

## **АНОТАЦІЯ**

***Дмитрук З.А. Управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.***

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук (доктора філософії) за спеціальністю 011 «Освітні, педагогічні науки». – ДЗВО «Університет менеджменту освіти» НАПН України, Київ, 2021.

### **Зміст анотації**

Дисертаційне дослідження присвячено проблемі управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг. У роботі здійснено аналіз сутності процесу позиціонування закладу загальної середньої освіти (далі – ЗЗСО) та управління його розвитком. Зокрема розглянуто сутність управління процесом позиціонування ЗЗСО на регіональному ринку освітніх послуг на ціннісній основі.

У дисертаційній роботі доведено, що формування сучасних управлінських процесів на ціннісній основі, зокрема управління процесом позиціонування ЗЗСО на регіональному ринку освітніх послуг на ціннісно-орієнтованих засадах, – є ґрунтовною відповіддю як на сучасні запити та потреби держави і суспільства, так і на індивідуальні потреби та інтереси особистості – громадянина України.

Крім того, встановлено, що управління процесом позиціонування ЗЗСО повинно ґрунтуватись на методології стратегічного управління та утворенні й утриманні сильної діючої унікальної позиції закладу освіти.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у тому, що:

*Уперше:*

- науково обґрунтовано та експериментально перевірено модель управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг та технологію її впровадження;
- створено за допомогою факторно-критеріального моделювання кваліметричну субмодель оцінювання стану позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг;
- виокремлено основні особливості, тенденції та чинники управлінських дій у процесі позиціонування закладу загальної середньої освіти, який виступає одним з основних ресурсів у формуванні особистості, у ціннісному її наповненні та формуванні національної ідентичності загалом, у взаємодії з громадськими організаціями, представниками інститутів громадянського суспільства.

*Уточнено:*

- ключові поняття дослідження, а саме, «позиціонування закладу загальної середньої освіти», «управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти», «стратегія закладу загальної середньої освіти», «брендинг закладу загальної середньої освіти»;
- структуру позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг.

*Розроблено:*

- критерії та показники щодо оцінювання стану позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг;
- рівні оцінювання стану позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг;
- технологію впровадження моделі управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг.

*Удосконалено:*

- зміст управлінської діяльності у процесі позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг.

*Набули подальшого розвитку:*

– науково-теоретичні положення теорії та практики управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти, що сприяють утворенню та стабільному розвитку сильних діючих унікальних позицій ЗЗСО та процесу позиціонування закладу освіти на регіональному ринку освітніх послуг, зокрема зі збереженням національної самосвідомості та ідентичності як основи подальшого розвитку української нації.

За авторським визначенням, *стратегія закладу загальної середньої освіти* – це системні сплановані та узагальнені дії, необхідні для досягнення поставлених цілей шляхом координування і розподілу ресурсів зазначеної освітньої установи. Тобто, розробка *стратегії процесу позиціонування закладу загальної середньої освіти* полягає в визначенні, плануванні, утворенні унікальної сильної діючої позиції освітньої організації/освітньої послуги, планів досягнення цілей; освоєння, формування та утримання зазначених позицій, враховуючи можливості та ресурси закладу загальної середньої освіти.

У ході дослідження визначено, що новий синтез національних і світових цінностей освіти і виховання, але із збереженням національної ідентичності як основи в подальшому розвитку української нації, і є сильною діючою унікальною позицією ЗЗСО у процесі позиціонування на регіональному ринку освітніх послуг.

Проаналізувавши низку наукових робіт та узагальнивши існуючі визначення позиціонування організацій та підприємств автором визначено процес позиціонування ЗЗСО як *багатоаспектний та багатофункціональний процес, сукупність послідовних системних дій щодо пошуку, створення та підтримки (відтворення) організацією унікальної сильної дієвої позиції, яка забезпечує конкурентні переваги на ринку освітніх послуг.*

*Отже, управління процесом позиціонування ЗЗСО розглядається автором як цілеспрямований управлінський вплив на сукупність послідовних системних дій щодо пошуку, утворення та утримання (відтворення) закладом загальної середньої освіти унікальної освітньої/виховної позиції, яка забезпечує освітній організації конкурентні переваги на ринку освітніх послуг.*

Визначено, що об'єктами управління, які покликані забезпечити високий рівень процесу позиціонування ЗЗСО на регіональному ринку освітніх послуг є: складова фінансової та матеріально-технічної забезпеченості освітнього/виховного процесу, мотиваційно-ціннісна складова, інформаційно-іміджева складова, стратегічно-управлінська складова та компетентнісна складова (розглядається автором як конкурентоспроможність персоналу ЗЗСО).

