

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ГОРОДА МОСКВЫ  
Государственное автономное образовательное учреждение  
дополнительного профессионального образования города Москвы  
«Корпоративный университет московского образования»



«УТВЕРЖДАЮ»  
Директор ГАОУ ДПО  
«Корпоративный университет»

В.А. Тихонов

Дополнительная профессиональная программа  
(повышение квалификации)

**«Маркетинговая стратегия образовательной организации»**

с инвариантным модулем «Ценности московского образования»

Регистрационный номер 01-38-878  
Начальник организационно-педагогического  
отдела

С. Г. Садчикова

Авторы-разработчики:  
М.В. Кислицина  
С.С. Гончарова  
А.В. Грошева

Одобрено на заседании Управления  
реализации образовательных продуктов  
Протокол № 31 от 10.01.2022

Начальник Управления

М.В. Кислицина

## Раздел 1. «Характеристика программы»

### 1.1. Цель реализации программы

**Цель реализации программы:** совершенствование профессиональных компетенций слушателей в области маркетинговой стратегии образовательной организации.

#### Совершенствуемые компетенции

№	Компетенции	Направление подготовки Менеджмент 38.04.02 Код компетенции Магистратура
1.	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК-4

### 1.2. Планируемые результаты обучения

№	Знать – уметь	Направление подготовки Менеджмент 38.04.02
		Магистратура
		Код компетенции
1.	<b>Знать:</b> - сущность и особенности маркетинга в сфере образования; основные понятия, виды, инструменты; - специфику продвижения образовательных услуг; - алгоритм разработки плана маркетингового исследования <b>Уметь:</b> разрабатывать план маркетингового исследования	ОПК-4
2.	<b>Знать:</b>	ОПК-4

	- инструменты маркетинговых коммуникаций; - алгоритм разработки плана маркетинговых коммуникаций. <b>Уметь:</b> разрабатывать план маркетинговых коммуникаций	
3.	<b>Знать:</b> - алгоритм разработки дорожной карты реализации маркетинговой стратегии образовательной организации. <b>Уметь:</b> разрабатывать дорожную карту реализации маркетинговой стратегии образовательной организации	ОПК-4

**1.3. Категория обучающихся:** Уровень образования - высшее образование, область профессиональной деятельности управление процессами и проектами в образовательной организации.

**1.4. Форма обучения:** очная, с применением дистанционных образовательных технологий.

**1.5. Режим занятий** по 4 - 6 час. в день, 1 раз в неделю.

**1.6. Трудоемкость:** 18 часов

## Раздел 2. «Содержание программы»

### 2.1. Учебный (тематический) план

№ п/п	Наименование разделов (модулей) и тем	Всего ауд. часов	Виды учебных занятий, учебных работ		Вне аудиторная работа	Формы контроля	Трудоемкость
			Лекции	Практические занятия			
1.	Тема 1. Маркетинг образовательных услуг.	2	2		самостоятельная работа	Входное тестирование	2

2.	<b>Тема 2.</b> Маркетинговые исследования.	3	1	2		Практическая работа № 1	3
3.	<b>Тема 3.</b> Маркетинговые коммуникации.	2	1	1	2	Практическая работа № 2	4
4.	<b>Тема 4.</b> Специфика продвижения образовательных услуг	3	1	2			3
5.	<b>Тема 5.</b> Эффективные практики маркетинга образовательных услуг в московских школах	4		4	2	Практическая работа № 3	6
6.	<b>Итоговая аттестация</b>					Зачет на основании и совокупности выполненных на положительную оценку практических работ	
	<b>ИТОГО</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>4</b>		<b>18</b>

## 2.2. Учебная программа

№	Темы	Виды учебных занятий, учебных работ	Содержание
1.	<b>Тема 1.</b> Маркетинг образовательных услуг.	Лекция, 2 час	Стратегический маркетинг. Теория маркетинга Филипа Котлера. Концепция услуг (К. Лавлок). Концепция образовательного маркетинга (В. Заргес, Ф. Хеберлин). Маркетинг образовательных услуг, инструменты маркетинга. Сущность и особенности маркетинга в сфере образования; основные понятия, виды, инструменты  <b>Входное тестирование.</b>

