

МИСТЕЦТВО КОМУНІКАЦІЇ КОНТАКТНОГО ПЕРСОНАЛУ В АСПЕКТІ ІНКЛЮЗИВНОСТІ – НЕОБХІДНА СКЛАДОВА МАРКЕТИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

С.В. ТКАЧУК,

к.е.н., Національний університет харчових технологій

С.А. СТАХУРСЬКА,

к.е.н., Національний університет харчових технологій

В.О. СТАХУРСЬКИЙ,

Національний університет харчових технологій

Актуальність дослідження. Маркетинг освітніх послуг є важливою складовою у формуванні конкурентоспроможного освітнього продукту. Однією з вимог маркетингу є врахування потреб клієнтів, які, в сфері освіти, повинні розглядатись як різноманітні особистості зі своїми відмінностями. Важливою задачею є створення гармонійного інклюзивного освітнього простору для різноманітних клієнтів (учнів), надання їм хард- та софт-скілс, можливостей розкриття своїх талантів.

Метою дослідження є окреслення основних вимог до освітянина (вчителя, педагога, викладача) в аспекті формування толерантного інклюзивного середовища освіти.

Методи дослідження: систематизації, індукції та дедукції, узагальнення.

Результати дослідження. Сформовані основні вимоги до освітянина щодо формування толерантного інклюзивного середовища освіти, розроблено коло толерантності для надання інклюзивних освітніх послуг для учнів із особливостями аутистичного спектру.

Галузь застосування результатів: результати дослідження можуть застосовуватись у сфері маркетингу освітніх послуг.

Висновки. Сучасний підхід до освіти передбачає інклюзію, створення гармонійного освітнього простору для різних учнів, а не відмежування «особливих дітей» у спеціальні школи. Тобто сучасний освітній маркетинг вимагає від освітянина вмінь працювати з різними клієнтами, і при цьому важливо забезпечити гармонійність та толерантність між усіма учасниками освітнього процесу. У статті запропоноване та відображене схематично коло толерантності, яке має сформу-

вати викладач при наданні інклюзивних освітніх послуг, коли серед учнів є діти із високо функціональним аутизмом. Учасниками цього кола є всі учні класу (групи) та вчитель (викладач), який виступає так званим творцем та модератором кола. Також гармонійне функціонування кола толерантності забезпечують три напрями роботи (або три філософії освітнього сервісу): 1) повага до особливостей учня та його права на особистий простір; 2) вмiле не нав'язливе залучення учня-аспі до суспільного життя групи; 3) безпосередньо формування толерантної атмосфери в групі. Наданий перелік «стоп-слів» або найпоширеніших слів-помилки, які вчителі часто вживають щодо дітей-аутистів із найкращими намірами, але які при цьому можуть руйнувати психіку учня. Розглядається оптимальний формат навчання для гармонійного освітнього простору: онлайн-школи у поєднанні із не нав'язливими очними заходами різного спрямування.

Ключові слова: маркетинг освітніх послуг, інклюзивна освіта, мистецтво комунікацій, коло толерантності, гармонійне освітнє середовище, люди-аспі.

ИСКУССТВО КОММУНИКАЦИИ КОНТАКТНОГО ПЕРСОНАЛА В АСПЕКТЕ ИНКЛЮЗИВНОСТИ – НЕОБХОДИМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

**С.В. ТКАЧУК
С.А. СТАХУРСКАЯ,
В.А. СТАХУРСКИЙ**

Актуальность исследования. Маркетинг образовательных услуг является важной составляющей в формировании конкурентоспособного образовательного продукта. Одним из требований маркетинга является учет потребностей клиентов, которые, в сфере образования, должны рассматриваться как разнообразные личности со своими отличиями. Важной задачей является создание гармоничного инклюзивного образовательного пространства для разнообразных клиентов (учащихся), предоставление им хард- и софт-скиллс, возможности раскрытия своих талантов.