Обґрунтовується теза, що технологія використання моделі управління процесом позиціонування ЗЗСО на регіональному ринку освітніх послуг, що заснована на створенні та запровадженні комплексу нововведень для безперервного забезпечення якості надання освітніх послуг, утворення та утримання сильних діючих унікальних позицій, підвищення рівня процесу позиціонування зазначеної освітньої організації на регіональному ринку освітніх послуг, забезпечить підвищення рівня конкурентоспроможності та системний розвиток ЗЗСО.

Емпіричним здобутком дослідження, що має прикладне значення є розроблена та експериментально перевірена модель управління процесом позиціонування ЗЗСО на регіональному ринку освітніх послуг. Основними елементами моделі управління процесом позиціонування ЗЗСО на регіональному ринку освітніх послуг визначено: цілеутворюючий, теоретико-методологічний, змістовно-структурний та аналітично-результативний компоненти. Одним з основних завдань моделі є утворення і закріплення унікальної сильної дієвої позиції закладу освіти на ринку освітніх послуг.

Управління процесом позиціонування ЗЗСО на регіональному ринку освітніх послуг розглядаємо як конкретну функцію менеджменту, з присутністю відповідних загальних функцій менеджменту: планування, організування, мотивування, контролювання та регулювання. Зокрема, визначено причини, які зумовлюють необхідність планування процесу позиціонування ЗЗСО на регіональному ринку освітніх послуг та основні його складові.

У ході дисертаційного дослідження вирішено наступні завдання:

1. На основі наукової та науково-методичної літератури проаналізовано сутність процесу позиціонування закладу загальної середньої освіти на ринку освітніх послуг, конкретизовано та визначено його ключові структурні елементи.

2. Розглянуто теоретичні основи управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти та визначено його особливості на регіональному ринку освітніх послуг

3. Розроблено, науково обґрунтовано та експериментально перевірено модель управління процесом позиціонування ЗЗСО на регіональному ринку освітніх послуг.

4. Описано технологію впровадження моделі управління процесом позиціонування ЗЗСО на регіональному ринку освітніх послуг.

5. Розроблено методичні рекомендації керівникам щодо управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг.

Усього в експериментальному впровадженні та перевірці моделі управління процесом позиціонування ЗЗСО на регіональному ринку освітніх послуг взяли участь 2574 осіб, з них керівників ЗЗСО – 59, педагогічних працівників – 570, учнів – 1920, представників громадськості – 25.

Результативність процесу позиціонування встановлено на основі сумарного кінцевого показника кожного елементу зазначеного вище процесу.

За результатами впровадження моделі управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг в Одеській області утворено та ефективно функціонує 57 куренів з національно-патріотичного виховання учнівської молоді – базових організаційних одиниць Всеукраїнської дитячо-юнацької військово-патріотичної гри «Сокіл» («Джура») як сильної дієвої позиції закладу загальної середньої освіти на основі національно-патріотичних цінностей. Дані курені утворено у Березівському (4), Болградському (3), Ізмаїльському (9), в Одеському (23), Подільському (11) та Роздільнянському (7) районах Одеської області.

Курені як осередки з національно-патріотичного виховання учнівської молоді визначаємо як сильні діючі унікальні позиції процесу позиціонування

закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг та на Всеукраїнському рівні.

Практична значущість дослідження полягає в утворенні та реалізації авторського освітнього проєкту «Партнерство як ресурс», підтримано Міністерством освіти і науки України та Департаментом освіти і науки Одеської обласної державної адміністрації та багатьма громадськими організаціями (Свідectво про реєстрацію права від 30.11.2018 № 83390 Міністерство економічного розвитку і торгівлі України), який відповідно до рішення Одеської обласної ради від 03 березня 2020 року № 1229-VII включено до Плану заходів із реалізації у 2021–2023 роках Стратегії розвитку Одеської області на 2021–2027 рр. У дисертаційному дослідженні також детально розкрито проблематику утворення та функціонування Одеської обласної школи виховників джур як системи заходів з підготовки фахівців з питань національно-патріотичного виховання (виховників).

