

Облікова картка ДіР



I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0226U004235

Державний реєстраційний номер: 0125U003367

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 20-07-2026

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Формування бренду закладу вищої освіти в соціоекономічних умовах сучасності

Початок етапу: 01.2025

Закінчення етапу: 06.2026

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Юник Іван Дмитрович

Код за ЄДРПОУ: 3233518293

Місцезнаходження: вул.Микільсько-Слобідська, 10, кв.366, м. Київ, 02005, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380987787622

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Управління справами
Апарату Верховної Ради України

Код за ЄДРПОУ: 20064120

Місцезнаходження: вул. Грушевського, буд. 5, м. Київ, 01008, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Верховна Рада України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380442552856

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 34 - договір (замовлення) з центральним органом виконавчої влади, академією наук (головними розпорядниками бюджетних коштів на проведення НДДКР)

Напрямок фінансування: 2.7 - інше

Джерела фінансування

7713 - кошти держбюджету

Код програмної класифікації видатків і кредитування (КПКВК): 0111010

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 181.680
--

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Формування бренду закладу вищої освіти в соціоекономічних умовах сучасності

Назва роботи англійською:

Formation of the university's brand in socio-economic conditions of today

Реферат українською:

Науковими результатами виконання стипендіальної роботи за матеріалами дослідження у рамках отримання Стипендії Верховної Ради України імені Бориса Патона відповідно до Постанови ВРУ №4570-IX постають 28 публікацій українською та англійською мовами, зокрема у провідних вітчизняних фахових виданнях та закордонних виданнях, що індексуються у міжнародній наукометричній базі даних Scopus. Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає у тому, що: вперше у вітчизняній педагогічній науці здійснено цілісне дослідження проблеми формування бренду закладу вищої освіти; з'ясовано зміст та структуру означеного феномену; визначено критерії та параметри сформованості бренду закладу вищої освіти; обґрунтовано теоретико-методологічні засади формування означеного феномену; розроблено комплекс ефективних алгоритмів цілеспрямованого формування бренду закладу вищої освіти; уточнено змістове наповнення понять «імідж закладу вищої освіти» та «репутація закладу вищої освіти», а також процесуально-інтервальні детермінанти формування бренду закладу вищої освіти; удосконалено технології діагностики стану сформованості у науково-педагогічного працівника закладу вищої освіти як носія бренду трьох видів іміджу (як викладача вишу, як науковця і як практика поза межами системи вищої освіти) та полюсу модальності репутації; подальшого розвитку набули положення щодо методологічних, теоретичних і методичних засад підвищення конкурентоздатності закладу вищої освіти шляхом формування бренду та його просування на ринку надання освітньо-наукових послуг.

Реферат англійською:

The scientific results of the scholarship work based on research materials within the framework of receiving the Borys Paton Scholarship of the Verkhovna Rada of Ukraine in accordance with Resolution of the Verkhovna Rada of Ukraine No. 4570-IX are 28 publications in Ukrainian and English, in particular in leading domestic professional publications and foreign publications indexed in the international scientometric database Scopus. The scientific novelty of the obtained research results are that for the first time in Ukrainian pedagogical science a holistic study of the problem of forming a brand of a higher education institution has been carried out; the content and structure of the specified phenomenon have been clarified; the criteria and parameters of the formation of the brand of a higher education institution have been determined; the theoretical and methodological principles of formation of the specified phenomenon have been substantiated; a set of effective algorithms for the purposeful formation of the brand of a higher education institution has been developed; the content of the concepts of "image of a higher education institution" and "reputation of a higher education institution", as well as the procedural and interval determinants of the formation of the brand of a higher education institution have been clarified; the technologies for diagnosing the state of formation of a scientific and pedagogical employee of a higher education institution as a brand carrier of three types of image (as a university lecturer, as a scientist and as a practitioner outside the higher education system) and the pole of the modality of reputation have been improved; further development have been received provisions on the methodological, theoretical and methodological principles for increasing the competitiveness of a higher education institution through brand formation and its promotion in the market for providing educational and scientific services.

Індекс УДК: 378, 378

Коди тематичних рубрик: 81.79.11.23

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Юник Іван Дмитрович

Науковий ступінь: д.пед.н.

Вчене звання: доц.

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

VIII. Наукова (науково-технічна) продукція (НТП)

Назва НТП українською: Формування бренду закладу вищої освіти в соціоекономічних умовах сучасності

Назва НТП англійською: Formation of the university's brand in socio-economic conditions of today

НТП, яку передбачалося створити: Створено

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методи, теорії, гіпотези, Методичні документи

Галузь застосування: Вища освіта; менеджмент освіти; стратегічне управління закладами вищої освіти; державне регулювання сфери освіти.