Целью исследования является определение основных требований к педагогу (учителю, педагогу, преподавателю) в аспекте формирования толерантной инклюзивной среды образования.

Методы исследования: систематизации, индукции и дедукции, обобщение.

Результаты исследования. Сформированы основные требования к педагогу относительно формирования толерантной инклюзивной среды образования,

разработан круг толерантности для предоставления инклюзивных образовательных услуг для учащихся с особенностями аутистического спектра.

Область применения результатов: *результаты исследования могут применяться в сфере маркетинга образовательных услуг.*

Выводы. *Современный подход к образованию предполагает инклюзию, создание гармоничного образовательного пространства для разных учащихся, а не отграничение «особых детей» в специальные школы. То есть современный образовательный маркетинг требует от педагога умения работать с разными клиентами, и при этом важно обеспечить гармоничность и толерантность между всеми участниками образовательного процесса. В статье предложен и отражен схематически круг толерантности, который должен сформировать преподаватель при предоставлении инклюзивных образовательных услуг, когда среди учащихся есть дети с высокофункциональным аутизмом. Участниками этого круга являются все учащиеся класса (группы) и учитель (преподаватель), который выступает так называемым творцом и модератором круга. Также гармоничное функционирование круга толерантности обеспечивают три направления работы (или три философии образовательного сервиса): 1) уважение особенностей учащегося и его права на личное пространство; 2) умелое ненавязчивое вовлечение ученика-аспи в общественную жизнь группы; 3) непосредственно формирование толерантной атмосферы в группе. Представлен перечень «стоп-слов» или самых распространенных слов-ошибок, которые учителя часто употребляют в отношении детей-аутистов с лучшими намерениями, но которые могут разрушать психику ученика. Рассматривается оптимальный формат обучения для гармоничного образовательного пространства: онлайн-школы в сочетании с ненавязчивыми очными мероприятиями разной направленности.*

Ключевые слова: *маркетинг образовательных услуг, инклюзивное образование, искусство коммуникаций, круг толерантности, гармоничная образовательная среда, люди-аспи.*

**THE ART OF COMMUNICATION OF CONTACT PERSONNEL IN THE ASPECT
OF INCLUSIVENESS - A NECESSARY COMPONENT OF MARKETING OF
EDUCATIONAL SERVICES**

*S. TKATCHUK,
S. STAKHURSKA,
V. STAKHURSKIY*

Relevance of research. Marketing of educational services is an important component in the formation of a competitive educational product. One of the requirements of marketing is to take into account the needs of customers, who, in the field of education, should be considered as diverse individuals with their differences. An important task is to create a harmonious inclusive educational space for various clients (students), providing them with hard and soft skills, opportunities to discover their talents.

The purpose of this study is outlining the basic requirements for the educator (teacher) in terms of forming a tolerant inclusive educational environment.

Research methods: systematization, induction and deduction, generalization.

Research results. The basic requirements to the educator concerning formation of the tolerant inclusive environment of education are formed, the circle of tolerance for rendering of inclusive educational services for pupils with features of an autistic spectrum is developed.

Scope of the results: the results of the research can be applied in the field of marketing of educational services.

Conclusions. The modern approach to education involves inclusion, the creation of a harmonious educational space for different students, rather than the separation of "special children" in special schools. That is, modern educational marketing requires from the educator the ability to work with different clients, and at the same time it is important to ensure harmony and tolerance between all participants in the educational process. The article proposes and schematically reflects the range of tolerance that should be formed by the teacher in the provision of inclusive educational services, when among students there are children with highly functional autism. Participants in this circle are all students of the class (group) and the teacher (teacher), who acts as the so-called creator and moderator of the circle. Also, the harmonious functioning of the circle of tolerance is ensured by three areas of work (or three philosophies of educational service): 1) respect for the characteristics of the student and his right to personal space; 2) skillful non-intrusive involvement of the student-aspi in the social life of the group; 3) directly the formation of a tolerant atmosphere in the group. A list of "stop words" or the most common mistake words that teachers often use in relation to children with autism with the best intentions, but which can destroy the student's psyche. The optimal learning format for a harmonious educational space is considered: online schools in combination with non-intrusive face-to-face activities of various directions.

