УДК 378.6:37:001.895(477)
DOI: HTTPS://DOI.ORG/10.33989/2075-146X.2022.30.270634

ОЛЕГ ТОПУЗОВ
ORCID 0000-0001-7690-1663
Інститут педагогіки Національної академії педагогічних наук України, м. Київ

ЛЮБОВ ХОМЕНКО
ORCID 0000-0001-6806-2783
Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г.Короленка

МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ У ВИЩОМУ ПЕДАГОГІЧНОМУ ЗАКЛАДІ ОСВІТИ

Стаття присвячена проблемі розвитку маркетингу інновацій у вищому педагогічному закладі освіти. Представлено огляд наукових праць досліджуваної тематики. У статті подано приклади освітніх технопарків, хабів Полтавського національного університету імені В.Г.Короленка як маркетингу інновацій, що забезпечують підвищення якості педагогічної освіти. Визначено поняття маркетингу інновацій у вищому педагогічному закладі освіти. Охарактеризовано основні способи впровадження технологій маркетингу інноваційних в середовище вищого навчального закладу, з урахуванням викликів сучасного інформаційного суспільства.

Ключові слова: *інновації; маркетингові інновації; педагогічний заклад освіти; стратегія*

Актуальність проблеми. Система вищої освіти України перебуває в процесі динамічної реформації, що базується на формуванні механізму постійного комплексного інформаційного розвитку та адаптації до високого рівня підготовки спеціалістів педагогічного профілю відповідно міжнародним стандартам. Значною мірою інтеграція інформаційних процесів стосується освітян, оскільки вони є невід'ємною частиною майбутнього людського педагогічного потенціалу та забезпечують застосування інноваційних продуктів, які базуються на цифрових технологіях в освітній сфері. Необхідною складовою компонентою успішної діяльності та всебічного зростання закладів вищої педагогічної освіти в мінливих соціальних умовах стає здатність враховувати потреби оновленого інформаційного простору у професійній діяльності. Перед педагогічними навчальними закладами постає проблема впровадження освітнього маркетингу та організації маркетингових досліджень у сфері педагогічної освіти.

Аналіз попередніх досліджень і публікації. Проблемам інновацій присвячені праці зарубіжних науковців Ю. П. Морозова, Б. Твісс, М. В. Волинкіної, І. А. Коршунова, А. А. Тріхілової, Й. А. Шумпетера, а також українських дослідників – С. М. Ілляшенка, Н. С. Палій, Н. І. Чухрай та ін. Б. Твісс визначає інновацію як процес, в ході якого винахід чи ідея набуває економічного змісту (Палій, 2008; Чухрай, 2011). Ю.П. Морозов під інноваціями розуміє доцільне застосування новацій у вигляді новітніх технологій, видів продукції і послуг, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень фінансового, комерційного чи іншого характеру. Дослідники Тріфілова А. А., Коршунов І. А. інтерпретують інновацію як процес доручення нової продукції, послуги чи сучасних методів в організацію і здійснення господарської діяльності.

Потенціалом для впровадження інновацій володіє і система освіти, оскільки вона здатна сформувати нові знання і технології, які виокремлюватимуть нововведення та інновації.

Плеяда науковців О. Кратт, А. Драпінська, О. Сагінова та В. Белянський досліджували освітні інноваційні технології. Проте недостатньо ґрунтовно дослідженими лишаються проблема необхідності маркетингових інструментів в управлінні інноваційними змінами на ринку освітніх послуг.

Перші теоретичні обґрунтування необхідності залучення маркетингової концепції в діяльності педагогічних закладів вищої освіти містять публікації науковців Т. Оболенської, С. Ілляшенка, Ю. Петруні, А.Панкрухіна, О. Сагінової, С. Мамонтова та ін. Всебічне дослідження застосування маркетингової діяльності в освіті частково представлено в дослідженнях українських науковців О. Козлової, О. Кратта, П. Бєлєнького, С. Білої. У своїх працях А. Дмитрів, І. Кушнір, З. Рябова охарактеризували сутність та зміст педагогічного маркетингу (Кушнір, 2011).

