

УДК 378:37.014.3:339.138

DOI 10.18372/2786-823.1.17523

Супрун Дар'я Миколаївна 

доктор педагогічних наук, професор,

Національний педагогічний університет ім. М.П. Драгоманова,

м. Київ, Україна

darya7@ukr.net

ЄВРОПЕЙСЬКІ СТРАТЕГІЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПРОМОЦІЯ КАР'ЄРНОГО РОЗВИТКУ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

***Анотація.** Підняте питання Європейського вибору: освітніх цінностей світового та національного рівня. Визначено актуальні питання ролі університетів у суспільстві, стратегії та тренди їх модернізації, а саме промоції та маркетингу університетів, здійснення профорієнтаційної роботи, сприяння кар'єрному розвитку, інтернаціоналізації освіти тощо. Наведено аналітичний огляд тенденцій розвитку ЗВО як фактору інтеграції до всесвітнього науково-освітнього простору.*

***Ключові слова:** інтернаціоналізація, мобільні міжнародні студенти, іноземні студенти, інклюзія, маркетинг університету.*

***Annotation.** The question of the European choice has been raised: the values of education in the global and national dimensions. Current issues of the role of universities in society, strategies and trends of their modernization, namely the promotion and marketing of the university, the implementation of career guidance, career promotion of students, internationalization of education. An analytical review of trends in the development of higher education in the perspective of integration into the European scientific and educational space is conducted.*

***Key words:** internationalization, mobile international students, foreign students, inclusion, marketing of the university.*

Актуальність статті. Наразі життя нашої Держави поділилося на «до війни» та «під час війни». Не залишилась осторонь й психологічна освіта. Проведення процесів згуртованості освіти в умовах війни має відбуватися з огляду на такі основні складові базиси: ідея, стратегія, результат. Дана консолідація імплементує здобутки інклюзії, як соціальної, так й у сфері психологічної освіти, популяризацію передового інноваційного досвіду надання якісних загальносоціальних та психологічних послуг; обмін досвідом психолого-педагогічного та соціального супроводу фахівцями зі створення інклюзивного середовища тощо. Вузи покликані удосконалювати професійну підготовку, значимість якої підвищується в зв'язку з інтеграційними процесами в суспільстві, реалізацією принципу «суспільство для всіх» в умовах воєнного стану. Існує потреба у вирішенні проблеми підготовки фахівця на науково-методичному рівні – потреба в усуненні протиріч між теорією і практикою. Вищеназвані тенденції зумовлюють потребу у виявленні стратегії підготовки у сфері психологічної освіти і розробці концепції, моделі і соціально-педагогічних умов професійної підготовки фахівця, здатного надавати кваліфіковану допомогу. Опанування зарубіжним досвідом в площині підготовки фахівців галузі психологічної освіти, становить одне з завдань професійної підготовки зазначеної категорії фахівців за умови Євроінтеграції навіть в умовах воєнного стану.

Мета статті – розкрити Європейські стратегії модернізації вищої освіти - промоцію кар'єрному розвитку майбутніх фахівців.

Результати дослідження. Розширення міжнародних зв'язків й інтеграція до європейської спільноти, необхідність пошуку конструктивних ідей щодо вирішення проблем оптимізації та інтенсифікації формування технічної, іншомовної та інших варіативних професійних компетенцій – об'єктивна реальність розвитку освіти сьогодення. Розглядаючи інтернаціоналізацію освіти як про аспект становлення глобального простору вищої школи (зовнішня – міжнародна академічна мобільність та внутрішня – впровадження світових стандартів, навчальних курсів, міжкультурних програм тощо), необхідністю

постає окреслення питання Європейського вибору: освітніх цінностей у світового та національного рівня. Наразі маємо змогу поділитися досвідом обміну науковими здобутками між факультетом спеціальної та інклюзивної освіти НПУ ім. М.П. Драгоманова та профілюючими факультетами європейських держав: робочого візиту до одного з найстаріших і провідних університетів Італії (Sapienza University, Rome), з освітньої подорожі «Стратегія і тренди, що підтримують розвиток і модернізацію університетів» у рамках проекту «Зміни педагогічних факультетів та університетів у XXI ст.» до Чеської Республіки (Masaryk University, Brno та Tomas Bata University, Zlin), з дослідницької співпраці з польською науковою спільнотою (The John Paul II Catholic University, Lublin) тощо. Зазначимо, що інтеграція університетів в світові процеси сприяє оновленню науковоосвітнього, особистісного й організаційного потенціалу ЗВО на індивідуальному, інституціональному й системному рівнях. Тож, наразі маємо змогу провадження та примноження інноваційного досвіду європейського зразку, що має здійснюватися за умови раціонального поєднання з новаторським доробком українських вчених-організаторів вищої школи на царині сучасної освіти в умовах соціальної згуртованості. Важливість вищезазначених аспектів контексті соціальної інклюзії та інклюзивної освіти й зумовило наш дослідницький інтерес [1 - 3].

