

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ДЗВО «УНІВЕРСИТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ОСВІТИ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПСИХОЛОГІЇ
Кафедра освіти дорослих та цифрових технологій

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ДЗВО «Університет менеджменту освіти»

«22» жовтня 2025 року, протокол № 13

Голова Вченої ради

Микола КИРИЧЕНКО



ПРОГРАМА

підвищення кваліфікації

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ:
ЦІННОСТІ, ТРАДИЦІЇ, КОМУНІКАЦІЇ

Категорія: керівники, науково-педагогічні, педагогічні, наукові працівники закладів вищої освіти

Розробники:

Сорочан Т.М., доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри освіти дорослих і цифрових технологій ДЗВО «Університет менеджменту освіти».

Карташова Л.А., доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри освіти дорослих і цифрових технологій ДЗВО «Університет менеджменту освіти».

Рецензенти:

Кравченко Г.Ю., доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри педагогіки, адміністрування і спеціальної освіти ДЗВО «Університет менеджменту освіти».

Лунячек В.Е., доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри освітніх наук, цифрового навчання та академічного підприємництва навчально-наукового інституту міжнародної освіти ХНУ імені В.Н.Каразіна.

Термін дії програми: з 2025 до 2030 року

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ДЗВО «УНІВЕРСИТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ОСВІТИ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА
ПСИХОЛОГІЇ

Кафедра освіти дорослих та цифрових технологій

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ДЗВО «Університет
менеджменту освіти»

«22» жовтня 2025 року, протокол № 13

Голова Вченої ради

_____ Микола КИРИЧЕНКО

ПРОГРАМА

підвищення кваліфікації

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ:
ЦІННОСТІ, ТРАДИЦІЇ, КОМУНІКАЦІЇ

Категорія: керівники, науково-педагогічні, педагогічні, наукові працівники закладів вищої освіти.

Розробники:

Сорочан Т.М., доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри освіти дорослих і цифрових технологій ДЗВО «Університет менеджменту освіти».

Карташова Л.А., доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри освіти дорослих і цифрових технологій ДЗВО «Університет менеджменту освіти».

Рецензенти:

Кравченко Г.Ю., доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри педагогіки, адміністрування і спеціальної освіти ДЗВО «Університет менеджменту освіти».

Лунячек В.Е., доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри освітніх наук, цифрового навчання та академічного підприємництва навчально-наукового інституту міжнародної освіти ХНУ імені В.Н.Каразіна.

Термін дії програми: з 2025 до 2030 року

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Актуальність типової програми. Вища освіта України перебуває в стані реформування, основна мета якого – входження до світового та європейського освітнього простору. Як зазначено в Законі України «Про вищу освіту», змінюються правові, організаційні, фінансові засади функціонування системи вищої освіти, створюються умови для посилення співпраці державних органів і бізнесу із закладами вищої освіти на принципах автономії, поєднання освіти з наукою та виробництвом з метою підготовки конкурентоспроможного людського капіталу для високотехнологічного та інноваційного розвитку країни, самореалізації особистості, забезпечення потреб суспільства, ринку праці та держави у кваліфікованих фахівцях.

У процесі реформування закладів вищої освіти (ЗВО) акцент робиться на розвитку корпоративної культури. Посилюється тенденція відходу від уніфікації, запроваджуються інноваційні освітні практики, що актуалізує цінність унікального досвіду кожного науково-педагогічного працівника та наукових шкіл. Це віддзеркалює система цінностей, традицій, комунікація ЗВО. Організаційна культура є важливою основою управління, зорієнтованого на лідерство керівників і стиль роботи всього персоналу. Комунікація із партнерами стає відкритою, її особливістю є поширення цифрових технологій.

Тенденції посилення у вищій освіті взаємодії науки з практикою, запровадження інновацій, зростання вимог до рівня професіоналізму науково-педагогічних, наукових, педагогічних працівників зумовлюють нові підходи до просування бренду ЗВО, формування його позитивного іміджу.

Корпоративна культура сучасного ЗВО ґрунтується на концепції соціально відповідального маркетингу, що поєднує врахування інтересів суспільства щодо підготовки фахівців з досягненням цілей сталого розвитку.