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Об'єкт дослідження - брендинг закладу вищої освіти. Предмет дослідження - технології формування бренду закладу вищої освіти в соціоекономічних умовах сучасності. Мета дослідження полягає у концептуальному обґрунтуванні комплексу методологічного забезпечення процесу цілеспрямованого формування бренду закладу вищої освіти. Матеріали науково-дослідного проекту можуть бути використані керівними кадрами національної системи вищої освіти при розв'язанні науково-теоретичних і практичних завдань щодо реформування стратегії брендингу вишів, а також адміністративно-управлінським персоналом та науково-педагогічними працівниками закладів вищої освіти в ході самореалізації особистісного потенціалу у професійній діяльності. Обґрунтовані теоретико-методологічні засади і концептуальні положення формування бренду закладу вищої освіти можуть скласти основу подальших досліджень проблематики брендингу й іміджування у галузі педагогічної науки та менеджменту освіти.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення продуктивності праці, Інше (Координація брендингу закладів вищої освіти України як інструмента підвищення їх конкурентоздатності на національному та міжнародному ринках надання освітньо-наукових послуг)

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 01.2025

Закінчення етапу: 06.2026

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи:

Наявність бізнес-плану:

Техніко-економічне обґрунтування:

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

1. Yunyk I. Professional potential of a social educator in modern conditions: multi-authored monograph // The potential of modern social pedagogy in the context of social changes : multi-authored monograph / edited by N. Chernukha. Kyiv : PPC "Kyiv University", 2026. С. 145–203.
2. Yunyk I., Verbovskiy I., Hrechanovska O., Bilozerska S., Ivanchenko D. Using educational analytics for adaptive management of academic processes in universities. *Journal of Education and e-Learning Research*. 2026. Vol. 13, No. 2. P. 66–74. DOI: 10.20448/jeelr.v13i2.8569 (Scopus, Q2)
3. Yunyk I. D., Shui N.V., Yatsyuk. M. V., Danylchuk L. O., Dziuba O. M. The ability to self-regulate emotional state as the basis of the professionalism of social workers. *UKRAINIAN JOURNAL HEALTH OF WOMAN*. 2026. No. 1(182). P. 125–133. DOI: 10.15574/HW.2026.1(182).125133 (Scopus)
4. Юник І. Д. Методологія діагностики ступеня релевантності практичного підкріплення фахових компетенцій носія бренду поза межами системи вищої освіти. *Acta Paedagogica Volynienses*. 2026. Вип. 1. С. 291–299. DOI: 10.32782/apv/2026.1.40
5. Юник І. Д. Методологія діагностики ступеня сформованості іміджу носія бренду як викладача ЗВО. *Академічні студії. Серія «Педагогіка»*. 2026. Вип. 1. С. 79–86. DOI: 10.52726/as.pedagogy/2026.1.11
6. Юник І. Д., Ткач М. М. Репутація музиканта-педагога як конструкт його соціального капіталу. *Часопис Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського*. 2026. Вип. 4(69). С. 52–66. DOI: 10.31318/2414-052X.4(69).2025.354573
7. Юник І. Д. Бренд як каталізатор кар'єрного зростання науково-педагогічного працівника закладу вищої освіти. *Наукові інновації та передові технології*. 2026. Вип. 5(57). С. 2983–2992. DOI: 10.52058/2786-5274-2026-5(57)-2983-2992
8. Юник І. Д., Юник Т. І. Методологія діагностики полюсу модальності репутації науково-педагогічного працівника ЗВО як носія персонального бренду. *Інноваційна педагогіка*. 2026. Вип. 93. Т. 2. С. 203–210. DOI: 10.32782/ip/93.2.39
9. Юник І. Д. Самоіміджування здобувача вищої освіти в сучасних соціоекономічних умовах. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2026. Вип. 5(47). С. 3524–3532. DOI: 10.52058/2786-6300-2026-5(47)-3524-3532
10. Юник І. Д. Алгоритм визначення рівня поінформованості цільової аудиторії про атрибути бренду науково-педагогічного працівника ЗВО. *Суспільство та національні інтереси*. 2026. Вип. 5(25). С. 1195–1204. DOI: 10.52058/3041-1572-2026-5(25)-1195-1204
11. Юник І. Д., Юник Д. Г. Методологія діагностики іміджу науковця як компонента бренду науково-педагогічного працівника ЗВО. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*. 2026. Вип. 21. С. 79–87. DOI: 10.59694/ped_sciences.2026.21.079
12. Юник І. Д., Юник Д. Г. Ідентичність бренду науково-педагогічного працівника закладу вищої освіти. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*. 2026. Вип. 24. С. 40–44. DOI: 10.59694/ped_sciences.2026.24.040
13. Yunyk I. D., Yunyk D. G. Key attributes of a higher education institution's digital brand. *Наука і техніка сьогодні*. 2026. Вип. 5(59). С. 1157–1168. DOI: 10.52058/2786-6025-2026-5(59)-1157-1168
14. Юник І. Д., Юник Т. І. Емоції як фактор підсилення брендингу науково-педагогічного працівника закладу вищої освіти. *Педагогічна академія: наукові записки*. 2026. Вип. 29. DOI: 10.5281/zenodo.20567094
15. Yunyk I. Structural elements of brand communication of university professor with student target audience. IX International Scientific and Practical Conference [EDUCATION AND SCIENCE OF TODAY: INTERSECTORAL ISSUES AND DEVELOPMENT OF SCIENCES], (Cambridge, UK, November 28, 2025). P. 313–315. DOI: 10.36074/logos-28.11.2025.058