Інтегральною **метою** є формування єдиної думки загалу відносно шляхів утворення та впровадження в українське суспільство новоствореної парадигми інклюзивного середовища як основи соціальної захищеності, відповідальності та соціальної згуртованості в умовах сучасних інтеграційних викликів засобом формування соціально-корпоративної відповідальності та зобов'язаності університетів і зміцнення згуртованості загалу [4].

Саме актуальні питання ролі університетів у суспільстві, стратегії та тренди їх модернізації, промоції та маркетингу, сприяння кар'єрному розвитку, інтернаціоналізації освіти набувають беззаперечної значущості. Захоплюють своєю різноаспектністю та багатофункціональністю Центри розвитку кар'єри в університетах, що керуються гаслом: Чим Вам допомогти?

Задля зручності практичного зорієнтування фахівці даних центрів виокремлюють 4 типи студентів:

1. Маю бажання краще пізнати себе.
2. Маю бажання знати свої можливості.
3. Маю бажання вчитися та розвиватися.
4. Починаю діяти!

Розпочнемо з керування 1. Маю бажання краще пізнати себе:

- Я не впевнений(на) в тому, що хочу робити.
- Маю бажання усвідомити, чим можу займатися в майбутньому.
- Потрібно порадитися щодо....

Для даного типу провадяться:

- Кар'єрні консультації.
- Воркшопи.
- Development центри [5].

Кар'єрні консультації надають відповіді на наступні питання: Хто я? Що мені підходить? Де я можу реалізуватися за спеціальністю? Мені б хотілося.... Але як цього досягти? Та поділяються на: індивідуальні, вступні, подальші послуги (кар'єрний план, коучінг, професійні тести та діагностика...).

Кар'єрні воркшопи можуть бути направлені на розкриття наступних тем: Як будувати кар'єру у 21 столітті; Time management для випускної роботи; Психологічна витривалість тощо.

Development центри надають допомогу у визначенні наступних аспектів, як: з'ясувати сильні сторони; з'ясувати, які компетенції розвинути; отримати відгуки щодо своїх вмінь.

Наступним розглянемо тип 2. Маю бажання знати свої можливості, що має такі установки:

- Я здогадуюсь, ким би я хотів(ла) працювати.
- Хочу дослідити свої можливості на ринку праці.
- Хочу зустрітися з роботодавцями тощо.

Для даного типу провадяться такі заходи, як:

- Ярмарки праці.
- Акції з роботодавцями.
- Кар'єрний портал JobCheckIN.

Ярмарок JobChallenge пропонує наступне: З'ясуйте свої можливості на ринку праці. Отримайте контакти. Підготуйтеся до зустрічі з фірмами завдяки Консультаційному HUBу.

Розглянемо *Кар'єрний портал JobCheckIN*. Його мета надати: пропозиції стажувань, повних і неповних ставок тощо; актуальну інформацію з ринку праці; можливість прямого звернення роботодавця [5; 6].

Зупинимося на типі 3. Маю бажання вчитися та розвиватися, що керується такими установками, як:

- Я хочу бути краще і отримати досвід.
- Даний досвід має бути від фахівців-практиків.
- Маю бажання розвивати свої вміння.

Для даного типу проводяться наступні заходи:

- Курс «Кар'єрний старт».
- Акції та курси для розвитку.
- Воркшопи з фірмами.

Курс «Кар'єрний старт» змістовно наповнений розкриттям таких аспектів, як: як міркувати про кар'єру; ідентифікація сильних сторін; які вимоги до пошукувачів мають організації, фірми, установи тощо; підготовка до співбесіди; як опанувати стрес; де і як шукати роботу; яким чином та засобом чого бути креативним; чи можна навчитися креативності.

Йї, наостанок, тип 4. Починаю діяти!, що є майже підготованим до кар'єрних звершень:

- Мені потрібно відкорегувати біографію.
- Мене чекає співбесіда, хочу підготуватися.
- Шукаю роботу мрії.

Тож задля даного типу проводяться наступні заходи:

- Підготовчі співбесіди.

- Консультування, корегування резюме (CV Clinic).
- Assessment центри.

