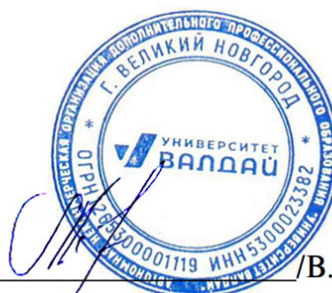




АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УНИВЕРСИТЕТ ВАЛДАЙ»

РАЗРАБОТЧИК

Ректор Университета Валдай



/В.В. Клевцов/

«\_20\_» \_\_\_\_\_ февраля \_\_\_\_\_ 2026 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Образовательный маркетинг и формирование бренда общеобразовательной**  
**организации»**

Дополнительная профессиональная программа  
**«Руководитель общеобразовательной организации (экспертная подготовка)»**

г. Великий Новгород

**Наименование учебной дисциплины:** Образовательный маркетинг и формирование бренда общеобразовательной организации.

**Цель освоения учебной дисциплины (цель дисциплины):** достижение запланированных результатов освоения образовательной программы - формирование установленных в образовательной программе компетенций.

**Задачи освоения учебной дисциплины (задачи дисциплины):** достижение запланированных в настоящей рабочей программе результатов освоения дисциплин - приобретение обучающимся запланированных знаний, умений, навыков.

#### **Планируемые результаты освоения учебной дисциплины**

Обучающийся должен формировать следующие результаты освоения дисциплины (планируемые результаты обучения) «Образовательный маркетинг и формирование бренда общеобразовательной организации» (коды формируемых компетенций): ОПК-4.

#### **Индикаторы достижения компетенций**

Результаты обучения для настоящей дисциплины соотносятся со следующими индикаторами достижения компетенций Индикаторы достижения компетенции

##### *На уровне знаний:*

Знание основ и специфики образовательного маркетинга, его отличий от маркетинга в других сферах. Знание ключевых элементов бренда образовательной организации (миссия, ценности, видение, позиционирование, идентичность). Знание методов анализа целевой аудитории (учащиеся, родители, местное сообщество) и конкурентной среды на рынке образовательных услуг. Знание современных инструментов и каналов продвижения образовательных услуг (digital-маркетинг, SMM, PR, event-маркетинг). Знание принципов формирования и управления репутацией образовательной организации в онлайн и офлайн среде.

##### *На уровне умений:*

Умение проводить SWOT-анализ образовательной организации для выявления сильных и слабых сторон, возможностей и угроз. Умение разрабатывать концепцию бренда школы, включая формулирование ценностного предложения и ключевых сообщений для разных аудиторий. Умение составлять маркетинговый план и контент-план для социальных сетей и сайта школы. Умение создавать текстовый и визуальный контент для различных каналов коммуникации, отражающий ценности бренда. Умение анализировать эффективность маркетинговых мероприятий с использованием базовых метрик (охват, вовлеченность, количество обращений).

##### *На уровне навыков:*

Навык стратегического планирования маркетинговой деятельности общеобразовательной организации на долгосрочную перспективу. Навык выстраивания системы внутреннего маркетинга и корпоративной культуры, направленной на вовлечение педагогического коллектива в формирование бренда школы. Навык антикризисных коммуникаций и управления репутацией образовательной организации в публичном и цифровом пространстве. Навык применения технологий сторителлинга для формирования эмоциональной связи с целевой аудиторией и трансляции ценностей бренда. Навык комплексного ведения социальных сетей школы: от комьюнити-менеджмента до запуска и анализа таргетированной рекламы.

**Объем (трудоемкость) учебной дисциплины** (в академических часах): 54.

**Структура учебной дисциплины:**

Лекционные занятия (академических часов): 4

Практические занятия (академических часов): 2

Самостоятельная работа (академических часов): 48

**Тематический план учебной дисциплины (содержание учебной дисциплины)**

Тема № 1: Основы образовательного маркетинга и его специфика

Тема № 2: Анализ целевых аудиторий и стейкхолдеров общеобразовательной организации

Тема № 3: Разработка бренд-платформы школы: миссия, ценности, уникальное торговое предложение

Тема № 4: Стратегическое маркетинговое планирование и позиционирование на рынке образовательных услуг

Тема № 5: Цифровые инструменты в продвижении школы: сайт, SEO, социальные сети (SMM)

Тема № 6: Контент-маркетинг и сторителлинг для формирования имиджа образовательной организации

Тема № 7: Событийный маркетинг, PR и работа с местным сообществом

Тема № 8: Внутренний маркетинг и роль педагогического коллектива в укреплении бренда

Тема № 9: Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций и мониторинг здоровья бренда

Тема № 10: Управление репутацией и антикризисные коммуникации в образовательной среде

**Текущий контроль**

**Форма текущего контроля по учебной дисциплине:** Тестирование.

Примеры заданий:

*Задание:* В чем заключается ключевая специфика образовательного маркетинга по сравнению с маркетингом потребительских товаров?