Метою дослідження є висвітлення й уточнення шляхів практичного застосування маркетингу інновацій у педагогічному закладі освіти.

Викладення основного матеріалу дослідження. На сьогоднішньому етапі сформованості української освіти в період воєнного стану одним з найефективніших напрямків підвищення якості педагогічних послуг є зростання цифрової інноваційної діяльності, спрямованої на розробку нових методів і залучення результатів наукових досліджень, яка дає можливість гарантувати прибутковість через відповідність новим потребам ринку освіти.

Першочергові згадки в науковій літературі про інновації в українській освітній системі датуються кінцем 80-х років XX століття.

У своїх роботах Й. Шумпетер означив цю дефініцію так: «Інновація – це вироблений підприємством новий товар або послуга, або використання методів або засобів, які є для нього новими і виробляють технічні зміни. Підприємство, яке першим робить технічну зміну, є інноваційним, а його діяльність – інноваційною. Підприємство, яке здійснює ту саму дію, але пізніше, є імітатором, а його діяльність – імітаційної» (Шумпетер, 2007).

Система освітніх послуг України в умовах війни переорієнтується на науково-інноваційну діяльність та підвищує свою увагу до застосування маркетингових інновацій в освітньому процесі.

На базі осучаснених закладів вищої освіти по всій території України формуються науково-інноваційні парки, тулбокси, хаби, які здійснюють інтеграцію освіти, науки й індустрії. Така диференціація посилює роль маркетингу в інноваційній педагогічній діяльності. На сьогоднішній день маркетинг інновацій займає чільне місце в системі освітніх послуг.

У науковій літературі існує кілька підходів до означення дефініції маркетингу інновацій. Дослідники часто уподібнюють поняття «маркетинг інновацій» та «інноваційний маркетинг». Ці поняття пов’язані з маркетинговими дослідженнями, що проводяться під час розробки нових продуктів, впровадженням традиційних методів та інструментів маркетингу для конструювання та розповсюдження інновацій освітніх матеріалів.

Маркетинг інновацій – маркетингова діяльність з базового виокремлення і реалізації послуг чи технологій, яким притаманні конкретні новітні властивості (стійкі конкурентоспроможні переваги). Шляхи залучення конкурентоздатних освітніх послуг зумовлюються їх унікальністю (лідерство за новизною),

мінімальним рівнем витрат (фактором ціни), позитивною думкою споживачів (лідерство бренду).

За означенням Тєлєтової, маркетинг в освіті – це діяльність, скерована на аналіз запитів і пропозицій споживачів та їх подальше, на основі реалізації освітніх ресурсів, із метою поглиблення особистості користувача та піднесення освіти як соціальної цінності (Тєлєтова, 2012).

Маркетинг інновацій в освіті — це діяльність, спрямована на пошук динаміки та впровадження нових інформаційних технологій, що мають на меті розвиток та вдосконалення освіти, розробку абсолютно нових цифрових видів освітніх послуг та впровадження у педагогічні заклади освіти інновацій для вже існуючих послуг.

Практично-орієнтований маркетинг інновацій у середовищі вищого навчального закладу педагогічного спрямування — це безпосереднє виокремлення цифрової інноваційної освітньої продукції та надання освітніх послуг, що всебічно задовольняє освітній попит. Науково-педагогічні працівники закладів мають розробити комплекс цифрових освітніх продуктів, які випереджають існуючі потреби; здійснювати моніторинг нових освітніх цифрових технологій (Гриньова, 2021)

Отже, маркетинг інновацій у вищому педагогічному закладі освіти визначаємо як діяльність, націлену на вдосконалення традиційних підходів до організації навчального процесу з удосконалення освітньої продукції, осучаснення освітніх послуг, створення унікальних умов реалізації нових продуктів педагогічної діяльності, які будуть спрямовані на якісне засвоєння репродуктивного знання.

Успішне функціонування парків і хабів як маркетингу інновацій у педагогічних закладах доповнює комплексну освітню педагогічну підготовку майбутніх фахівців динамічною системою розробки та впровадження інноваційних цифрових освітніх послуг.