Підготовчі (попередні) співбесіди (Interview Preparation) допоможуть, якщо: ви не маєте уяви, чого очікувати; є у стані стресу; не маєте уяви щодо частих запитань від роботодавців; та маєте надію отримати відгук.

CV Clinic пропонують в свою чергу: допрацюємо біографію, мотиваційний лист і LinkedIn.

Assessment центри ж, у свою чергу, сприяють у визначенні думки стосовно кандидатури (чого ви варті відносно інших кандидатів, але лише віч-на-віч). Беззаперечним є внесок студентів у боротьбі з пандемією, що також сприяв формуванню вищезазначеної думки. Медичні заклади, школи, дитячі будинки, соціальні інституції, колл-центри...це далеко не всі соціальні локації, де вони є задіяні у такі нелегкі часи. Даний факт має місце як за кордоном, так і на теренах України [5; 7].

Як вищезазначено, актуальним є підняття питання ролі університетів у суспільстві, стратегії та тренди їх модернізації, а саме промоуції та маркетингу університету. Тож, *Маркетинг факультету є частиною розвитку університету та має містити наступні складові:*

- Дотримання єдиного візуального стилю університету.
- Керівництво маркетинговою діяльністю в рамках факультетів.
- Комунікацію з партнерами факультетів та забезпечення договорів (меморандуми про співпрацю) [8].
- Організацію факультетських акцій (Campus Day, Гриль із деканом, Новорічна зустріч у кампусі, святкування ... -ліття заснування, День відчинених дверей, акції для студентів і співробітників тощо) [9].
- Підтримка окремих відділів, кафедр у комунікації.
- Обмін досвідом, взаємодопомога у поширенні інформації.

Переваги навчання: безоплатність, встановлений термін (бак. програми 3+1; маг. програми 2+1 обмежень у віці), поєднання авчання та роботи.

Промоція / популяризація є безумовним трендом розвитку університету.

Комунікаційні інструменти, якими користується університет:

– реклама (advertising) – онлайн: веб-банери, портали, соц.мережі, оголошення, преса...;

– зв'язки з громадськістю (public relation) – тексти, статті, співпраця з ректоратом;

– база даних абітурієнтів;

– прямий маркетинг (direct marketing) – комунікація з абітурієнтами;

– відео, фото – цікавий матеріал для соц. мереж;

– Content marketing – створення цікавого змісту;

– Info marketing – інформація для абітурієнтів, співробітників, студентів [9].

Public Relations – важлива складова комунікації...: комунікувати, комунікувати, комунікувати... з усіма внутрішніми та зовнішніми цільовими групами. Адже саме внутрішня комунікація (PR) є важливою та досить часто не буває в пріоритеті...(співробітники, студенти, випускники). До основної зовнішньої цільової групи належать абітурієнти та їх батьки. Інші цільові групи (за окремими пропозиціями): фахова спільнота – тренери, менеджери клубів, науковці, спортсмени – професіонали, аматори, спеціальні групи: люди похилого віку, онкохворі, широка громадськість (державні організації, школи, клуби тощо). Визначимо мету даної комунікації.

Основна:

– Популяризація науки і досліджень.

– Освіта суспільства.

Дотична:

– Покращення іміджу.

– Авторитетність.

– Університет у ролі новатора – носія революційних думок (гасло: *ми сучасні, є на моменті, привносимо новину, завдаємо напрям...).*

Вплив на цільові групи забезпечується різноманітням тем та комунікаційних каналів, комунікаційних платформ. Формати виступів надають

можливість публікації. Але статті, пости, повідомлення мають відповідати таким вимогам, як: однаковий дизайн (Canva); єдиний шаблон для передачі даних; інфографіка, графіки тощо.

Зазначені формати є новітніми та варіативними:

- Навчальні instastories, пости.
- Графічні банери з інфографікою.
- Відео – інтерв'ю, репортажі, методичні матеріали.
- Підкасти – актуальні цікаві теми.
- Стріми – спрямовані на актуальні проблеми.

Отже, розширення міжнародних зв'язків й інтеграція до європейської спільноти сприяє зростанню значущості й *міжнародного маркетингу* [5; 10].

Централізовано забезпечується даний аспект Центром міжнародної співпраці університету. Сфери співпраці з зарубіжними університетами: програми обміну (Erasmus +,), літні школи, воркшопи, конференції тощо.

Форми популяризації:

- Онлайн банери, пости і відео у соц.мережах.
- Пропаганда на FB та Instagram.
- Прямі контакти з іноземними університетами.