У межах дослідження було здійснено експериментальну перевірку моделі управління процесом позиціонування ЗЗСО на регіональному ринку освітніх послуг, з метою засвідчення позитивної динаміки показників факторів стану позиціонування та підтвердження позитивного впливу щодо запровадження розробленої моделі в управління закладом освіти. За результатами аналізу основних аспектів впровадження моделі управління процесом позиціонування ЗЗСО на регіональному ринку освітніх послуг стверджуємо про її ефективність щодо підвищення рівня позиціонування.

Слід зазначити, що управлінська проблема позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг недостатньо висвітлена у науковій теорії, практиці, є актуальною та потребує подальшого вивчення, дослідження і розвитку.

**Ключові слова:** позиціонування, управління процесом позиціонування, цінності, позиція, національна ідентичність, регіональний ринок освітніх послуг, модель управління процесом позиціонування, заклад загальної середньої освіти.

## **SUMMARY**

***Dmytruk Z.A. Management of the process of positioning the institution of general secondary education in the regional market of educational services.*** – Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

The dissertation on competition of a scientific degree of the candidate of pedagogical sciences (doctor of philosophy) on a specialty 011 «Educational, pedagogical sciences». – SIHE «University of Management of Education» NAPS of Ukraine, Kiev, 2021.

### **Annotation content**

The dissertation research is devoted to the problem of managing the process of positioning a general secondary education institution in the regional market of educational services. The analysis of the essence of the process of positioning the institution of general secondary education (hereinafter – GSEI) and managing the development of this phenomenon is carried out. In particular, the essence of managing the process of positioning GSEI in the regional market of educational services on the basis of values is considered.

In the dissertation it is proved that the formation of modern management processes / models on a value basis, in particular the management of the process of positioning GSEI in the regional market of educational services on value-oriented basis – is a thorough response to modern demands and needs of country, state, society and for the needs, interests of a highly spiritual person – a citizen of Ukraine.

In addition, it is established that the management of the process of positioning GSEI should be based on the methodology of strategic management and the formation and maintenance of a strong existing unique position of the educational institution.

The scientific novelty of the obtained results is that:

First

- scientifically substantiated and experimentally tested model of management of the process of positioning the institution of general secondary education in the regional market of educational services and the technology of its implementation;
- the essence of the definition «strategy of the process of positioning the institution of general secondary education» was introduced into the scientific and practical circulation of domestic pedagogical science;
- a qualimetric submodel for assessing the positioning of general secondary education institutions in the regional market of educational services was created with the help of factor-criterion modeling.

Updated:

- key research concepts, namely, «strategy of general secondary education», «positioning», «position», «subjects and objects of the positioning process», «model of the positioning process of general secondary education»;
- criteria and indicators for assessing the positioning of general secondary education institutions in the regional market of educational services;
- levels of assessment of the state of positioning of general secondary education institutions in the regional market of educational services.

Developed by:

- the structure of marketing positioning of general secondary education in the regional market of educational services;
  - algorithm for building a management system for the positioning of general secondary education in the regional market of educational services;
  - the structure of strategic management of the process of positioning the institution of general secondary education in the regional market of educational services.
- Improved:

- tools for monitoring the process of positioning the institution of general secondary education in the regional market of educational services.

Further developed:

- scientific and theoretical provisions of the theory of management of the process of positioning the institution of general secondary education on the basis of



human-centered approach, value-semantic orientations and the theory of general management of the institution of education.

Improved:

- tools for monitoring the process of positioning the institution of general secondary education in the regional market of educational services.

Further developed:

- scientific and theoretical provisions of the theory of management of the process of positioning the institution of general secondary education on the basis of human-centered approach, value-semantic orientations and the theory of general management of the institution of education.

According to the author's definition, the strategy of a general secondary education institution is a systematically planned and generalized actions necessary to achieve the set goals by coordinating and allocating the resources of the specified educational institution. That is, the development of the strategy of the process of positioning the institution of general secondary education is to find, plan, create a unique strong current position of the educational organization or educational service, plans to achieve goals; development, formation and maintenance of these positions, taking into account the capabilities and resources of general secondary education.

The study found that the new synthesis of national and world values of education and upbringing, but preserving national identity as the basis for further development of the Ukrainian nation, and is a strong current unique position GSEI in the process of positioning in the regional market of educational services.