На базі Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка як один із прикладів маркетингу інновацій - функціонує Освітній технопарк. Його мета – трансформація національної освіти, відповідно до нових вимог інформаційного суспільства, цифровізація та інформатизація Нової української школи та забезпечення якісної та доступної педагогічної освіти. Він поєднує роботу семи факультетів університету, закладів освіти різних рівнів, громадських та інституцій.

Відповідно до означення Сорочан, освітній технопарк — це структура, яка надає власні ресурси та консультаційні послуги з метою підтримки інновацій в освіті, їх експертизи, наукового й економічного обґрунтування, технологічної розробки та супроводу практичного впровадження. Він утворюється та функціонує в закладах освіти, в середовищі яких накопичено досвід проведення наукових досліджень і методичної роботи, існує ґрунтовний впровадження наукових ідей та інновацій у практику освіти, підвищення кваліфікації і розвитку професіоналізму висококваліфікованих педагогічних і управлінських кадрів (Сорочан, 2016; Сорочан, 2018; Сорочан, 2022).

Освітній технопарку у Полтавському національному педагогічному університеті імені В.Г.Короленка – це ґрунтовна база для формування сучасних професійних педагогічних та інформаційних компетентностей, що застосовується для підтримки, розширення і адаптації до впровадження інноваційних ідей, що мають суспільну користь. У рамках діяльності освітнього парку, факультети та наукові школи університету висвітлюють кращі педагогічні практики та наукові

лабораторії педагогічного напрямку. Учасники педагогічного закладу освіти можуть ознайомитися з інфраструктурою, потенціалом закладів в галузі наукових досліджень, новітніми напрацюваннями вчених закладів, пріоритетними напрямами наукових розвідок, а також безпосередньо використати в дії наукове обладнання.

Відповідно до результатів анкетування студенти першого курсу завдяки діяльності в Полтавському національному педагогічному університеті імені В.Г.Короленка освітнього технопарку отримали такі консультаційні послуги: 42% по ознайомленню з інфраструктурою, 61% із науковим потенціалом закладу, а також безпосередньо випробували в дії наукове обладнання - 62%.

Його діяльність сприяє розвитку інтересів та потреб всіх учасників освітнього процесу: здобувачів освіти – у забезпеченні конкурентоспроможності та успішності в житті; батьків – у впевненості за майбутнє своїх дітей; освітян і науковців – новими стимулами та високими результатами своєї праці; роботодавців і бізнес-структури – в отриманні висококваліфікованих фахівців.

За результатами опрацьованих джерел щодо діяльності освітнього технопарку Полтавського національного педагогічного університету в соціальних мережах близько 1000 батьків майбутніх абітурієнтів здійснили моніторинг системи педагогічних практик і кращих наукових лабораторії педагогічного спрямування. Кількість переглядів інформації про діяльність університету на сайтах факультетів в день презентації технопарку представлено на діаграмі. (Рис.1)