2.	<b>Тема 2.</b> Маркетинговые исследования.	Лекция, 1 час	Маркетинговые исследования: классификация и особенности применения. Этапы исследований.  Алгоритм разработки плана маркетинговых исследований
		Практическое занятие, 2 час	<b>Работа в группах.</b> решений кейсовых заданий на определение вида маркетинговых исследований в предложенной ситуации.  <b>Практическая работа № 1</b>  Разработка плана маркетинговых исследований.
3.	<b>Тема 3.</b> Маркетинговые коммуникации.	Лекция, 1 час	Маркетинговые коммуникации. Инструменты маркетинговых коммуникаций. План маркетинговых коммуникаций.  Алгоритм разработки плана маркетинговых коммуникаций.
		Практическое занятие, 1 час	Решение кейсовых задач на составление плана коммуникаций.
		Самостоятельная работа, 2 час	<b>Практическая работа № 2</b>  Разработка плана маркетинговых коммуникаций для образовательной организации.
4.	<b>Тема 4.</b> Специфика продвижения образовательных услуг	Лекция, 1 час	Инструменты государственного регулирования образовательных услуг. Роль маркетинга образования. Основные инструменты маркетинга в сфере образования.  Алгоритм разработки дорожной карты реализации маркетинговой стратегии образовательной организации
		Практическое занятие, 2 час	<b>Работа в малых группах.</b>  Решение кейсовых заданий по проведению анализа и определению маркетинговой стратегии.  Определение маркетинговой стратегии образовательной организации.

5.	<b>Тема 5.</b> Эффективные практики маркетинга образовательных услуг в московских школах.	Практическое занятие, 4 часа	<b>Мастерская.</b> Знакомство с этапами разработки, внедрения и реализации маркетинговых стратегий в московских Школах.
		Самостоятельная работа, 2 часа	<b>Практическая работа № 3</b>  Разработка дорожной карты реализации маркетинговой стратегии образовательной организации.
6.	<b>Итоговая аттестация</b>	Зачет	Зачет на основании совокупности выполненных на положительную оценку практических работ

### **Раздел 3. «Формы аттестации и оценочные материалы»**

Оценка качества освоения программы осуществляется в форме текущего контроля и итоговой аттестации.

**Текущий контроль** проводится в формате дискуссий, решения кейсовых заданий и выполнения практических работ №№ 1 – 3.

Материалы выполнения практических работы могут быть использованы слушателями в качестве материала (образовательного продукта), применяемого в практике.

Основным продуктом, планируемым в результате обучения, является дорожная карта реализации маркетинговой стратегии образовательной организации.

Все практические задания обучающихся выполняют и сдают в рамках учебной программы через модули дистанционной поддержки курса на платформе <https://sdo.corp-univer.ru/>

**Практическая работа № 1.** Разработка плана маркетинговых исследований.

Слушатели разрабатывают план проведения маркетинговых исследований на основании алгоритма.

Требования к выполнению практической работы:

1. Составлен план проведения маркетинговых исследований в образовательной организации в соответствии с алгоритмом.

2. Реализация мероприятий плана позволяет достигнуть поставленную цель.

3. План маркетинговых исследований представлен в виде текстового документа формата pdf, гарнитура шрифта Times New Roman, размер 12 пт, межстрочный интервал 1,15, отступ абзаца - 1,25 см, интервалы между абзацами - 0, выравнивание по ширине страницы. Поля страницы: левое 3 см, верхнее и нижнее 2 см, правое 1,5 см. Нумерация страниц: внизу справа. В тексте допускается использование общепринятых буквенных аббревиатур (например, РФ - Российская Федерация, ТК РФ - Трудовой кодекс и т.д.)

Критерии оценивания: при выполнении всех критериев – «зачет».

1. Документ не содержит грамматических, пунктуационных и синтаксических ошибок.

2. Документ представлен до истечения установленного срока сдачи.

3. Учтены все требования к выполнению практической работы.

Оценивание: все критерии выполнены верно – «зачет».

**Практическая работа № 2.** Разработка плана маркетинговых коммуникаций для образовательной организации.

Слушатели разрабатывают план проведения маркетинговых коммуникаций на основании алгоритма.

Требования к выполнению практической работы:

1. Составлен план проведения маркетинговых коммуникаций в образовательной организации в соответствии с алгоритмом.

2. Реализация мероприятий плана позволяет достигнуть поставленную цель.

3. План маркетинговых коммуникаций представлен в виде текстового документа формата pdf, гарнитура шрифта Times New Roman, размер 12 пт,

межстрочный интервал 1,15, отступ абзаца - 1,25 см, интервалы между абзацами - 0, выравнивание по ширине страницы. Поля страницы: левое 3 см, верхнее и нижнее 2 см, правое 1,5 см. Нумерация страниц: внизу справа. В тексте допускается использование общепринятых буквенных аббревиатур (например, РФ - Российская Федерация, ТК РФ - Трудовой кодекс и т.д.)

Критерии оценивания: при выполнении всех критериев – «зачет».

1. Документ не содержит грамматических, пунктуационных и синтаксических ошибок.
2. Документ представлен до истечения установленного срока сдачи.
3. Учтены все требования к выполнению практической работы.