After analyzing a number of scientific papers and summarizing the existing definitions of positioning of organizations and enterprises, the author identifies the process of positioning GSEI as a multifaceted and multifunctional process, a set of consistent systematic actions to find, create and maintain (reproduce) the organization's unique strong position. educational services.

Thus, the management of the process of positioning GSEI is considered by the author as a purposeful managerial influence on a set of consistent systemic actions to find, form and maintain (reproduce) the institution of general secondary education

unique educational position that provides educational organization competitive advantage in the market of educational services.

The author developed the structure of marketing positioning GSEI in the regional market of educational services, the algorithm for building a management system for the process of positioning GSEI in the regional market of educational services; the structure of strategic management of the process of positioning GSEI in the regional market of educational services.

The thesis is substantiated that the technology of using the model of managing the process of positioning GSEI in the regional market of educational services is based on creating and implementing a set of innovations for continuous quality assurance of educational services, formation and maintenance of strong unique positions. services, and as a result – increasing the level of competitiveness and systemic development of GSEI .

An empirical achievement of the study, which has applied significance, is the built model of management of the process of positioning GSEI in the regional market of educational services. The main elements of the management model of the process of positioning GSEI in the regional market of educational services are defined: goal-setting, theoretical and methodological, content-structural and analytical-effective components. One of the main tasks of the model is the formation and consolidation of a unique strong effective position of the educational institution in the market of educational services.

Management of the process of positioning GSEI in the regional market of educational services is considered as a specific function of management, with the presence of relevant general functions of management: planning, organizing, motivating, controlling and regulating. In particular, the reasons that determine the need to plan the process of positioning GSEI in the regional market of educational services and its main components are identified.

In the course of the dissertation research the following tasks were solved:

1. On the basis of scientific and scientific-methodical literature the essence of the process of positioning the institution of general secondary education in the market

of educational services is analyzed, its key structural elements are specified and defined.

2. Theoretical bases of management of process of positioning of establishment of general secondary education are considered and its features in the regional market of educational services are defined.

3. Developed, scientifically substantiated and experimentally tested model of management of the process of positioning ZSSO in the regional market of educational services.

4. The technology of introduction of the model of management of the process of positioning ZSSO in the regional market of educational services is described.

5. Methodical recommendations to the heads on the management of the process of positioning the institution of general secondary education in the regional market of educational services have been developed.

A total of 2574 people took part in the experimental implementation and testing of the model of managing the process of positioning GSEI in the regional market of educational services on the basis of national-patriotic values, including 59 GSEI leaders, 570 teachers, 1920 students and 25 public representatives.

The effectiveness of the positioning process is established on the basis of the total final indicator of each element of the above process.

As a result of the implementation of the management model of the process of positioning the institution of general secondary education in the regional market of educational services in Odessa region, 57 huts have been formed and are functioning effectively (Annex).

57 centers for national-patriotic education of student youth – basic organizational units of the All-Ukrainian Children's and Youth Military-Patriotic Game «Falcon» («Jura») as strong effective positions of secondary schools based on national-patriotic values, formed in Berezovsky district of Odessa region (4), Bolgrad district of Odessa region (3), Izmail district of Odessa region (9), in Odessa district of Odessa region (23), Podolsk district of Odessa region (11), Rozdilnyansky district of Odessa region (7).

Kureni, as strong effective positions of general secondary education institutions on the basis of national and patriotic values, are registered by the General Staff of the game or on its behalf – the regional headquarters, in accordance with paragraph 14 of the Regulations on the All-Ukrainian Children's and Youth Military-Patriotic Game ), approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of 17.10.2018 № 845 «Some issues of children's and youth military-patriotic education».

The Order of the Ukrainian State Center for National-Patriotic Education, Local History and Tourism of Student Youth of April 2 № 29-A «On the Procedure for Registration of Tents of the All-Ukrainian Children's and Youth Military-Patriotic Game» Falcon «youth military-patriotic game «Falcon» («Jura»).

Based on the results of the analysis of the main aspects of the implementation of the model of managing the process of positioning general secondary education in the regional market of educational services based on national-patriotic values, we can say its effectiveness in improving positioning.

Kureni as centers for national-patriotic education of students are defined as strong current unique positions in the process of positioning general secondary education in the regional market of educational services and at the national level.

It should be noted that the managerial problem of positioning the institution of general secondary education in the regional market of educational services is insufficiently covered in scientific theory, practice and requires further study, research and development.