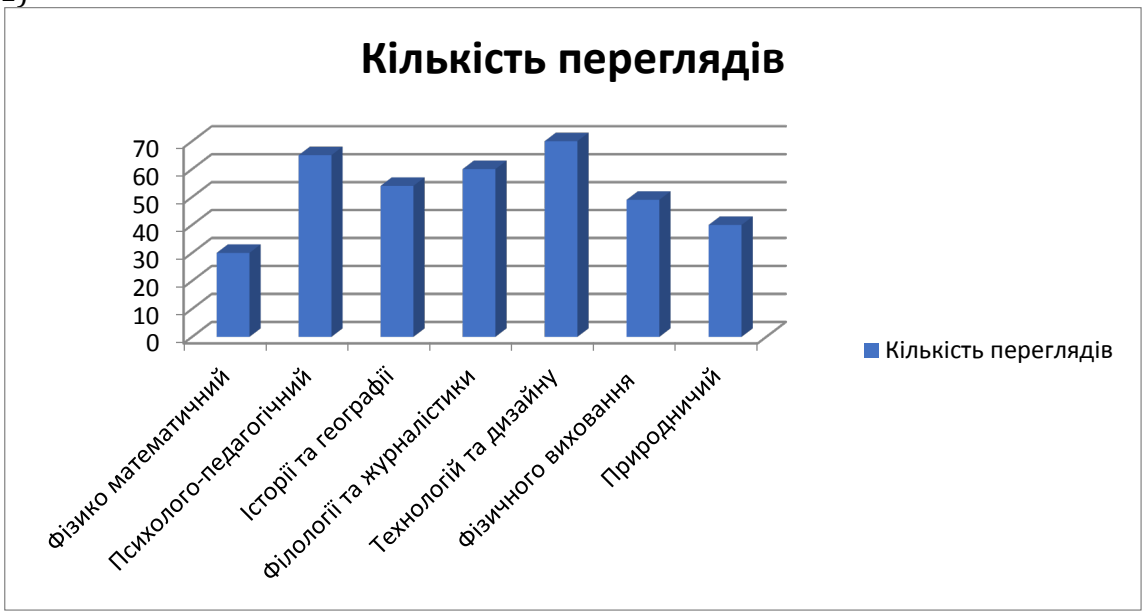

Рис.1 Активність переглядів інформації про діяльність ПНПУ імені В.Г. Короленка на сайтах факультетів

Інноваційна діяльність освітнього технопарку Полтавському національному педагогічному університеті імені В.Г.Короленка потребує постійної партнерської співпраці, яку забезпечують стейкголдери.

Стейкголдери кафедри педагогічної майстерності та менеджменту імені І. А. Зязюна це успішні менеджери Лариса Ворона, Ольга Гурська, Анна Люлька. Сьогодні вони очолюють різні організації освітньої та громадської сфери Полтавщини, а свого часу також закінчили магістратуру, аспірантуру університету з менеджменту. Як керівники-практики стейкголдери в роботі освітнього простору

впроваджують інноваційні стратегічні бачення багатьох сучасних процесів у галузі управління, їхні пропозиції враховуються при формулюванні цілей та програмних результатів навчання освітніх програм «Менеджмент (Управління навчальним закладом)», «Менеджмент (Управління проєктами)» та «Менеджмент (Управління інноваційною діяльністю)», що безпосередньо є етапами повного маркетингового інноваційного циклу створення інноваційної продукції й надання освітніх послуг.

Зовнішні стейкголдери освітньо-професійної програми другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 011 Освітні, педагогічні науки «Теорія і практика STEM-освіти» - це докторка педагогічних наук Анна Боярська-Хоменко, докторка педагогічних наук Наталія Кононец, директорка комунального закладу «Міжшкільний ресурсний центр Полтавської міської ради» Олена Цимбалюк, директор Полтавського спортивного ліцею Полтавської обласної ради Олег Сич. В межах роботи освітнього технопарку разом із пані Наталія та Оленою розроблено та окреслено шляхи співпраці випускової кафедри загальної педагогіки та андрагогіки й Міжшкільного ресурсного центру, проводиться підготовка за спеціальностями у фокусі уваги яких природничо-математична та інформаційно-технологічна освіта.

Функції освітніх технопарків у вищому педагогічному навчальному закладі полягають у постійному пошуку й підтримці інноваційних ідей, які можуть суттєво вплинути на підвищення якості освіти, визначенні можливостей реалізації нових ідей, здійсненні заходів інноваційного менеджменту щодо них, надання послуг науково-методичного супроводу, забезпечення інфраструктури і цифрових ресурсів для їх впровадження (Сорочан, 2016; Сорочан, 2018; Сорочан, 2022). Авторами інноваційних ідей є педагогічні, науково-педагогічні працівники і керівники Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г.Короленка, науковці, громадські діячі, педагогічні колективи закладу освіти, творчі групи, громадські організації. Автори інноваційної ідеї, крім її обґрунтування, представляють власне бачення шляхів реалізації, а також ресурсів, необхідних для цього.

