

4. Школяр С. П. Щодо права інтелектуальної власності в Плані реалізації Стратегії економічного розвитку Полтавської міської територіальної громади. *Гуманістичні орієнтири професійного становлення вчителя: Макаренківська традиція і місія нової української школи : матеріали XX Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 11-12 березня 2021 р.). «Управлінська майстерність керівника навчального закладу», «Управління проектами у сфері науки, освіти, інновацій та інформатизації», «Управління інноваційною діяльністю в освіті та у виробництві» : матеріали Всеукр. наук.-практ. семінарів (м. Полтава, 11-12 березня 2021 р.) / за ред. М. В. Гриньової. Полтава : ФОП Гаража М.Ф., 2021. С. 246-247.*

5. Школяр С. П. Аспекти права інтелектуальної власності в реалізації економічного розвитку територіальної громади. *Ресурсно-орієнтоване навчання в «3D»: доступність, діалог, динаміка: матеріали I Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 22-23 лютого 2021 р.). С. 285-286.*

6. Школяр С.П., Новописьмений С.А. Створення центру інтелектуальної власності в рамках Стратегії економічного розвитку територіальної громади. *Управління навчально-виховним процесом нової української школи в контексті національно-патріотичного виховання молоді : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. молодих науковців (учнів, студентів, магістрантів, аспірантів) (6 квітня 2021 р., м. Полтава) / за заг. ред. М.В. Гриньової ; Полтав. нац. пед. ун-т імені В.Г. Короленка. Полтава : ПП Астроя, 2021. С. 258-259.*

**Школяр Сергій Петрович  
Кощесєва Вікторія Олегівна  
Ван Сі**

## **ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ В ОСВІТІ**

Інтенсифікація міжнародного співробітництва економічних суб'єктів впливає на процес підготовки майбутніх менеджерів в сфері міжнародного освітнього маркетингу. Він є одним з найважливіших напрямків розвитку бізнес-середовища, і при своїй відносній виокремленості вимагає постійного залучення нових інноваційних методик у практиці, науці та освіті маркетингу. Міжнародний маркетинг являється вершиною маркетингу, а сучасна підготовка майбутніх менеджерів до маркетингової діяльності потребує системного дослідження, проєктного підходу до апробації та реалізації новітніх освітянських технік та технологій на базі стандартів національного та міжнародного рівня з урахування стратегічних програм розвитку глобалізованого світу. Слід зазначити, що важливість підготовки менеджерів в сфері міжнародного маркетингу освітньої галузі визначається швидкою інтеграцією всіх процесів сучасної економіки [1]. Однак, на сьогодні ми вбачаємо як інтеграцію, так і протистоянні двох векторів: східного та західного в конкурентній боротьбі, при чому не тільки в економічній сфері, а й сфері гарячого протистояння.

Реалізація класичних концептуальних моделей міжнародного маркетингу при підготовці менеджерів передбачає інтеграцію маркетингових функцій зі спорідненими сферами і процедурами міжнародного бізнесу. Таким чином, міжнародний маркетинг слід сприймати як інтеграційну управлінську функцію, методологічним базисом якої є принципові положення економічної теорії та міжнародної економіки, допоміжними інструментами до якої слугують

прикладні сфери реалізації форм міжнародної діяльності і яка є інтегрованим втіленням різнопланових проявів маркетингового управління, менеджменту. Однією з особливостей підготовки майбутніх менеджерів є саме акцентування її в рамках проєктного підходу на вивченні людського потенціалу, формах перетворення його в людський капітал, спроможний створювати інноваційну конкурентоздатну продукцію як на внутрішніх, так й на міжнародних ринках.

Слід зазначити, що інтернаціоналізація передбачає розвиток стійких економічних зв'язків між країнами і фірмами з різних країн, вихід процесу відтворення за рамки національних кордонів, вона має наступні стадії: місцева, початкова розвитку: росту: багатонаціональна. Таким чином, в стані миру міжнародна діяльність таких суб'єктів ґрунтується на використанні таких форм міжнародного маркетингу: як імпортерський, експортерський, зовнішньоекономічний, транснаціональний маркетинг, мультирегіональний, глобальний.