**Key words:** positioning, positioning process management, values, position, positioning process management model, general secondary education institution.

# СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

## Наукові праці, в яких опубліковано основні результати дисертації

### Колективні монографії

1. Дмитрук З.А. Управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг засобами формування національно-патріотичних цінностей. *Тенденції та проблеми управління закладами освіти: виклики XXI ст.*: кол. монографія / за наук. ред. М.О. Кириченка. Київ : ДЗВО «Ун-т менедж. освіти», 2021. С. 41–52.

### Статті у фахових виданнях

2. Дмитрук З.А. Освітній проект «Партнерство як ресурс» – інструмент реалізації процесу позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг». *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах* : зб. наук. праць. / [редкол.: А.В. Сущенко (голов. ред.) та ін.]. Запоріжжя : КПУ, 2019. Вип. 63. Т. 1. 162 с. URL: [http://www.pedagogy-journal.kpu.zp.ua/archive/2019/63/part\\_1/25.pdf](http://www.pedagogy-journal.kpu.zp.ua/archive/2019/63/part_1/25.pdf) (дата звернення: 15.10.2021).

3. Дмитрук З.А. Управління процесом позиціонування закладів загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг як проблема управлінської теорії. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*: зб. наук. праць / [редкол.: А.В. Сущенко (голов. ред.) та ін.]. Запоріжжя : КПУ, 2019. Вип. 65.

4. Дмитрук З.А. Стратегії позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг. *Науковий Часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи*: зб. наук. праць / М-во освіти і науки України, Нац. пед. ун-т імені М.П. Драгоманова. Київ : Видав. дім «Гельветика», 2020. Вип. 72. Т. 1. 296 с.

5. Дмитрук З.А. [Концептуальна складова частина моделі управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг.](#) *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський зб. наук. праць молодих вчених Дрогобицького держ. пед. ун-ту імені Івана Франка*

/ [ред.-упоряд.: М. Пантюк, А. Душний, І. Зимомря]. Дрогобич : Видав. дім «Гельветика», 2020. Вип. 32. Т. 1. 268 с.

6. Дмитрук З.А. Результативність впровадження моделі управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг на основі національно-патріотичних цінностей. *Перспективи та інновації науки. Серія «Педагогіка», «Серія «Психологія», Серія «Медицина»*. 2021. № 3(3). С. 340.

#### **Статті у зарубіжних наукометричних виданнях**

7. Дмитрук З.А. Концептуальні засади побудови моделі управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг. *Scientific Journal «Virtus»*, 2020. № 45. С. 65–70. URL: <http://conference-ukraine.com.ua/ru/virtus/archivej/> (дата звернення: 15.10.2021).

#### **Праці, які додатково відображають наукові результати дисертації**

8. Дмитрук З.А. Формування лідерських якостей у реалізації процесу позиціонування закладів загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг. *Наука і молодь – 2019: пріоритетні напрями глобалізаційних змін*: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ : Навчально-науковий ін-т менедж. та психології ДВНЗ «Ун-т менедж. освіти», 2019. 602 с. Електрон. опт. диск. URL: <http://umo.edu.ua/materiali-konferencij-nimp> (дата звернення: 15.10.2021).

#### **Тези**

9. Дмитрук З.А. Освітній проект «Партнерство як ресурс» у реалізації процесу позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг. *Інноваційні програми і проекти в психології, педагогіці, освіті* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 15–16 берез. 2019 р.; ГО «Інститут інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної інформатики НАН України. Одеса : ГО «Інститут інноваційної освіти», 2019. 112 с. С. 99–103. URL: <http://novaosvita.com/wp-content/uploads/2019/03/PedPsy-Odesa-March2019.pdf> (дата звернення: 15.10.2021).

10. Дмитрук З.А. Проектний менеджмент як технологія управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг. Розвиток сучасної природничо-математичної освіти: реалії, проблеми якості, інновації матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф., 1–5 квіт. 2019 р., м. Запоріжжя; *Електронний зб. наук. праць Запорізького обласного ін-ту післядипломної пед. освіти*. 2019. Вип. № 1(33). URL: [http://www.zoippo.zp.ua/pages/el\\_gurnal/pages/vip33.html](http://www.zoippo.zp.ua/pages/el_gurnal/pages/vip33.html) ISSN 2223-4551 (дата звернення: 15.10.2021).