Освітній хаб – це креативний простір для можливість отримати актуальні знання та найзатребуваніші навички на ринку праці, унікальний простір для самовдосконалення та самореалізації .

Physical Education.info.hab – регіональний просвітницький центр в галузі фізичного виховання, спорту та здоров’я людини, створений на базі Полтавського національного педагогічного університеу імені В. Г. Короленка.

За співпраці з Управлінням молоді та спорту Полтавської обласної військової адміністрації, Департаментом освіти Полтавської міської ради, управлінням Державної служби якості освіти у Полтавській області, а також з провідними закладами вищої освіти України інформаційний освітній хаб розвиває ідею становлення єдиного і відкритого освітньо-наукового та культурного простору для задоволення суспільних інтересів.

Діяльність сучасного всеукраїнського просвітницького центру спрямована на практичне здійснення наукового та навчально-методичного збагачення зацікавлених осіб, шляхом інформування про запровадження новаторських наукових теоретичних концепцій і практичних проєктів, програм і технологій; проведення освітніх заходів: конференцій, лекцій, семінарів, вебінарів, круглих столів, консультацій, практичних тренінгів тощо; спортивних заходів: змагань, турнірів, практичних майстер-класів, а також соціально-культурних та нетворкінгів за участю вітчизняних і міжнародних експертів, провідних науковців,

викладачів, представників громадськості, органів державної влади та місцевого самоврядування.

Physical Education.info.hab Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г.Короленка – освітній мультифункціональний портал, заснований з метою здійснення просвітницької діяльності та створення сприятливих умов для професійного становлення і вдосконалення здобувачів вищої освіти, учителів фізичної культури, тренерів, науковців, надає широкі можливості для формальної, неформальної та інформальної освіти в галузі фізичного виховання, спорту та здоров'я людини. Хаб з комфортними умовами та необхідними технічними ресурсами для реалізації проєктів прогресивних, креативних експериментаторів та імплементаторів освітніх змін забезпечить всебічну підтримку освітян, фахівців фізкультурно-оздоровчої, спортивно-масової та реабілітаційної спрямованості, сприятиме підвищенню ролі фізичної культури та спорту, здорового способу життя серед різних верств населення, залученню молодіжних та дитячих громадських організацій до проведення заходів з підвищення оздоровчої рухової активності населення, підтримки дітей з особливими освітніми потребами.

На базі навчально-наукової лабораторії Інноваційних освітніх рішень кафедри початкової освіти, природничих і математичних дисциплін та методик їх викладання ПНПУ імені В. Г. Короленка функціонує освітній хаб «Технології створення креативного освітнього середовища в початковій школі». Мета якого полягає в побудові відкритого майданчика для ефективного поєднання освіти, науки й інноваційної діяльності, реалізації кращих університетських традиції, започатковані у 1970-х – 1980-х рр. на кафедрі педагогіки та методики початкового навчання, створення психоемоційного середовища сучасної початкової школи засобами естетотерапії, музейна педагогіка і легоконструювання в початковій школі, ергодизайн освітнього простору. В освітньому хабі працюють випускники кафедри конкурентоспроможні, затребувані та повністю працевлаштовані фахівці в галузі початкової освіти методики навчання галузей початкової освіти в умовах Нової української школи, стейкголдерка освітньої програми «Початкова освіта» учителька вищої категорії ліцею №6 «Лідер» Тетяна Бугаєць, науково-педагогічний склад кафедри, студенти. В рамках роботи освітнього хабу представляють технології створення креативного освітнього середовища в початковій школі у форматі «викладач – студент – учень»: пісочна терапія (доцентка Тетяна Мірошніченко), легоконструювання (доцентки Наталія Гібалова і Людмила Процай), музейна педагогіка (доцентка Юлія Павленко). Майбутні вчителі початкових класів разом з четвертокласниками полтавського ліцею №6 «Лідер» апробують сучасні педагогічні технології в креативному середовищі лабораторії Інноваційних освітніх рішень.