При підготовці фахівців слід враховувати проблеми міжнародного проєктного маркетингу, до яких необхідно віднести: різні культури, менталітет, ділові традиції, стандарти; різні економічні системи і ступінь відкритості ринку; різні умови збуту; валютні проблеми; різні політичні і правові системи; економічні і соціальні відмінності; різні умови і передумови використання виробів; різна ситуація з конкуренцією. З огляду на це, можна констатувати, що глобалізаційні процеси міжнародного маркетингу та пов'язані з ними соціально-економічні трансформації сучасного інформаційного суспільства, які проходять в умовах світової конкуренції на ринках товарів і послуг, вимагають координації фахівців різних рівнів, а також крім того, що слід враховувати, різних національних уподобань, для ефективного вирішення заходів проєктів і програм як державного, регіонального рівня, так і міжнародного, наднаціонального [2-4].

Враховуючи те, що на сьогодні другою, а то й першою економікою в світі є Китай, який активно веде потужну експансію щодо завоювання міжнародних ринків, і тим самим його бізнес-середовище, менеджмент є потенційним партнером при реалізації проєктів, маркетингової діяльності, міжнародного проєктного маркетингу, розглянемо його особливості у якості прикладу. На сьогодні це актуально ще й тому, що бакалаври з Китайської Народної Республіки навчаються в магістратурі Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка, опановуючи спеціальність «Менеджмент». Зокрема за освітньою програмою менеджмент (Управління проєктами) навчаються студенти з різних провінцій Китаю, попередньо отримавши освітній ступень бакалавра в КНР, пройшовши навчання у Пекінському інституті нафтохімічної технології, Науково-технічному коледжі Ваньфан Хенанського політехнічного університету, університету Саньмін, Гуандунському професійному коледжі пошти та телекомунікацій, Пекінському університеті пошти та телекомунікацій. При цьому, слід зазначити, і це враховується при підготовці майбутніх менеджерів, що китайські студенти на рівні бакалавра вже мають технічні спеціальності, а саме: хімічна інженерія та технологія, інженерія електронної інформації, дизайн продукції, комунікаційна

інженерія. Звичайно, при підготовці, потрібно враховувати те, серед дисциплін технічного циклу, які вивчали сьгоднішні магістранти в період навчання на бакалавраті, є й специфічні, що характерні для такої країни східного способу виробництва та комуністичного вибору, гуманітарні дисципліни, серед яких: ідеологічно-моральне виховання і основи права; вчення династії Цинь і школа думок; вступ до думки Мао Цзедуна, теорія Ден Сяопіна і думки трьох попередників; нарис сучасної історії Китаю; практика Марксизму; міжособистісні відносини; оцінка сучасної китайської традиції, основи економіки; мистецтво; військова підготовка; ситуації та політика; розвиток і планування кар'єри; нарис сучасної історії Китаю; практика думки Мао Цзедуна і соціалізму з китайською характеристикою; оцінка французького кіномистецтва; Гоміньдан на Тайвані; творча методика; основні принципи Марксизму; освіта психічного здоров'я; каліграфія; бойові мистецтва (для чоловіків); любов і сексуальне життя студентів; режим мислення та інновації, математика; історія промислового дизайну; сучасна світова економіка і політика; військова теорія; історія світової архітектури; чесність і самовдосконалення та ін. [5].

Особливості міжнародного маркетингу в освіті, зокрема в напрямку підготовки іноземних студентів із КНР передбачають врахування таких перед реквізитів як вищезазначені дисципліни гуманітарного циклу, як безперечно впливають на діловий етикет майбутнього фахівця з Китаю.