Keywords: marketing of educational services, inclusive education, art of communi-

ation, circle of tolerance, harmonious educational environment, Aspie people.

Постановка проблеми. Сучасний освітній сервіс не можливий без маркетингового підходу, зокрема без формування іміджу закладу та врахування вимог ринку. Мистецтво комунікації контактного персоналу є одним із ключових чинників іміджу освітнього закладу, а нові вимоги потребують врахування вимог усіх клієнтів, зокрема інтеграцію клієнтів з особливими потребами у загальний освітній процес.

Аналіз останніх досліджень та публікацій з проблеми. Питанням маркетингу освітніх послуг присвячені праці багатьох вчених [2, 4, 7]. Окрема увага приділяється аспектам толерантності та інклюзивності в освіті [1, 3, 5, 6]. Втім відносно небагато праць присвячено питанню інклюзивності в освіті як необхідній складовій освітнього маркетингу, зокрема щодо дітей та підлітків із особливостями аутистичного спектру.

Мета статті. Окреслити основні вимоги до освітянина (вчителя, педагога, викладача) в аспекті формування толерантного інклюзивного середовища освіти для учнів із особливостями аутистичного спектру.

Виклад основного матеріалу.

Сучасний освітній маркетинг не можливий без інклюзивного підходу до надання освіти. Поняття інклюзивності, нажаль, часто або не враховується, або сприймається вузько, лише як встановлення пандусів. Насправді інклюзивність має трактуватись ширше, спрямовуючи маркетолога від поняття «стандартний клієнт» до поняття «екстремальний клієнт». У цій статті йтиметься не про всі аспекти інклюзивності, а лише про один, який на практиці досить часто лишається поза увагою: інклюзивність для людей з особливостями аутистичного спектру, а саме легких форм аутизму (високофункціональний, синдром Аспергера (далі – люди-аспі)), які не потребують навчання у спеціалізованих закладах. Ми говоримо про синдром, який не знижує когнітивні та мовленнєві функції, але пов'язаний із вродженими особливостями, що на практиці призводить до проблем із налагодженням соціальних комунікацій. Існує багато дискусій щодо того, чи вважати це хворобою, чи особливістю. Ми схильні до другої позиції. Однозначно «вилікувати» таку людину – це практично зруйнувати її сутність, і способи лікування на даний час невідомі. Завдання психолога, вчителя, викладача має бути спрямоване на те, щоб навчити людину-аспі приймати себе та свої особливості, а також набути навички соціальної взаємодії, які необхідні для життя в суспільстві та навчитись встановлювати комфортабельний баланс між власним світом та соціальною взаємодією. Вчителю (у цій статті йдеться саме про освітню сферу) важливо виконати ці завдання вже з перших років навчання дитини, з дитячо-

го садочку чи молодших класів. У протилежному випадку можуть мати місце деструктивні моделі поведінки учня, зростання соціальної тривожності та зниження самооцінки, буллінг з боку однокласників. На рис. 1 подане коло толерантності, ключову роль у формуванні якого відіграє вчитель. Розглянемо його детальніше.