Програма підвищення кваліфікації науково-педагогічних, наукових і педагогічних працівників ЗВО спрямована на розвиток компетентностей на засадах академічної свободи і доброчесності, що забезпечує високий рівень їхнього професіоналізму щодо розвитку корпоративної культури. Це відповідає запитам роботодавців і стейкхолдерів до сучасного закладу вищої освіти як осередку соціального, культурного впливу на розвиток українського суспільства, підвищує професіоналізм керівних, науково-педагогічних, педагогічних кадрів ЗВО.

Цільова група: керівники, науково-педагогічні, педагогічні

працівники закладів вищої освіти.

Обсяг (тривалість): 90 годин / 3 кредити ЄКТС (три тижні).

Особливості реалізації програми полягають у гнучкій організації освітнього процесу з урахуванням сучасних умов функціонування закладів освіти, зокрема можливості навчання в період воєнного стану та за умов енергетичної нестабільності. Для забезпечення безперервності навчання передбачено надання слухачам відеозаписів лекційних занять та навчальних матеріалів для самостійного опрацювання.

Освітній процес організовується з використанням цифрових освітніх середовищ і платформ, зокрема хмарної платформи Google Workspace for Education, систем відеоконференцій BigBlueButton та Zoom, а також вебпорталу «Український відкритий університет післядипломної освіти» (LMS Adult Learning), що забезпечує доступ до навчальних ресурсів, тестування та зворотного зв'язку між слухачами і викладачами.

До проведення занять залучаються науково-педагогічні працівники, тренери, експерти-практики у сфері цифрової освіти, відкритої науки та освітніх технологій. У разі потреби для забезпечення якісного проведення занять може здійснюватися додаткова методична та технічна підготовка викладачів щодо використання інтерактивних інструментів та онлайн-сервісів.

Форма підвищення кваліфікації: дистанційна

Мета підвищення кваліфікації: розвинути компетентності слухачів щодо формування корпоративної культури ЗВО в умовах соціальних трансформацій, реформування вищої освіти.

Завдання підвищення кваліфікації:

1. Охарактеризувати теоретичні основи розвитку корпоративної культури ЗВО.
2. Узагальнити практичний досвід розвитку корпоративної культури ЗВО.
3. Проаналізувати значення корпоративної культури для менеджменту ЗВО.
4. Визначити роль соціально відповідального маркетингу у розвитку корпоративної культури ЗВО.
5. Сформувати навички застосування сервісів е-комунікації для формування корпоративної культури ЗВО.

Перелік компетентностей, що вдосконалюватимуться (згідно з Професійним стандартом «Викладач закладу вищої освіти», МОН України, 2024):

Здатність консультувати здобувачів вищої освіти, колег і співробітників щодо питань професійного розвитку, етичної поведінки, взаємоповаги, доброчесності та психологічної безпечності в освітньому середовищі університету (A2.).

Здатність розробляти та вдосконалювати зміст освітніх компонентів і програм підвищення кваліфікації, що сприяють формуванню культури професійної підтримки, академічної етики, емоційного благополуччя й рефлексивного лідерства. (B1.)

Здатність планувати та проводити заходи, зокрема освітні, наукові, методичні, супервізійні, фасилітаційні та комунікаційні, спрямовані на розвиток культури взаємопідтримки, партнерства й психологічної стійкості в університетському середовищі.(C2.)

Здатність брати участь у процесах розвитку та врядування закладу вищої освіти — у формуванні його місії, цінностей, стратегічних рішень, рефлексивної культури й етики професійної взаємодії. (32.)

Здатність організовувати особистий професійний розвиток на засадах академічної свободи, доброчесності, самоаналізу й рефлексії у сфері педагогічного лідерства, супервізії та підтримки колег.(Ж1.)

Здатність долучатися до професійного розвитку колег, виступати наставником, фасилітатором або супервізором, підтримуючи культуру взаємонавчання, довіри та взаємоповаги в академічній спільноті.(Ж2.)