#### Список використаних джерел

1. Школяр С.П. Міжнародний проектний маркетинг: порівняльний аналіз національних особливостей бізнес-спілкування. *Методика навчання природничих дисциплін у середній та вищій школі (XXX Каришинські читання) : мат-ли Міжн. науково-практ. конф., присвяченої розробкам моделей підготовки майбутнього вчителя до педагогічної діяльності в Новій українській школі* (м. Полтава, 25–26 травня 2023 р.) / за заг. ред. М. В. Гриньової. Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2023. С.245-250.
2. Школяр С.П. Інноваційний розвиток держави – комфортне життя її громадян. Тези виступу в обговоренні. *Матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України 20.06.07 р. «Національна інноваційна система України: проблеми формування та реалізації»* / Упор. Г.О. Андрощук, М.М. Шевченко. К.: Парламентське вид-во, 2007. С.60-62.
3. Школяр С.П. Елементи системного підходу у підготовці майбутніх менеджерів. *Науковий вісник Чернівецького університету. Серія: Педагогіка та психологія*. 2015. С. 230–235.
4. Школяр С.П. Про можливості використання потенціалу закладу освіти в програмах різного рівня. *Слово і справа Антона Макаренка: український та європейський контексти, присвяченій 135-річчю з дня народження А. С. Макаренка: XXII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 16–17 березня 2023 р.)*. «Управлінська майстерність керівника навчального закладу», «Управління проєктами у сфері науки, освіти, інновацій та інформатизації», «Управління інноваційною діяльністю в освіті та у виробництві»: *Всеукр. наук.-практ. семінарів* (м. Полтава, 16–17 березня 2023 р.) / за ред. М. В. Гриньової. Полтава: ПНПУ імені В.Г.Короленка, 2023. С.306-310.
5. Хуан Сяньхуей, Школяр С.П. Врахування передреквізитів при підготовці майбутніх менеджерів проектною діяльністю. *Методика навчання природничих дисциплін у середній та вищій школі (XXX Каришинські читання) : мат-ли Міжн. науково-практ. конф., присвяченої розробкам моделей підготовки майбутнього вчителя до педагогічної діяльності в Новій*

**Школяр Сергій Петрович**  
**Шпильовий Василь Дмитрович**

## **ІНТЕГРАЦІЯ КЛЮЧОВИХ СТРАТЕГІЧНИХ МОДЕЛЕЙ ДО КОНТЕКСТУ УПРАВЛІННЯ ОСВІТОЮ**

Питання інтеграції ключових стратегічних моделей до контексту управління освітою передбачають використання системного підходу, який повинен враховувати сучасні концепції, в тому числі економіки навчання при підготовці фахівців-менеджерів, формування в майбутніх менеджерів здатності до управління інноваційними проектами, новаторського педагогічного досвіду менеджменту, використання потенціалу закладу освіти в програмах різного рівня, опрацювання та аналізу базових інформаційних потоків на ринковому середовищі [1-7].

Інтеграція моделей PEST і SWOT у стратегічне планування освітніх організацій є ключовим елементом для розуміння зовнішнього середовища і внутрішніх можливостей, а також для ідентифікації стратегічних напрямів і прийняття обґрунтованих рішень [8]. Обидві моделі доповнюють одна одну, дозволяючи освітнім організаціям виявити важливі тренди, виклики та можливості, які впливають на їхню стратегічну перспективу.

Ключовим в моделях PEST і SWOT є їх важливість у стратегічному управлінні, зокрема в розробці ефективних стратегій для організацій. Ці аналізи допомагають організаціям краще розуміти зовнішнє середовище, в якому вони діють (PEST), і внутрішні сильні та слабкі сторони (SWOT), що є критично важливим для виживання та процвітання в сучасному динамічному бізнес-середовищі. PEST-аналіз дозволяє організаціям аналізувати політичні, економічні, соціокультурні та технологічні фактори, які можуть впливати на їхню діяльність. Це забезпечує важливі інсайти для ідентифікації можливостей та загроз зовнішнього середовища, що є ключовим для розробки стратегій, які дозволять організації адаптуватися та вижити в змінних умовах. SWOT-аналіз, з іншого боку, зосереджується на внутрішньому середовищі організації, допомагаючи ідентифікувати її сильні та слабкі сторони, а також виявляти зовнішні можливості та загрози. Це критично важливо для визначення стратегічних пріоритетів і ресурсів, які потрібні для досягнення цілей організації. Інтеграція аналізів PEST і SWOT у стратегічне управління дозволяє організаціям розробляти комплексні стратегії, які враховують як зовнішнє середовище, так і внутрішні компетенції. Використання цих аналізів разом надає організаціям змогу:

- краще розуміти широкий контекст своєї діяльності;