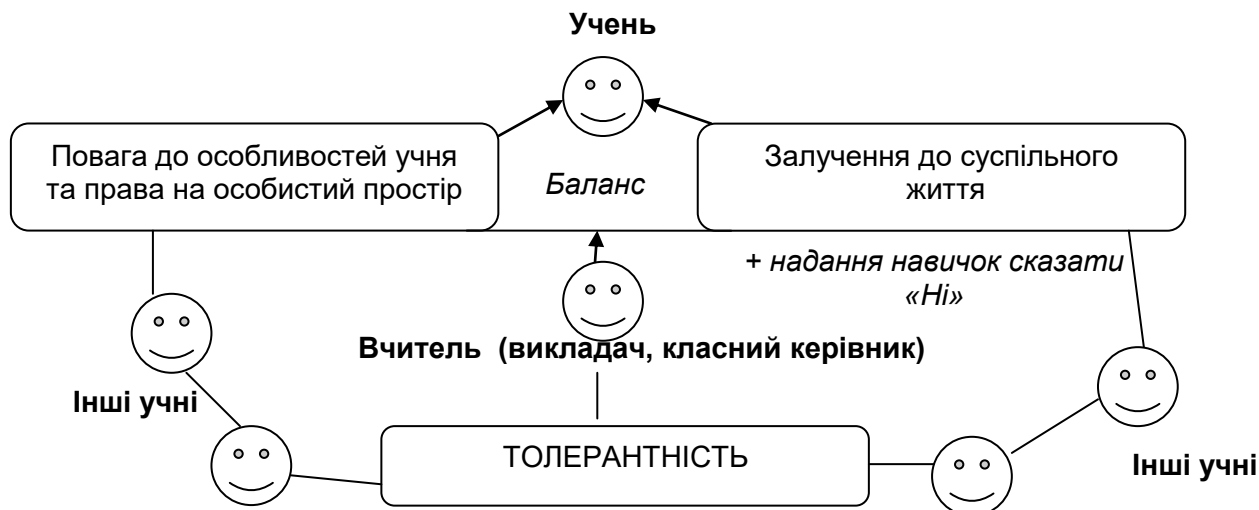


Рисунок 1. Коло толерантності при наданні інклюзивних освітніх послуг для людей-аспі
[розроблено авторами]

1. Повага до особливостей учня та його особистого простору. Це одна з ключових умов. Навіть якщо у класі немає учнів із синдромом Аспергера, вчитель повинен розуміти, що всі люди різні, і без індивідуального підходу неможливо налагодити якісний освітній сервіс. Якщо ж йдеться про людину-аспі, особливості можуть бути наступні: сильна втомлюваність від соціальних взаємодій, потреба в часі на відпочинок, підвищена потреба в тиші під час роботи, можлива менша фізична спритність, ніж в інших дітей, проблеми із невербальною комунікацією, втома від погляду в очі, можлива менша обізнаність у мейнстрімах, притаманних для віку дитини. Варто пам'ятати, що учню із синдромом аспі потрібно більше особистого простору, а соціальна взаємодія, яка в інших людей не викликає жодних труднощів, потребує від людини-аспі значних витрат і вони часто відчують себе виснаженими. Нижче наведені типові фрази, які люди-аспі часто можуть чути від вчителів, і яких вчителі мають уникати при комунікаціях:

- «Чому ти такий сором'язливий (скромний)?», «Не соромся»... - насправді людина-аспі не обов'язково є сором'язливою. Цю стигму їй прив'язують через незрозуміння її

особливостей. Часто такі учні мають глибокі захоплення, іноді нетипові для однолітків, тому типові ігри й розмови не завжди викликають інтерес і людина здається мовчазною. Також люди-аспі можуть яскраво переживати емоції глибоко в собі, а вираз обличчя залишатися незмінним. Постійне повторення стереотипних фраз про сором'язливість чи, ще гірше, скромність може знижувати самооцінку учня: діти й особливо підлітки не хочуть бути сором'язливими, тим більше, що учень не відчуває сором'язливість, він просто реагує й бачить світ по-іншому. Чуючи такі фрази, й інші учні почнуть вбачати в однокласнику (одногогрупнику) «скромну сіру людину». У випадку відсутності толерантності це призведе до буллінгу, якщо ж взаємовідносини в групі учнів толерантні, подібна стигматизація просто виллється у знижену самооцінку учня, невідповідність його Я нав'язаному соціальному статусу;