- Основная цель – максимизация количества зачисленных учеников в краткосрочном периоде
- Принятие решения о выборе школы основывается исключительно на стоимости обучения
- + Ориентация на долгосрочные отношения и продажа нематериальной услуги, результат которой отсрочен во времени
- Целевая аудитория состоит только из родителей, мнение учеников не учитывается
- Отсутствие конкуренции между образовательными учреждениями

*Задание:* Какая из перечисленных групп НЕ является ключевым стейкхолдером общеобразовательной школы при разработке маркетинговой стратегии?

- Родители текущих и потенциальных учеников
- Педагогический состав и администрация школы
- Представители местного управления образованием и городские власти

- + Туристические агентства, организующие зарубежные образовательные туры
- Ученики и выпускники школы

*Задание:* Что такое "уникальное торговое предложение" (УТП) в контексте бренд-платформы школы?

- Миссия школы, описывающая ее глобальную цель и вклад в общество
- Официальный девиз или слоган школы, используемый в рекламе
- Полный перечень всех учебных дисциплин и кружков, доступных в школе
- + Ключевое конкурентное преимущество, которое выгодно отличает школу от других и является весомым аргументом для выбора родителями
- Стоимость обучения и система скидок для разных категорий учащихся

*Задание:* Какой этап является первоочередным в стратегическом маркетинговом планировании для школы?

- Разработка рекламной кампании для набора в первые классы
- + Проведение SWOT-анализа (анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз)
- Выбор конкретных социальных сетей для продвижения
- Составление бюджета на маркетинг на следующий год
- Создание нового логотипа и фирменного стиля

*Задание:* Какая задача является основной для SEO (поисковой оптимизации) сайта школы?

- Увеличение количества подписчиков в социальных сетях школы
- Создание красивого и современного дизайна для всех страниц сайта
- + Повышение позиций сайта школы в результатах поисковых систем (Яндекс, Google) по целевым запросам
- Обеспечение возможности онлайн-оплаты образовательных услуг через сайт
- Регулярная публикация новостей о школьных мероприятиях

### **Промежуточная аттестация**

**Форма промежуточной аттестации по учебной дисциплине:** Зачет.

Примеры заданий:

*Задание:* Какой формат контента наиболее эффективно использует принципы сторителлинга для формирования эмоциональной связи с аудиторией?

- Публикация расписания уроков и экзаменов
- Размещение на сайте официальных нормативных документов
- + История успеха выпускника, который рассказывает, как школа помогла ему достичь своих целей
- Фотоотчет с официальной линейки 1 сентября без комментариев
- Статья с сухим перечислением достижений школы в олимпиадах за последний год

*Задание:* Что является главной целью проведения "Дня открытых дверей" в школе с точки зрения событийного маркетинга?

- Проверить готовность школы к чрезвычайным ситуациям
- Отчитаться перед родительским комитетом о проделанной работе
- Провести контрольные срезы знаний у будущих первоклассников

- + Создать положительный опыт взаимодействия потенциальных учеников и их родителей со школьной средой, продемонстрировать преимущества школы
- Организовать сбор средств на ремонт спортивного зала

*Задание:* Какова основная цель внутреннего маркетинга в общеобразовательной организации?

- Контроль за соблюдением учителями учебного плана и дисциплины
- Организация корпоративных праздников для сотрудников
- + Создание мотивированной и лояльной команды педагогов, которые разделяют ценности бренда школы и выступают его амбассадорами
- Привлечение новых учеников исключительно силами учителей
- Сбор пожертвований от сотрудников на развитие школы

*Задание:* Какой из перечисленных показателей напрямую относится к оценке эффективности SMM-продвижения школы?

- Средний балл учеников по результатам ЕГЭ
- + Уровень вовлеченности (Engagement Rate) подписчиков на странице школы в социальной сети
- Количество посетителей школьной столовой за месяц
- Число обращений родителей по телефону в приемную комиссию
- Процент учителей с высшей квалификационной категорией

*Задание:* Какое действие является наиболее губительным для репутации школы в условиях кризисной ситуации (например, негативный инцидент, получивший огласку в СМИ)?

