



ФГБОУ ВО  
*«Московский государственный психолого-педагогический университет»*

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

**Бахчиева Ольга Александровна,**

*доктор педагогических наук, доцент, профессор  
ФГБОУ ВПО «Московский государственный  
психолого-педагогический университет»*



## Образовательные услуги

Услугами признается деятельность, результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления этой деятельности.

В Законе «Об образовании в РФ» нет прямого толкования понятия «образовательная услуга».

**Образовательные услуги** - услуги, оказываемые образовательной организацией в ходе обучения, которые включают передачу совокупности знаний, умений, навыков в интересах реализации потребности личности, общества, государства на возмездной и безвозмездной основе.

Возмездность и безвозмездность рассматриваются применительно к финансовым затратам потребителей данной услуги.



**Образовательный маркетинг в системе дополнительного образования: от теории к практике**

Все услуги, которые оказываются в системе образования, систематизированы и закреплены в Общероссийском классификаторе услуг населению (ОКУН) по соответствующим параметрам.

**Виды услуг в системе образования:**

**услуги в системе  
дошкольного воспитания**

**услуги в системе  
среднего образования**

**услуги в системе  
высшего образования**

**услуги в системе технической  
подготовки кадров  
(в том числе профессиональная  
реабилитация кадров)**

**обучение населения на курсах  
(в том числе обучение на курсах  
иностраннных языков;  
на курсах по вождению автомобилей;  
на других курсах и в кружках)**

**прочие услуги в системе  
образования (например,  
репетиторство)**



**Система дополнительного образования** - совокупность ресурсов социально-образовательной среды, ориентированных на всестороннее удовлетворение образовательных потребностей человека, на основе реализации дополнительных образовательных программ.

## **ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ**

**Включает в себя**



**дополнительное  
образование детей и взрослых**

**дополнительное  
профессиональное образование**



*Образовательный маркетинг в системе дополнительного образования: от теории к практике*

Сегодня **учреждение дополнительного образования** - это социально значимая открытая система, подверженная законам рыночной экономики.

**Маркетинг в системе образования** - это система управления образовательной, учебно-производственной и сбытовой деятельностью образовательного учреждения, выявляющая потребности в образовательных программах и других образовательных услугах, продукции и видах работ и обеспечивающая их реализацию с целью получения максимальной прибыли.



*Образовательный маркетинг в системе дополнительного образования: от теории к практике*

В качестве значимых проблем, тормозящих развитие системы дополнительного образования в условиях инновационного развития, можно выделить:

недостаточное привлечение педагогов к вопросам решения задач управления деятельностью учреждения, организации образовательного процесса.

отсутствие среза системы формирования актуальных образовательных услуг, которые были бы востребованы социумом, потенциальными потребителями этих услуг.

повышения компетентности педагогов к деятельности в подобным образом развивающейся среде, что, в свою очередь, требует формирования или развития системы подготовки педагогов к инновационной деятельности, т.е. развития у них инновационной, маркетинговой, профессиональной, информационной, технологической культуры.



## Резервы повышения эффективности маркетинга услуг включают:

формирование политики и ценностей клиентоориентированной корпоративной культуры;

внедрение службы маркетинга в организационную структуру;

активизация продвижения в социальных сетях и блогах, подготовка креативного рекламного контента;

разработка корпоративных брошюр, раскрывающих миссию, ценности и ключевые компетенции;

создание фирменного стиля образовательного учреждения.





**Образовательный маркетинг в системе дополнительного образования: от теории к практике**

**Маркетинг образовательных услуг представляет собой** социально ориентированный процесс, способствующий укреплению конкурентоспособности учебного заведения за счет более полного и качественного удовлетворения образовательных потребностей.

### **Перспективные направления развития**

привлечение внимания, развитие интереса потенциальных потребителей образовательных услуг на основе создания прочных отношений между УДО и потребителями образовательных услуг и деловых отношений с социальными партнерами, взаимодействующими с целевой аудиторией (учреждениями, реализующими основные образовательные программы);

учет интересов потенциальных потребителей образовательных услуг при разработке дополнительных образовательных программ при определении направленности, профиля и содержания образовательных программ;

реализация программы повышения лояльности как комплекса мероприятий, направленного на удержание постоянных клиентов (формирует особые привилегии реализуя принцип поощрения, в частности, на основе эмоциональной мотивации, обеспечивая таким образом долгосрочный стимул к потреблению образовательных услуг, заинтересованности в актуализации существующих образовательных программ и улучшении качества предоставляемых услуг).

***Необходимость формирования у педагогов СДО маркетинговой культуры как компонента общепрофессиональной культуры***





ФГБОУ ВО  
*«Московский государственный психолого-педагогический университет»*

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

**Бахчиева Ольга Александровна,**

*доктор педагогических наук, доцент, профессор  
ФГБОУ ВПО «Московский государственный  
психолого-педагогический университет»*