- «Чому ти такий сумний?», «Чому не посміхаєшся?» - ще одна фраза, яка відіграє практично таку ж руйнівну функцію, як і попередня. Людина-аспі не завжди вміє виражати емоції, в той же час може досить гостро й яскраво переживати їх в собі. Постійне повторення подібних побажань не лише має той же ефект, що й попередня фраза, але й може провокувати тривожність учня щодо власного виразу обличчя, невпевненість в собі та відстороненість. Інша справа, якщо учень дійсно прийшов особливо сумний чи засмучений. В цьому випадку викладачу доцільно обережно поговорити з ним, щоб виявити проблему;

- «Чому ти завжди один?», «Коли ти нарешті заведеш друзів?»... - фраза, що може зруйнувати психіку як дитини, так і дорослого. Дійсно, людина-аспі досить часто перебуває наодинці з собою, а не в компанії, з наступних причин: 1) бажання побути наодинці (навіть не зважаючи на те, що люди-аспі також люблять спілкування, вони мають більшу потребу в особистому просторі); 2) незначна кількість спільних інтересів з іншими учнями (люди-аспі мають сильні захоплення, які можуть відрізнятися від типових); 3) втомлюваність від соціальних комунікацій. Недоречним є і слово «завжди», адже вчитель не перебуває з учнем щодня й щохвилини, тому, стверджуючи, що він «завжди один», ніби наголошує на тому, що просто заочно впевнений, ніби учень взагалі не має друзів. Подібна фраза вчителя може сприйматись як образа, навіть якщо сказана доброзичливо, знижувати самооцінку учня, наголошувати йому на проблемі.

Це не повний перелік стереотипних фраз, які вчителі на практиці, не задумуючись, постійно вживають щодо учнів із особливостями аутистичного спектру, чим ще більше провокують їхню соціальну замкненість. Натомість варто: 1) розуміти особливості такого учня, сприймаючи його як рівноправну повноцінну особистість; 2) по мо-

жливості створити умови для розкриття його талантів та реалізації інтересів, адже специфічні захоплення високофункціональних аутистів можуть стати шляхом до самореалізації та в майбутньому перетворитись на джерело доходу. Завданням вчителя є відкрити учню ці можливості та навчити його сприймати та поважати себе в гармонії зі світом, а ні в якому разі не знижувати самооцінку й рівняти під «універсальний» шаблон. Не менш важливо й навчити усіх учнів класу приймати і поважати ін-акшість у своїх товаришах.

2. Залучення до суспільного життя (+ надання навичок сказати «Ні»). Багато психологів схиляються до думки, що аутизм є особливістю, його не можна вилікувати, втім потрібно навчити людину жити у соціумі. Часто вчителі роблять дві типові помилки: 1) активне всебічне залучення до суспільного життя учня-аспі, не враховуючи його особливість, або 2) ігнорування такого учня, викреслювання його із суспільного життя. Обидва варіанти є не коректними. Потрібно знайти баланс між залученням учня-аспі до суспільних подій групи та його потребою в особистому просторі. Тобто забагато активностей дійсно можуть виснажити людину-аспі й призвести до нервового зриву. Небезпечно й те, що інколи високофункціональні аутисти настільки пристосовуються до вимог соціуму, що стають чудовими акторами, але не на сцені, а в житті: вони приховують свої особливості, щоб уникнути осуду й нерозуміння, ніби вдягаючи маску тих емоцій, які вимагає певна подія. Це часто стосується представників жіночої статі (дівчата-аспі, зазвичай, пристосовуються до соціуму краще, гіж хлопці-аспі, але їхня тривожність може зашкалювати і одночасно бути непомітною іншим). Інший варіант - людина-аспі просто завмирає, щоб захистити свідомість від великої кількості звукових, візуальних, сенсорних подразників, які атакують її під час насичених соціальних подій. Таким чином вчителю може здаватись, що учень веселиться на заході (наприклад, на вечірці) або що він просто дуже спокійний. Насправді ж він акумулює надсильну нервову напругу, що може вилитися у нервовому зриві (не обов'язково в закладі освіти, скоріше вдома), подальшому уникненню соціальних взаємодій, депресії, відособленню, зниженню самооцінки. Тому не варто вимагати від учня-аспі такої ж соціальної активності, як від учнів, які не мають подібних особливостей. Друга помилка - повне ігнорування такого учня в аспекті соціальних взаємодій за принципом «Якось вчиться, ну й добре». Натомість вірними діями вчителю будуть: 1) ненав'язливо ввести учня у колектив, допомогти із елементарною взаємодією (наприклад, невеличке спільне завдання із сусідом по парті); створення дружнього клімату вже є чудовою передумовою до цього); 2) по можливості, враховуючи особливості учня, спробувати залучити до інших активностей, зважаючи на його інте-