11. Дмитрук З.А. Освітній проект «Партнерство як ресурс» – інструмент реалізації процесу позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг. *Розвиток професійної майстерності педагога в умовах нової соціокультурної реальності*: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Тернопіль, 11–12 квіт. 2019 р. / уклад. : В.Є. Кавецький, А.В. Вихрущ, О.Я. Жизномірська, Р.Я. Яковишин, С.Б. Гах. Тернопіль : СМП «Тайп», 2019. 625 с. URL: <http://ippo.edu.te.ua/konferenci%D1%97/> (дата звернення: 15.10.2021).

12. Дмитрук З.А. Проектний менеджмент як інноваційний підхід у реалізації процесу позиціонування закладів загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг. *Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки в країнах Європи та Азії*: матеріали XV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.: зб. наук. праць. Переяслав-Хмельницький, 2019. 158 с. С. 47–50.

13. Дмитрук З.А. Формування дієвого позитивного іміджу як стратегія процесу позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг. *Психологія та педагогіка: методика та проблеми практичного застосування*: зб. тез наукових робіт учасників Міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 27–28 груд. 2019 р. Львів : ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2019. Ч. 1. 132 с.

14. Дмитрук З.А. Основні функції управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг. *Трансформація суспільних наук: соціально-економічний, лінгвістичний,*

*політичний та ІТ-виміри: матеріали Міжнар. наук. конф., 11 верес., 2020 р.*  
Дніпро : МЦНД, 2020. Т. 1.

15. Дмитрук З.А. Критерії, показники та рівні оцінки процесу позиціонування закладу загальної середньої освіти на основі національно-патріотичних цінностей. *Педагогіка і психологія: напрямки та тенденції розвитку в Україні та світі: зб. наукових робіт учасників Міжнар. наук.-практ. конф., 16–17 квіт. 2021 р., м. Одеса.* Одеса : ГО «Південна фундація педагогіки», 2021. 164 с.

16. Дмитрук З.А., Котолуп М.А. Управління процесом позиціонування закладу освіти як специфічний вид діяльності. *Збірник тез наукових робіт учасників Міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 23–24 серп. 2019 р.* Львів : ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2019. 176 с.

17. Дмитрук З.А. Позиціонування закладів загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг як елемент освітнього менеджменту. *Тendenції розвитку психології та педагогіки: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Київ : ГО «Київська наукова організація педагогіки та психології», 2019.* Ч. 1. 116 с.

18. Дмитрук З.А. Формування дієвого іміджу закладу загальної середньої освіти як стратегія процесу позиціонування на ринку освітніх послуг. *Актуальні проблеми психології та педагогіки: зб. тез наук.-практ. конф. Харків : Східноукр. організація «Центр педагогічних досліджень», 2019.* 140 с.

19. Дмитрук З.А. Сучасні тенденції управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг. *Психологія і педагогіка: актуальні питання: зб. тез Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 10–11 квіт. 2020 р.* Харків : Східноукр. організація «Центр педагогічних досліджень», 2020. 184 с.

20. Дмитрук З.А. Якість освітніх послуг як чинник реалізації процесу позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг. *Український психолого-педагогічний науковий збірник.* Львів : ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2019. № 17 серпень. С. 147.



звернення: 15.10.2021).

21. Дмитрук З.А. Реалізація процесу позиціонування закладів загальної середньої освіти засобами проєктної технології. *Розвиток ключових компетентностей особистості педагога в умовах реформування освіти*: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з міжнар. участю, 28 трав. 2019 р. Біла Церква – Дніпро : БІНПО ДВНЗ УМО, МВПУПІТ, 2019. 303 с.

22. Дмитрук З.А. Сучасні тенденції державно-громадського управління процесом позиціонування закладу загальної середньої освіти на регіональному ринку освітніх послуг. *Наука і молодь – 2020: пріоритетні напрями глобалізаційних змін*: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ : Навчально-науковий ін-т менедж. та психології ДЗВО «Ун-т менедж. освіти», 2020.

23. Дмитрук З.А. Позиціонування закладів загальної середньої освіти на основі національно-патріотичних цінностей як ресурс з нейтралізації загроз національній безпеці України. *Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці*: матеріали I Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 7 груд. 2020 р. Київ : ДУІТ. 2020. 375 с.