16. Юник І. Психологічні особливості кліпового мислення студентів закладу вищої освіти. IV Міжнародна науково-практична конференція [Вектори соціальної, організаційної та економічної психології], (Київ, 28 лютого 2025). С. 323–326. DOI: 10.31617/k.knute.2025-02-28
17. Yunyk I. Specifics of vertical career growth of a university professor as a brand carrier. International Scientific and Practical Conference [Modern Perspectives on Global Scientific Solutions], (Hague, Netherlands, May 8–10, 2026). P. 144–146. DOI: 10.64828/conf-121-2026-2
18. Yunyk I. Structure of the higher education student's image. 8th International Scientific and Practical Conference [Modern Perspectives on Global Scientific Solutions], (Bergen, Norway, May 18–20, 2026). P. 514–516. DOI: 10.70286/EOSS-18.05.2026.015.514-516
19. Yunyk I. Stages of self-imaging of a higher education student. International Scientific and Practical Conference [NEW YORK GLOBAL SCIENCE CONFERENCE 2026], (New York, USA, May 18–20, 2026). P. 185–188. DOI: 10.64828/conf-124-2026-5
20. Yunyk I. Parametric basis for diagnosing the degree of formation of the brand carrier's image as a university professor. 2nd International Scientific and Practical Conference [Science and Technology: Theory, Practice and Progress], (Krakow, Poland, May 27–29, 2026). P. 878–881. DOI: 10.70286/ISU-27.05.2026.020
21. Yunyk I., Yunyk T. Cognitive dissonance as a factor in intensifying the branding of a university professor. 3rd International Scientific and Practical Conference [Global Trends in Science: Research, Innovation and Development], (Varna, Bulgaria, April 27–29, 2026). P. 305–307. DOI: 10.70286/EOSS-27.04.2026.016.305-307
22. Yunyk I. Methodology for diagnosing the quality of mastery of academic disciplines taught by a university professor as a brand bearer. 4th International Scientific and Practical Conference [Progressive Approaches in Science and Engineering], (Copenhagen, Denmark, May 20–22, 2026). P. 704–706. DOI: 10.70286/ISU-20.05.2026.026
23. Yunyk I. Methodology for diagnosing the degree of manifestation of the communicativeness of a university professor as a brand carrier. International Scientific and Practical Conference [SCIENCE IN THE ERA OF GLOBALIZATION], (Zurich, Switzerland, May 22–24, 2026). P. 194–197. DOI: 10.64828/conf-125-2026-8
24. Yunyk I. Awareness of the target audience about the university professor's brand attributes. X International Scientific and Practical Conference [THEORETICAL AND EMPIRICAL SCIENTIFIC RESEARCH: CONCEPT AND TRENDS], (Oxford, United Kingdom, May 8, 2026). P. 172–173. DOI: 10.36074/logos-08.05.2026.037
25. Yunyk I. Innovative career growth technologies of a university professor as a brand carrier. 4th International Scientific and Practical Conference [Modern Scientific Research: Theoretical and Practical Aspects], (Riga, Latvia, May 11–13, 2026). P. 457–459. DOI: 10.70286/EOSS-11.05.2026.016.457-459
26. Yunyk I., Yunyk T. The role of emotions in branding of scientific and pedagogical employee of a higher education institution. International Scientific and Practical Conference [Modern Perspectives on Global Scientific Solutions], (Tel Aviv, Israel, April 27–29, 2026). P. 143–148. DOI: 10.64828/conf-118-2026-11
27. Yunyk I. Methodology for diagnosing the extent of a university professor's ability as a brand bearer to motivate the student audience to master the material of academic disciplines. International Scientific and Practical Conference [Interdisciplinary research in the context of global challenges: from science to practice], (Seattle, USA, May 19, 2026). P. 19–21. DOI: 10.64076/GQP-19.05.2026.002
28. Yunyk I., Yunyk T. Specificity of the impact of stress on university professor's branding. 3rd International Scientific and Practical Conference [Modern Perspectives on Science and Economic Progress], (Vilnius, Lithuania, April 29 – May 1, 2026). P. 497–499. DOI: 10.70286/ISU-29.04.2026.017

Х. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Мазаракі Анатолій Антонович

д.е.н., 08.00.03

Перелік осіб-виконавців

Юник Іван Дмитрович

(д.пед.н., професор, 13.00.04)

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

StypendiiVR-MV-2025

Телефон

0442553368

Реєстратор

Юрченко Тетяна Анатоліївна

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**



Юрченко Тетяна Анатоліївна