- Оперативное создание антикризисного штаба для координации действий
- Подготовка и публикация официального, честного комментария с изложением позиции школы
- + Попытка скрыть информацию, удаление негативных комментариев и отказ от общения со СМИ и родителями
- Организация открытой встречи с родителями для разъяснения ситуации
- Проведение внутреннего расследования для выяснения причин инцидента

**Содержание самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине:**  
подготовка к занятиям: изучение теоретического материала, чтение учебников и дополнительных источников, конспектирование; подготовка к промежуточной аттестации; самостоятельное изучение дополнительных материалов; анализ и интерпретация данных – составление аналитического отчета обучающегося по дисциплине.

### **Условия реализации рабочей программы дисциплины**

**Материально-техническое обеспечение реализации дисциплины:** технические средства доступа к электронной информационно-образовательной среде.

**Учебно-методическое обеспечение (электронные учебно-методические материалы) освоения учебной дисциплины (в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине):**

**Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине** представляет собой приложение к настоящей образовательной программе, содержащее оценочные материалы.

## **Список литературы**

### ***Нормативно-правовая база***

Конституция Российской Федерации

Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (далее — Закон об образовании).

### ***Основная литература***

Вентцель, К. Н. Педагогика творческой личности / К. Н. Вентцель. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 206 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-15391-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568341>

Выготский, Л. С. Основы дефектологии / Л. С. Выготский. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 332 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-11695-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566577>

Интеллект в цифровом образовании: естественный, искусственный, эмоциональный — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 1 с. — (Юрайт.Академия). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581570>

Клапаред, Э. Психология ребенка и экспериментальная педагогика / Э. Клапаред ; под редакцией Д. Т. Кацарова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 158 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-13367-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567411>

Кащенко, В. П. Педагогическая коррекция. Исправление недостатков характера у детей и подростков : учебник для среднего профессионального образования / В. П. Кащенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 228 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20506-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/599099>

Макаренко, А. С. Методика воспитательной работы. Избранные труды / А. С. Макаренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 323 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-08066-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562001>

Лай, В. Экспериментальная педагогика / В. Лай ; под редакцией В. Е. Игнатъева ; переводчик Е. И. Воскресенская. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 146 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-11549-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566505>

Челпанов, Г. И. Учебник психологии : учебник / Г. И. Челпанов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 221 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-12188-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566825>

### ***Дополнительная литература***

Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта. Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология : журнал / ФГАОУ ВО "Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта". — Калининград : Изд-во БФУ им. И. Канта // Национальная Электронная Библиотека [сайт]. — URL: [https://rusneb.ru/catalog/000199\\_000009\\_008503841/](https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_008503841/)

Контенткон 2025: авторство, ИИ-генерация и использование учебного контента — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 1 с. — (Юрайт.Академия). — ISBN 978-5-534-14536-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582265>

Каптерев, П. Ф. История русской педагогики в 2 ч. Часть 1. Церковно-религиозная и государственная педагогика : учебник для вузов / П. Ф. Каптерев. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 283 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04051-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/598605>

Каптерев, П. Ф. История русской педагогики в 2 ч. Часть 2. Общественная педагогика : учебник для вузов / П. Ф. Каптерев. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 271 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04053-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/598612>

Психология человека в образовании = Psychology in education : научный журнал. — Санкт-Петербург // Национальная Электронная Библиотека [сайт]. — URL: [https://rusneb.ru/catalog/000199\\_000009\\_010815716/](https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_010815716/)

### *Интернет-ресурсы*

**Информационное обеспечение** представляет собой перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Каждый обучающийся обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (цифровой (электронной) библиотеке) «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>), содержащей издания учебно-методической и иной литературы.

Каждый обучающийся обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к федеральной государственной информационной системе «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru/>).

**Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (программное обеспечение):** реестровая запись №3722 от 23.07.2017 в едином реестре российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных); Яндекс.Телемост (реестровая запись №13556 от 20.05.2022 в едином реестре российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных).

**Электронные информационные ресурсы** (ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

- **Состав современных профессиональных баз данных**

Федеральная служба государственной статистики (<https://rosstat.gov.ru/>);

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>);

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>);

База данных ЮНЕСКО (<https://www.unesco.org/en/key-data>).

**- Состав информационных справочных систем**

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>);

Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>);

Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>);

Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>);

Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>);

Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>).

**- Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти**

Президент России (<http://kremlin.ru/>);

Правительство России (<http://government.ru/>);

Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>);

Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>);

Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>);

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>).

**- Иные информационные ресурсы - периодические издания**

ТАСС (<https://tass.ru/>);

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>);

Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>);

РТ (<https://rt.com/>).

**- Информационные поисковые системы**

Яндекс (<https://ya.ru/>);

MAIL.RU (<https://www.mail.ru/>).