Оценивание: все критерии выполнены верно – «зачет».

**Практическая работа № 3.** Разработка дорожной карты реализации маркетинговой стратегии образовательной организации.

Слушатели разрабатывают дорожную карту реализации маркетинговой стратегии образовательной организации на портале ДПО.

Требования к выполнению практической работы:

1. Разработана дорожная карта реализации маркетинговой стратегии с использованием шаблона, размещенного в личном кабинете слушателя.
2. Дорожная карта включает в себя не менее 3 мероприятий, определены ресурсы, планируемые результаты и ответственные лица.
3. Реализация мероприятий дорожной карты позволяет достигнуть поставленную цель.

Критерии оценивания: при выполнении всех критериев – «зачет».

1. Дорожная карта представлена до истечения установленного срока сдачи.
2. Учтены все требования к выполнению практической работы.

Оценивание: все критерии выполнены верно – «зачет».



**Итоговая аттестация** осуществляется на основании совокупности успешно выполненных практических работ.

Слушатель считается сдавшим зачет (аттестованным), если получил «зачет» по итогам выполнения практических работ №№ 1 – 3.

## **Раздел 4. «Организационно-педагогические условия реализации программы»**

### **4.1. Нормативное обеспечение программы**

#### **Нормативно-правовые акты**

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

### **4.2. Учебно-методическое обеспечение и информационное обеспечение программы**

#### **Основная литература**

1. Коблева А.Л., Маслова Т.Ф. Маркетинг образовательных услуг: функции, технологии и опыт: учебное пособие/А.Л. Коблева, Т.Ф. Маслова. – Ставрополь: Ставролит, 2019.

2. Котлер Филипп Маркетинг от А до Я.80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. – Москва, Альпина Паблишер, 2019.

3. Маркетинговые коммуникации: учебник для вузов, Ромат Е.В., Сендеров Д.В., 2020.

4. Марк Гоулстон. Я слышу вас насквозь. Эффективная техника переговоров. - М.: Изд-во «МАНН, ИВАНОВ, ФЕРБЕР», 2018. – 272 с.

#### **Список дополнительной литературы**

1. Кузьмина Е.Е. Маркетинг образовательных услуг: учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.:Издательство Юрайт, 2016., - 330с.

2. Чуркина М. Управленческая эффективность руководителя / Чуркина М., Жадько Н. – Москва: Альпина Паблишер, 2019.

### **4.3. Информационное обеспечение программы**

#### **Интернет ресурсы**

1. Федеральный центр образовательного законодательства. URL: <https://lexed.ru> (дата обращения 20.12.2021).

2. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг: методология, теория и практика. URL: <http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/mou/index.htm> (дата обращения 20.12.2021).

### **4.4. Материально-технические условия реализации программы**

- компьютерное и мультимедийное оборудование для использования видео- и аудиовизуальных средств обучения;
- комплект презентационных материалов (по темам программы);
- флипчарт, маркеры разных цветов.

**«Ценности московского образования»**  
**Инвариантный модуль (1)**  
**в программах повышения квалификации**  
**центральных городских учреждений**  
**(2 ч.)**

**Раздел 1. «Характеристика программы»**

**1.1. Цель реализации модуля 1: совершенствование**  
 профессиональных компетенций слушателей в области ценностей  
 московского образования.

**Совершенствуемые/новые компетенции**

№	Компетенции	Направление подготовки 44.03.01 Педагогическое образование (бакалавриат)
		Код компетенции
1.	Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики	ОПК-1

**1.2. Планируемые результаты обучения**

№	Знать - уметь	Направление подготовки 44.03.01 Педагогическое образование
		Код компетенции
1.	<p><b>Знать:</b></p> <p>1. Основные документы, задачи и механизмы, определяющие ценности и цели московского образования</p> <p>2. Управленческие инструменты как средства достижения целей московского образования</p> <p>3. Стратегию ориентации в основных документах, задачах, механизмах, инструментах, направленных на реализацию ценностей и целей московского образования</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>Ориентироваться в основных документах, задачах, механизмах, инструментах, направленных на реализацию ценностей и целей московского образования</p>	ОПК-1

**1.3. Категория обучающихся:**

уровень образования – высшее образование,

область профессиональной деятельности – основное общее, среднее общее образование.