реси (наприклад, такий людині може бути цікаво піти у похід, але вкрай важко взяти участь у спортивному змаганні з волейболу). Не потрібно вимагати багато або дорікати учню за відмову брати участь в певному заході. Навпаки, завданням вчителя є надати навички ввічливо сказати «Ні», адже ця здатність не один раз стане у пригоді, тим більше аутисту. Варто враховувати й те, що люди-аспі надають перевагу невеликим компаніям, і якщо такий учень потоваришував із однокласником, знайшовши спільні інтереси, ця дружба може бути дуже міцною.

3. Толерантність. Вище йшлося про толерантність вчителя до учня із високофункціональним аутизмом. Але для формування кола толерантності цього недостатньо. Важливо, щоб вчитель сформував атмосферу толерантності й взаємоповаги в групі, навчив учнів приймати, цінувати, й поважати інакшість один одного, апелюючи не до інакшості дитини-аутиста, а до того, що всі люди різні, але це не заважає жити у взаємоповазі й злагоді. Грубою помилкою при цьому було б наголошення на особливостях того чи іншого учня. В сутності всі люди мають свої особливості, і завданням вчителя є формування взаємоповаги та дружньої атмосфери у групі чи в класі.

Вдалим форматом освіти в аспекті такої інклюзивності, можуть стати онлайн-школи, звісно за умови наявності ненав'язливих спільних очних заходів (екскурсій, кружків за інтересами, спортивних секцій, просто організації вчителем спільних прогулянок, походів тощо) для соціалізації дитини при уникненні щоденного емоційного перевантаження. Крім того, такий формат має багато переваг і для учнів без «особливих потреб»: софт-скілс із діджиталізації та самоорганізації, комфортні умови навчання при наявності колективу однолітків.

Висновки.

1. Сучасна освіта потребує маркетингового підходу, врахування вимог ринку та потреб клієнтів на противагу старому адміністративно-директивному підходу. Мистецтво комунікації контактного персоналу відіграє важливу роль у якості сервісу взагалі, і, зокрема, в аспекті інклюзивності освітніх послуг.
2. Для надання якісного освітнього сервісу вчитель повинен вміти формувати коло толерантності, яке передбачає формування взаємоповаги між учнями, розвиток у них вміння приймати та поважати інакшість у членах колективу.
3. Компетентностями вчителя у комунікаціях з дітьми із особливостями аутистичного спектру є вміння сформувати для цих дітей баланс між власним простором та суспільним життям, навчити їх говорити «Ні», поважати свою особистість та відчувати гармонію у колективі, не жертвуючи своїм Я.

4. Вдалим форматом, як для дітей без особливих потреб, так і для «дітей-аспі», є онлайн-школи із поєднанням онлайн-навчання, систем дистанційної освіти та ненав'язливими очними заходами різної спрямованості для гармонійного залучення дитини до соціальних взаємодій та розвитку комунікативних здібностей.

