ринку та конкурентів: моніторинг дозволяє вивчати діяльність інших шкіл, виявляти їх сильні та слабкі сторони

та визначати напрямки для власного розвитку; підтримці лояльності клієнтів: регулярне збирання зворотного зв'язку від учнів та батьків допомагає підвищити рівень задоволеності та розвивати довіру до школи.

Внутрішній моніторинг є ключовим інструментом для оцінки ефективності маркетингових кампаній та стратегій. До основних переваг його використання належать: підвищення якості навчання: моніторинг дає змогу оперативно вносити зміни в освітні програми, тим самим покращуючи академічні результати учнів; адаптивність до потреб ринку: постійне спостереження за запитами споживачів освіти дає змогу швидко адаптувати програми під нові вимоги, підвищуючи актуальність освітніх послуг; розширення зв'язків із громадськістю: на основі моніторингових даних створюються інформаційні кампанії, спрямовані на покращення комунікації між школою та місцевою громадою.

Маркетингові стратегії можуть стати основою для розробки довгострокових планів розвитку школи, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності освітньої установи, поліпшення матеріально-технічної бази та розвиток людських ресурсів. Успішне планування охоплює врахування тенденцій розвитку освітнього ринку та інноваційних підходів до навчання.

Варто зазначити, що упровадження маркетингових підходів у систему управління шкільною освітою стикається з проблемами підготовки висококваліфікованих кадрів та недостатнього фінансування, але має значний потенціал для покращення результатів навчального процесу та підвищення задоволеності учасників освітнього процесу.

Маркетинг у сфері шкільної освіти в умовах розвитку внутрішнього моніторингу є дієвим підходом, що дає можливість забезпечити відповідність освітніх послуг сучасним вимогам та підвищити задоволеність учнів, батьків і громадськості. Систематичний моніторинг якості освітнього процесу у поєднанні з маркетинговими стратегіями сприяє зростанню репутації закладу, поліпшенню якості навчання та формуванню позитивного іміджу школи. Інтегративний підхід на основі даних моніторингу дає змогу оперативно реагувати на зміни, задовольняти потреби та очікування сучасного суспільства, формуючи конкурентоспроможний освітній заклад.

Науковий керівник: доктор педагогічних наук, професор *Мешко Г. М.*

Наукове видання

**УКРАЇНСЬКИЙ СОЦІУМ:
СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИЙ
АНАЛІЗ СУЧАСНОСТІ
ТА ПРОГНОЗ МАЙБУТНЬОГО**

Матеріали

XXVII Всеукраїнської науково-практичної конференції

(м. Харків, 29 листопада 2024 р.)

Видається в авторській редакції

Підписано до друку 03.12.2024. Формат 60×84/16.
Ум. друк. арк. 5,8. Обл.-вид. арк. 5. Тираж 100 пр. Зам. № 207

ТОВ «Видавничий дім «Право»,
вул. Харківських Дивізій, 11/2, м. Харків, Україна
Для кореспонденції: а/с 822, м. Харків, 61023, Україна
Тел.: (050) 409-08-69, (067) 574-81-20, (063) 254-50-84
Вебсайт: <https://pravo-izdat.com.ua>

E-mail для замовників послуг: verstka@pravo-izdat.com.ua

E-mail для покупців: sales@pravo-izdat.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 8024 від 05.12.2023

Виготовлено ТОВ «Промарт»,
вул. Весніна, 12, Харків, 61023, Україна
Тел. (057) 717-25-44

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 5748 від 06.11.2017