**1.4. Модуль реализуется с применением дистанционных образовательных технологий.**

**1.5. Трудоемкость обучения: 2 часа.**

## Раздел 2. «Содержание программы»

### 2.1 Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов (модулей) и тем	Внеаудиторные учебные занятия		Форма контроля	Трудоемкость
		Видео лекции/лекции презентации	Практические занятия		
1.1.	Основные документы, задачи и механизмы, определяющие ценности и цели московского образования	0,5	0,5	Тест №1.1	1
1.2.	Управленческие инструменты как средства достижения целей московского образования	0,5	0,5	Тест №1.2	1

### 2.2. Учебная программа

Темы	Виды учебных занятий/работ	Содержание
Тема 1.1. Основные документы, задачи и механизмы, определяющие ценности и цели московского образования	Видео лекции/лекции презентации, 0,5 часа	Государственная программа города Москвы «Развитие образования города («Столичное образование»)). Приоритетные задачи московской системы образования. Основные механизмы повышения эффективности системы образования Москвы (Рейтинг вклада школ в качественное образование, «Надежная школа»,

		<p>аттестационная справка директора и др.). Городские проекты. Результаты системы образования города Москвы. Стратегия ориентации в основных документах, задачах, механизмах, направленных на реализацию ценностей и целей московского образования</p>
	Практическая работа, 0,5 часа	<p>Систематизация содержания лекции на основании стратегии ориентации в основных документах, задачах, механизмах, направленных на реализацию ценностей и целей московского образования</p> <p><b>Тест №1.1</b></p>
Тема 1.2. Управленческие инструменты как средства достижения целей московского образования	Видео лекции/лекции презентации, 0,5 часа	<p>Содержание управленческой компетентности сотрудников образовательных организаций города Москвы (управленческие функции и инструменты для их реализации; управленческое решение; техники и приемы командной работы; способы предвидения и предотвращения конфликтных ситуаций). Социальные коммуникации как фактор эффективного взаимодействия всех участников образовательных отношений (принципы, способы передачи информации в ОО; построение грамотного взаимодействия участников образовательных отношений) Стратегия ориентации в основных инструментах, направленных на реализацию ценностей и целей московского образования</p>
	Практическая работа, 0,5 часа	<p>Систематизация содержания лекции на основании стратегии ориентации в основных инструментах, направленных на реализацию ценностей и целей московского образования</p> <p><b>Тест №1.2</b></p>

### Раздел 3. «Формы аттестации и оценочные материалы»

В качестве контроля выступает промежуточная аттестация в форме тестирования.

«Зачет» выставляется при условии выполнения не менее 60% верных ответов.

#### Тест №1.1.

#### Пример вопросов тестирования:

1. Цель реализации Государственной программы города Москвы «Столичное образование»:

А. Создание средствами образования условий для формирования личной успешности жителей города Москвы

Б. Максимальное удовлетворение запросов жителей города Москвы на образовательные услуги

В. Развитие государственно-общественного управления в системе образования

Г. Обеспечение соответствия качества общего образования изменяющимся запросам общества и высоким мировым стандартам

2. Основной целью существования рейтинга школ является:

А. Поиск школ-лидеров для предоставления им повышенного финансирования, с помощью которого они смогут создать и развить свою уникальную атмосферу для предоставления качественного образования и массового развития таланта

Б. Мотивация каждой школы на работу в интересах каждого ребенка, семьи, города

В. Осуществление статистического мониторинга состояния образования

### **Тест №1.2.**

#### **Пример вопросов тестирования:**

1. Выберите ключевые составляющие личной эффективности?

А. результативное достижение личных целей

Б. способность человека с меньшими затратами ресурсов (труда, времени) достигать большего результата

В. физическое здоровье

Г. знания и опыт

1. Что является оценкой эффективности исполнения управленческого решения?

- А. Степень достижения цели
- Б. Состав источников финансовых ресурсов
- В. Количество исполнителей решения
- Г. Количество альтернатив

## **Раздел 4. «Организационно-педагогические условия реализации программы»**

### **4.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы**

#### **Интернет-ресурсы:**

Школа Большого города [Электронный ресурс] (URL: <https://school.moscow/>. Дата обращения 27.05.2021).

#### **Основная литература:**

Электронное учебное пособие «Новые инструменты управления школой», разработанное на основе материалов селекторных совещаний Департамента образования и науки города Москвы по актуальным направлениям развития системы образования. [Электронный ресурс] (URL: [https://www.dpomos.ru/selector/?\\_ga=2.161027130.643081009.15167092342119693994.1506337590](https://www.dpomos.ru/selector/?_ga=2.161027130.643081009.15167092342119693994.1506337590) Дата обращения 27.05.2021).

### **4.2. Материально-технические условия реализации модуля**

Для реализации модуля необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

- мультимедийное оборудование (компьютер с выходом в интернет)

#### **Ссылка для доступа к модулю:**

<https://sdo.mcrkpo.ru/course/view.php?id=1478>