Література

1. Інклюзивна освіта в Україні: разом крок за кроком. Міжнародний фонд «Відродження». Новини. 2018. URL: https://www.irf.ua/inklyuzivna_osvita_v_ukraini_razom_krok_za_krokom/ (дата звернення: 27.11.2021).
2. Карбовська Л.О. Маркетинг як важливий інструмент регулювання ринку освітніх послуг // Формування ринкових відносин в Україні. 2015. №4 (167). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2015_4_34 (дата звернення: 27.11.2021).
3. Силкіна С. «Новий гуманізм» як світоглядна засада освітньої стратегії ЮНЕСКО // Філософія освіти. 2015. №1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhilEdu_2015_1_15 (дата звернення: 27.11.2021).
4. Стеблук Н.Ф., Копейкіна Є.В. Дослідження поведінки споживачів на ринку освітніх послуг // ЭВД. 2019. №3 (57). URL: [http://www.evd-journal.org/download/2019/3\(57\)/13-Stebliuk.pdf](http://www.evd-journal.org/download/2019/3(57)/13-Stebliuk.pdf) (дата звернення: 27.11.2021).
5. Степаненко І.В., Молодиченко В.В. Соціально-педагогічні аспекти гармонізації культурно-освітнього простору вищої школи: аналітичний огляд міжнародної науково-практичної конференції // Філософія освіти. 2014. №1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhilEdu_2014_1_18 (дата звернення: 27.11.2021).
6. Хобзей П.К. Протидія та попередження булінгу (цькуванню) в закладах освіти. Навчальний курс, розроблений спеціально для Prometheus. URL: https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:MON+AB101+2019_T2/course/ (дата звернення: 27.11.2021).
7. Янченко Н.В., Польова В.В. Маркетингові новації на ринку освітніх послуг: вітчизняний та зарубіжний досвід // Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. №53. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2016_53_27 (дата звернення: 27.11.2021).

References

1. Inklyuzyvna osvita v Ukrayini: razom krok za krokom. Mizhnarodnyy fond «Vidrodzhennya». Novyny. 2018. URL: https://www.irf.ua/inklyuzivna_osvita_v_ukraini_razom_krok_za_krokom/ (data zver-

- nennya: 27.11.2021).
2. Karbovs'ka L.O. Marketynh yak vazhlyvy instrument rehulyuvannya rynku osvitnikh posluh // Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukrayini. 2015. №4 (167). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2015_4_34 (data zvernennya: 27.11.2021).
 3. Sylkina S. «Novyy humanizm» yak svitohlyadna zasada osvitn'oyi stratehiyi YuNESKO // Filosofiya osvity. 2015. №1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhilEdu_2015_1_15 (da-ta zvernennya: 27.11.2021).
 4. Steblyuk N.F., Kopyeykina Ye.V. Doslidzhennya povedinky spozhyvachiv na rynku osvitnikh posluh // ЭВД. 2019. №3 (57). URL: [http://www.evd-journal.org/download/2019/3\(57\)/13-Stebliuk.pdf](http://www.evd-journal.org/download/2019/3(57)/13-Stebliuk.pdf) (data zvernennya: 27.11.2021).
 5. Stepanenko I.V., Molodychenko V.V. Sotsial'no-pedahohichni aspekty harmonizatsiyi kul'turno-osvitn'oho prostoru vyshchoyi shkoly: analitychnyy ohlyad mizhnarodnoyi nau-kovo-praktychnoyi konferentsiyi // Filosofiya osvity. 2014. №1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhilEdu_2014_1_18 (data zvernennya: 27.11.2021).
 6. Khobzey P.K. Protydiya ta poperedzhennya bulinhu (ts'kuvannyu) v zakladakh osvity. Navchal'nyy kurs, rozroblennyy spetsial'no dlya Prometheus. URL: https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:MON+AB101+2019_T2/course/ (data zvernennya: 27.11.2021).
 7. Yanchenko N.V., Pol'ova V.V. Marketynhovi novatsiyi na rynku osvitnikh posluh: vitchyznyanyy ta zarubizhnyy dosvid // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. 2016. №53. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2016_53_27 (data zvernennya: 27.11.2021).