Очікувані результати підвищення кваліфікації. У результаті опанування програми слухачі:

усвідомлюють ціннісні основи корпоративної культури;

знають сутність і значення корпоративної культури в менеджменті ЗВО;

уміють налагодити співпрацю і комунікацію з партнерами, стейкхолдерами, здобувачами освіти, споживачами інших освітніх послуг;

володіють навичками проведення заходів, спрямованих на розвиток корпоративної культури і соціально відповідального маркетингу;

мають розвинуті навички використання цифрових технологій для

комунікації зі здобувачами освіти, партнерами, стейкхолдерами;

уміють здійснювати онлайн-діалог в освітньому середовищі на засадах етики і безпеки.

Оцінювання результатів підвищення кваліфікації відбувається методами тестування, захисту проєкту розвитку корпоративної культури.

Документ про підсумки підвищення кваліфікації: Свідоцтво про підвищення кваліфікації (ліцензія МОН України; наказ від 15.11.2016 № 1492-л «Про переоформлення ліцензій»)

2. НАВЧАЛЬНО ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

Назва навчальних тем	Кількість годин				
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Контрольні заходи	Усього
МОДУЛЬ 1. Розвиток корпоративної культури в менеджменті закладу вищої освіти					
Тема 1.1. Соціальний, управлінський та освітній контексти розвитку корпоративної культури ЗВО	2	8	-	-	10
Тема 1.2. Цінності, місія, етичні норми діяльності ЗВО в умовах соціальних трансформацій	4	4	-	2	10
Тема 1.3. Досвід розвитку корпоративної культури ЗВО	-	4	6	-	10
Разом за модулем	6	16	6	2	30
МОДУЛЬ 2. Соціально відповідальний маркетинг закладу вищої освіти					
Тема 2.1. Інтеграція інтересів ЗВО, суспільства і споживачів освітніх послуг як основа сталого розвитку	4	4	2	-	10

Тема 2.2. Забезпечення конкурентоспроможності ЗВО на засадах соціально відповідального маркетингу і корпоративної культури	4	8	6	2	20
Разом за модулем	8	12	8	2	30
МОДУЛЬ 3. Культура е-комунікації в закладі вищої освіти					
Тема 3.1. Культура е-комунікації в закладі вищої освіти	2	8	-	-	10
Тема 3.2. Інструменти та платформи е-комунікації: практичні навички для студентів і викладачів	4	4	-	2	10
Тема 3.3. Конфлікти, безпека і культура онлайн-діалогу в освітньому середовищі	-	4	6	-	10
Разом за модулем	6	16	6	2	30
Підсумкові заходи				залік	
Усього	20	44	20	6	90

3. ЗМІСТ ТИПОВОЇ ПРОГРАМИ

МОДУЛЬ 1. РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В МЕНЕДЖМЕНТІ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Тема 1.1. Соціальний, управлінський та освітній контексти розвитку корпоративної культури ЗВО

Ключові питання теми: унікальність корпоративної культури ЗВО як сукупність цінностей, норм поведінки та традицій, які розділяють працівники компанії; вплив суспільства на формування корпоративної культури ЗВО; значення корпоративної культури в менеджменті ЗВО.

Тема 1.2. Цінності, місія, етичні норми діяльності ЗВО в умовах соціальних трансформацій.

Ключові питання теми: цінності розвитку людського капіталу для повоєнного відновлення України як новий пріоритет корпоративної культури ЗВО; місія ЗВО як осередку культурного, освітнього, соціального життя громади і регіону під час війни та в повоєнний період; етика освіти для миру у взаємодії з територіальними громадами, стейкхолдерами, здобувачами освіти в умовах соціальних трансформацій.

Тема 1.3. Досвід розвитку корпоративної культури ЗВО

Ключові питання теми: визначення місії, цінностей корпоративної культури ЗВО з досвіду роботи; проєктування напрямів участі ЗВО у соціальному, культурному, освітньому житті регіону і громади; презентація і обговорення проєктів.

МОДУЛЬ 2. СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Тема 2.1. Інтеграція інтересів ЗВО, суспільства і споживачів освітніх послуг як основа сталого розвитку

Ключові питання теми: особливості діяльності ЗВО на ринку освітніх послуг; якість освіти як пріоритет корпоративної культури і менеджменту ЗВО; врахування довгострокових інтересів суспільства як ознака соціально відповідального маркетингу ЗВО.