Магістранти спеціальності Початкова освіта (староста групи ПО-515 Альона Хоролець), Сергій Совин (переможець Всеукраїнської олімпіади зі спеціальності Початкова освіта 2019 року, вчитель 1 класу Варварівського НВК), Руслана Дмитренко (асистент учителя Полтавської ЗЗСО № 22), завідувачка та викладачі кафедри початкової освіти, природничих і математичних дисциплін та методик їх викладання організували й провели онлайн-хаб на тему «Організація освітнього простору початкової школи в умовах карантину» для одногрупників та викладачів університету в межах вивчення навчальної дисципліни «Методика організації дистанційних освітніх курсів». Діяльність онлайн-хабу як маркетингу інновацій у вищому педагогічному закладі освіти передбачає формування у майбутніх

учителів початкової школи (тьюторів електронного навчання) навичок організації вебінарів та онлайн-уроків; обговорення проблем дистанційного навчання молодших школярів; порівняльний аналіз е-платформ для дистанційної освіти за визначеними критеріями; презентація досвіду упровадження технологій дистанційного навчання студентами, які працюють у початковій школі за індивідуальним графіком. Застосування інноваційного маркетингу онлайн-хаб на тему «Організація освітнього простору початкової школи в умовах карантину» на ринку освітніх послуг майбутніх учителів початкової школи дасть можливість успішно функціонувати та конкурувати на ринку.

Полтавський педагогічний вже встиг себе зарекомендувати як значущий волонтерський центр міста та флагман національно-патріотичного виховання у період воєнного стану. На базі університету як приклад маркетингу інновацій у вищому педагогічному закладі освіти функціонує ветеранський простір Плюс Плюс ++. Координаторка Плюс Плюс ++ це Юліана Линник та програмна менеджерка Veteran Hub Юлія Романовська. Для функціонування простору Плюс Плюс ++ залучені фахівці військової кафедри і кафедри спеціальної освіти і соціальної роботи та всі учасники освітнього процесу. Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка продовжує виконувати функції волонтерського хабу, що надає допомогу людям, які постраждали внаслідок воєнних дій і в цій справі неабияку підтримку надають відомі спортсмени (український баскетболіст Станіслав Медведенко).

В сучасних умовах у вищому педагогічному закладі освіти важливо не просто здійснювати маркетингову інноваційну діяльність, а постійно шукати нові, креативні, нетрадиційні ідеї, які дозволять запропонувати споживачам унікальні, ексклюзивні для певного сегменту ринку продукти та освітні послуги. Одним із кроків у вирішенні питання впровадження маркетингу інновацій в середовищі вищого педагогічного навчального закладу має стати розробка методичного інструментарію щодо вибору та реалізації сучасних цифрових інформаційних технологій і тактичних рішень для їх взаємодії на ринку освітніх послуг. Ключовими елементами є залучати студентів, зовнішніх та внутрішніх стейкголдерів, гарантів освітніх програм які долучаються до наукових пошуків, висловлюють ініціативні пропозиції щодо способів та шляхів вирішення складних проблем, пов’язаних з інноватикою.

Висновки.

Одним з основним інструментами динаміки педагогічної освіти в Україні в ХХІ столітті є маркетинг інновацій, маркетингова стратегія та маркетингові цілі. Маркетингова діяльність в вищих педагогічних закладах освіти зорієнтована на дослідження інформаційного простору, розробка та моніторнинг ринку освітніх послуг, стимуляція їх затребуваності. Освітній вимір в Україні на сьогодні слід підлаштовувати до потреб здобувачів освіти. Якісні зміни в підготовці та професійному супроводі майбутнього вчителя вимагають динамічної адаптації до цифровізації освіти.

Перспективи подальших досліджень. Подане дослідження не вичерпує всіх аспектів розглянутої проблеми. Ґрунтовними, базовими компонентами Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г.Короленка з підвищення якості освіти є осучаснення та інформатизація підготовки та супроводу компетентного вчителя для вчителя, долучення в освітній простір функціонування оффлайн- та онлайн- спеціалізованих цифрових ресурсів,

створення вільного простору для творчості та розвиток всебічного світогляду в інформаційному середовищі.