Міжнародна діяльність: ідеї та пропозиції для міжнародної діяльності імплементуються у таких сферах: лекції іноземних викладачів – включно з віртуальними, COIL-курси – Collaborative International Online Learning, навчання онлайн і COIL-навчання, викладання англійською. Дійсно, усі довгострокові види діяльності спрямовані на створення навчальних програм англійською [2; 3]. *Міжнародне навчання он-лайн (on-line international learning)* забезпечується наступними складовими: спільними проектами університетів; важливістю створення для студентів такого спільного завдання, над яким вони працюватимуть у міжнародній команді; перевагами підвищення міжнародних управлінських та мовних компетенцій; толерантністю до різноманітності варіативних поглядів на навчання тощо. COIL сприяє розвитку наступних складових процесу інтернаціоналізації освіти: емоційна змагальність,

міжкультурні компетенції, когнітивна компетенція, міжкультурна комунікація. Отже, модель *COIL (Collaborative on-line international learning)* – аудиторія: об'єднана світова спільнота; співпраця – студенти та викладачі співпрацюють заради спільної мети; міжнародний досвід – і студенти, і викладачі здобувають новітній міжнародний досвід; *студентськоцентриська стратегія*: викладач надає стратегію, що спонукає студентів співпрацювати для створення продукту, який показує результат; *спілкування ключове*: щоб досягти результату, викладачі та студенти мають постійно бути у конекті; *мовні виклики*: попри те, що англійська є офіційною мовою, учасник вчаться спілкуватися й іншими мовами, допомагають новітні технології [4; 5].

Висновки. Отже, інтеграція Вищої школи в глобалізаційні процеси активує оновлення науковоосвітнього, особистісного й організаційного потенціалу університетів на індивідуальному, інституціональному й системному рівнях. Розширення міжнародних зв'язків й інтеграція до європейської спільноти, необхідність пошуку конструктивних ідей щодо вирішення проблем оптимізації та інтенсифікації формування технічної, іншомовної та інших варіативних професійних компетенцій в епісі діджиталізації – об'єктивна реальність розвитку освіти сьогодення. Дякуємо Університетам країн-партнерів за можливість підтримувати міжнародну співпрацю та ще з більшою віддачею та наснагою робити свою справу та поширювати ідеї інтелектуального, раціонального, позитивного задля розвитку соціуму, де немає місця війні....

Список використаних джерел

1. Супрун Д.М. Професійна підготовка психологів в галузі спеціальної освіти. монографія. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2017. 392 с.
2. Супрун Д.М. Модернізація змісту професійної підготовки психологів в галузі спеціальної освіти: монографія. Київ: Вид-во НПУ імені М.П.Драгоманова, 2018. 492с.

3. Супрун Д. М. Теорія та практика професійної підготовки психологів в галузі спеціальної освіти: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.03. Київ, 2018. 657 с.

4. Супрун Д.М. Psychology of Management (Психологія Управління): навчально-методичний посібник для студентів, слухачів магістратури та практикуючих психологів. – Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2021. 384 с.

5. Супрун М.О. Корекційне навчання учнів допоміжних закладів освіти: витоки, становлення та розвиток (друга половина ХІХ-перша половина ХХ ст.): монографія. Київ: Вид. КЮІ МВСУ Паливода А.В., 2005. 350 с.

6. Suprun D. Formation of the Primary School Teachers' Information Competency in Postgraduate Education WEB OF SCIENCE Published: Sep. 2020 in Postmodern Openings.

7. Suprun D., Griban G., Okhrimenko I. Formation of Psychophysical Readiness of Cadets for Future Professional Activity *The Open Sports Sciences Journal*, 2021, 14: 1-8 Electronic publication date: 22/03/2021 [Collection year: 2021] SCOPUS. URL: <https://opensportssciencesjournal.com/VOLUME/14/PAGE/1/FULLTEXT> (last accessed 2022/09/28).

8. Sheremet M., Suprun M., Suprun D. Future Psychologists' Readiness to Work in Conditions of Social Cohesion in Education WEB OF SCIENCE Published: Sep. 2020 in *International Journal of Applied Exercise Physiology*.

9. Zhuravlova L., Sheremet M., Dmytriieva I., Suprun D. State of formation of motivation as one of the structural-functional components of speech development of primary schoolchildren with dysgraphia. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*. 2020. Vol. 24, Issue 08. P. 8985–8999. URL: <https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I8/PR280893> (last accessed 2022/09/28).

10. Zhuravlova L., Sheremet M., Suprun D., Fedorenko S., & Dubiaha S. Results of the Examination of Primary School Students By Means of Speech Therapy Screening. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 2021. 12(1), 326-342. URL: <https://doi.org/10.18662/brain/12.1/185> (last accessed 2022/09/28).