Тема 2.2. Забезпечення конкурентоспроможності ЗВО на засадах соціально відповідального маркетингу і корпоративної культури

Ключові питання теми: соціально відповідальний маркетинг як інтеграція інтересів суспільства, ЗВО, стейкхолдерів, споживачів освітніх послуг; визначення напрямів забезпечення конкурентоспроможності ЗВО на засадах соціально відповідального маркетингу, узгодження комерційних і освітніх інтересів; спрямування маркетингових комунікацій на сталий розвиток і соціальну корпоративну відповідальність.

МОДУЛЬ 3. КУЛЬТУРА Е-КОМУНІКАЦІЙ В ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Тема 3.1. Культура е-комунікації в закладі вищої освіти

Ключові питання теми: розгляд базових понять етики, академічної доброчесності, цифрової поведінки, норм спілкування.

Тема 3.2. Інструменти та платформи е-комунікації: практичні навички для студентів і викладачів

Ключові питання теми: системи дистанційного навчання, відеоконференції, сучасні сервіси розподілу інформації, групова е-робота.

Тема 3.3. Конфлікти, безпека і культура онлайн-діалогу в освітньому

середовищі

Ключові питання теми: медіація, кібербезпека, захист персональних даних, протидія маніпуляціям, цифровий етикет при вирішенні конфліктів.

4. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Нормативно-правові документи

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення 15.09.2025)
2. Закон України «Про освіту» (2017, зі змінами). URL: <https://surl.li/eeupuq> (дата звернення: 25.09.2025).
3. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг». URL: <https://surli.cc/lkoals> (дата звернення: 25.09.2025)
4. Постанова КМУ «Про затвердження Порядку застосування електронного підпису у державних органах» URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/10243597> (дата звернення: 27.09.2025).

Основна література

1. Освіта для цифрової трансформації суспільства / Edukacja dla cyfrowej transformacji społeczeństwa / Education for digital transformation of society : монографія. У 2 т. Т. 1 ; за наук. ред. В. Кременя, Н. Ничкало, Л. Лук'янової, Н. Лазаренко. Київ : ТОВ «Юрка Любченка», 2024. 526 с. URL: <https://surl.lt/fbhryj> (дата звернення: 25.09.2025).
2. Бондар І.С. та ін. Інформація, комунікація та управління знаннями в соціокультурному просторі: колективна монографія. Київ: КНУКІМ, 2021. 376 с. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi69/0050602.pdf> (дата звернення: 26.09.2025).
3. Гулай О. Засоби та технології цифрового навчання: теоретичний та практичний аспекти : монографія / Ольга Гулай, Віталій Кабак, Галина Герасимчук. Луцьк : Вежа-Друк, 2025. – 160 с. URL: <https://surl.li/eoeftw> (дата звернення: 27.09.2025).
4. Петровський О.О. Імперативи концепції соціально відповідального маркетингу підприємства. Бізнес Інформ. 2024. №2. С. 355-362.

Додаткова література

1. Гулай О. Засоби та технології цифрового навчання: теоретичний та практичний аспекти : монографія / Ольга Гулай, Віталій Кабак, Галина Герасимчук. Луцьк : Вежа-Друк, 2025. 160 с. URL: <https://surl.li/ldnsop> (дата звернення: 25.09.2025).

2. Щириця Т.В. Комунікативна етика: навчальний посібник. Київ : CSR, 2022. 263 с.
3. Академічна доброчесність : навч. посіб. / [В. М. Пивоваров (керівник авт. кол.), О. А. Лисенко, Ю, А. Меліхова та ін.] ; М-во освіти і науки України, Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого. Харків : Право, 2025. 240 с. URL: <https://jurkniga.ua/contents/akademichna-dobrochesnist.pdf> (дата звернення: 27.09.2025).
4. Кириленко К. Інноваційна культура Збірка наукових статей. Київ : Видавничий центр КНУКіМ, 2023. 264 с.
5. Опалюк О.М., О.М.Вержиковська, Ю.А.Михальська. Сучасні комунікативні технології : Навч-метод. посібник. Кам'янець-Подільський: СОПСР, 2021. 203с. (Електронне видання) URL: <https://surl.li/qwldpk> (дата звернення: 25.09.2025).