Список використананих джерел

Гриньова, М. В. (2021). Модель підготовки майбутнього вчителя для педагогічної діяльності в Новій українській школі. В кн. М. В. Гриньова (Ред.), *Моделі підготовки майбутнього вчителя до Нової української школи*: колективна монографія (с. 6-15). Полтава: Астрая.

Кратт, О. А. (2011). Реформа менеджменту вищої школи: передумови, специфіка, парадигми. *Наукові праці Донецького національного технічного університету. Економічна*, 1, 200-205.

Кушнір, І. І. (2011). Сутність маркетингової орієнтованої освіти керівника педагогічного коледжу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Педагогіка. Соціальна робота,* 23, 66-69.

Національний технопарк з підвищення якості освіти: трансформація системи, розбудова НУШ, якість і доступність. Взято з https://bit.ly/3bTlIF1.

Освітній портал PHYSICAL EDUCATION.info.hab. Взято з https://sites.google.com/gsuite.pnpu.edu.ua/physucal-education-info-hab/.

Освітній технопарк ПНПУ імені В. Г. Короленка. Взято з https://www.youtube.com/watch?v=p78QiQxvkFs.

Палій, Н. С. (2008). *Маркетингова інноваційна політика*: навч. посіб. Донецьк.

Семенюк, С. (2012). Розвиток інноваційного маркетингу на ринку освітніх послуг. *Галицький економічний вісник*, 6 (39), 151-158.

Сорочан, Т. М. (2022). Освітній технопарк: інновації для якості освіти. *Вісник Національної академії педагогічних наук України, 4*. Взято з https://doi.org/10.37472/v.naes.2022.4148.

Сорочан, Т. М. (2018). Технології освіти дорослих у вимірі трансформації професіоналізму фахівців. *Відкрита освіта: інноваційні технології та менеджмент*: колективна монографія (с. 82-102). Київ: Інтерсервіс. Взято з https://lib.iitta.gov.ua/721261/.

Сорочан, Т. М. (2016). *Технопарк (Research Park) – модель розвитку та впровадження інноваційних ідей. Технології професійного розвитку педагогів*: методичний порадник. Київ. Взято з https://bit.ly/3plsW7X.

Тєлєтова, С. Г., Тєлєтов, О. С. (2011). Педагогічний маркетинг у діяльності навчальних закладів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 3, 117-124.

Чухрай, Н. І. (2011). *Маркетинг інновацій*: підручник. Львів: Вид-во Львівської політехніки.

Шумпетер, Й. А. (2011). *Теорія економічного розвитку*. *Дослідження прибутків капіталу, кредиту відсотка та економічного циклу.* Київ.

References

Chukhrai, N. I. (2011). *Marketynh innovatsii [Innovation marketing]*: pidruchnyk. Lviv: Vyd-vo Lvivskoi politekhniky [in Ukrainian].

Hrynova, M. V. (2021). Model pidhotovky maibutnoho vchytelia dlia pedahohichnoi diialnosti v Novii ukrainskii shkoli [A model of training a future teacher for pedagogical activity in the New Ukrainian School]. In M. V. Hrynova (Ed.), *Modeli pidhotovky maibutnoho vchytelia do Novoi ukrainskoi shkoly [Models of future teacher training for the New Ukrainian School]*: kolektyvna monohrafiia (pp. 6-15). Poltava: Astraia [in Ukrainian].

Kratt, O. A. (2011). Reforma menedzhmentu vyshchoi shkoly: peredumovy, spetsyfika, paradyhmy [Reform of higher education management: prerequisites, specifics,

paradigms]. *Naukovi pratsi Donetskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichna [Scientific works of the Donetsk National Technical University. Economical]*, 1, 200-205 [in Ukrainian].

Kushnir, I. I. (2011). Sutnist marketynhovoi oriientovanoi osvity kerivnyka pedahohichnoho koledzhu [The essence of marketing-oriented education of the head of the pedagogical college]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Pedahohika. Sotsialna robota [Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University. Pedagogy. Social work]*, 23, 66-69 [in Ukrainian].

