

АКТУАЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КЕРІВНИКА ЗАГАЛЬНООСВІТНЬОЇ ШКОЛИ ПРИ ПІДГОТОВЦІ КЕРІВНИХ КАДРІВ

Лучко О.М., *аспірант*
Сумський державний педагогічний університет
ім. А.С.Макаренка

Зростання інтелектуального потенціалу українського суспільства в ХХІ столітті, задоволення сучасних потреб особистості в отриманні освітніх послуг є складовими цілей державної політики України в освітній сфері. Прийняті в Україні закони й програми (Закон України «Про освіту» (1991 рік), Державна національна програма «Освіта» (Україна ХХІ століття) (2002 рік), Національна доктрина розвитку освіти (2002 рік), Закон України «Про інноваційну діяльність» (2002 рік), Концепція розвитку освіти України (2005 рік), урядовий проект «Український прорив» (2008 рік), проект «Національна стратегія розвитку освіти України на 2012-2021 роки», Національна доповідь про людський розвиток «Україна: на шляху до соціального залучення» (2011 рік)» визнають освіту пріоритетною сферою соціально-економічного, духовного й культурного розвитку суспільства. Перехід економіки України на ринкові засади об'єктивно вимагає впровадження модернізаційних процесів у сфері освітніх послуг. Разом із тим, процес реформування системи управління загальноосвітньою школою ускладнюється в умовах соціальної невизначеності та економічної кризи, що характерні для сучасного етапу розвитку суспільства.

Є всі підстави стверджувати, що соціальна значущість проблеми маркетингової діяльності керівника загальноосвітньої школи підсилюється наявними суперечностями між: потребою ринку освітніх послуг України у використанні комплексу маркетингу в процесі управління загальноосвітніми школами й недостатнім рівнем маркетингової діяльності керівників; сучасними запитами щодо організації управлінської діяльності керівників загальноосвітніх закладів та недостатньою розробленістю теоретичних та організаційно-педагогічних засад маркетингової діяльності керівника загальноосвітнього навчального закладу в умовах розвитку ринку освітніх послуг; необхідності підвищення якості управління та відсутністю розробленої системи маркетингової діяльності керівника загальноосвітнього закладу, її наукового обґрунтування та відповідного організаційно-педагогічного забезпечення.

Отже, недостатня теоретична розробленість указаної проблеми, її практична значущість зумовлює необхідність розробки системи маркетингової діяльності керівника сучасного загальноосвітнього навчального закладу та її організаційно-педагогічного забезпечення.

Отримані результати щодо змісту, структури та організаційно-педагогічного забезпечення системи маркетингової діяльності керівника загальноосвітньої школи можуть бути включені до змісту навчальних курсів «Сучасні теорії управлінської діяльності», «Маркетинг в освіті» та використані керівниками загальноосвітніх навчальних закладів, їх заступниками в процесі управлінської діяльності на сучасному етапі розвитку ринку освітніх послуг.