Natsionalnyi tekhnopark z pidvyshchennia yakosti osvity: transformatsiia systemy, rozbudova NUSh, yakist i dostupnist [National technology park for improving the quality of education: transformation of the system, development of NUS, quality and accessibility]. Retrieved from https://bit.ly/3bTlIF1 [in Ukrainian].

Osvitnii portal PHYSICAL EDUCATION.info.hab. [Educational portal PHYSICAL EDUCATION.info.hab]. Retrieved from https://sites.google.com/gsuite.pnpu.edu.ua/physucal-education-info-hab/ [in Ukrainian].

Osvitnii tekhnopark PNPU imeni V. H. Korolenka [Educational technopark of VG Korolenko PNPU]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=p78QiQxvkFs. [in Ukrainian].

Palii, N. S. (2008). *Marketynhova innovatsiina polityka [Marketing innovation policy]*: navch. posib. Donetsk [in Ukrainian].

Shumpeter, Y. A. (2011). *Teoriia ekonomichnoho rozvytku. Doslidzhennia prybutkiv kapitalu, kredytu vidsotka ta ekonomichnoho tsyklu [Theory of economic development. A study of capital gains, interest credit and the economic cycle]*. Kyiv [in Ukrainian].

Semeniuk, S. (2012). Rozvytok innovatsiinoho marketynhu na rynku osvitnikh posluh [Development of innovative marketing in the market of educational services]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk [Galician Economic Bulletin]*, 6 (39), 151-158 [in Ukrainian].

Sorochan, T. M. (2022). Osvitnii tekhnopark: innovatsii dlia yakosti osvity [Educational technology park: innovations for the quality of education]. *Visnyk Natsionalnoi akademii pedahohichnykh nauk Ukrainy [Bulletin of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine]*, 4. Retrieved from https://doi.org/10.37472/v.naes.2022.4148 [in Ukrainian].

Sorochan, T. M. (2018). Tekhnolohii osvity doroslykh u vymiri transformatsii profesionalizmu fakhivtsiv [Technologies of adult education in the dimension of transformation of professionals' professionalism]. In *Vidkryta osvita: innovatsiini tekhnolohii ta menedzhment [Open education: innovative technologies and management]*: kolektyvna monohrafiia (pp. 82-102). Kyiv: Interservis. Retrieved from https://lib.iitta.gov.ua/721261/ [in Ukrainian].

Sorochan, T. M. (2016). *Tekhnopark (Research Park) – model rozvytku ta vprovadzhennia innovatsiinykh idei. Tekhnolohii profesiinoho rozvytku pedahohiv [Technopark (Research Park) is a model of development and implementation of innovative ideas. Technologies of professional development of teachers]*: metodychnyi poradnyk. Kyiv. Retrieved from https://bit.ly/3plsW7X [in Ukrainian].

Tielietova, S. H., & Tielietov, O. S. (2011). Pedahohichnyi marketynh u diialnosti navchalnykh zakladiv [Pedagogical marketing in the activities of educational institutions]. *Marketynh i menedzhment innovatsii [Marketing and innovation management]*, 3, 117-124 [in Ukrainian].

TOPUZOV O.
Institute of Pedagogy of National Academy of Sciences of Ukraine

KHOMENKO L.
Poltava V. G. Korolenko National Pedagogical University, Ukraine

MARKETING OF INNOVATIONS IN THE HIGHER PEDAGOGICAL INSTITUTION OF EDUCATION

The article is devoted to the problem of development of innovation marketing in a higher pedagogical educational institution. An overview of scientific works on the considered topic is presented. The authors highlighted the peculiarities of educational technoparks, hubs of Poltava National University named after V.G. Korolenko as marketing innovations that ensure the improvement of the quality of pedagogical education. The concept of innovation marketing in a higher pedagogical institution of education is defined and widely analyzed. The main methods of introducing innovative marketing technologies into the environment of a higher educational institution are characterized, taking into account the challenges of the modern information society.

Стаття надійшла до редакції 05.10.2022 р.