



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 дошкольной образовательной организации»

Дополнительная профессиональная программа
«Заместитель руководителя дошкольной образовательной организации (экспертная подготовка)»

г. Великий Новгород

Наименование учебной дисциплины: Образовательный маркетинг и формирование бренда дошкольной образовательной 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 дошкольной образовательной 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 теоретических основ и принципов образовательного маркетинга, его специфики в сфере дошкольного образования. Знание ключевых элементов и этапов формирования бренда образовательной организации (миссия, ценности, УТП, фирменный стиль). Знание психолого-педагогических и социальных характеристик целевых аудиторий (современные родители) и методов их исследования. Знание современных инструментов онлайн и офлайн-маркетинга (SMM, контент-маркетинг, event-маркетинг, PR) и возможностей их применения для продвижения ДОО. Знание методологии анализа конкурентной среды на рынке дошкольных образовательных услуг.

На уровне умений:

Умение проводить SWOT-анализ и анализ конкурентов для выявления сильных и слабых сторон дошкольной образовательной организации. Умение разрабатывать концепцию бренда ДОО, включая формулирование миссии, ценностей и уникального торгового предложения (УТП). Умение составлять маркетинговый план и медиаплан для продвижения образовательных услуг с учетом бюджета и целей. Умение создавать вовлекающий и информативный контент (тексты, фото, видео) для различных каналов коммуникации (сайт, социальные сети, буклеты). Умение определять ключевые показатели эффективности (KPI) маркетинговых активностей и анализировать их для коррекции стратегии.

На уровне навыков:

Навык самостоятельного ведения и развития сообществ ДОО в социальных сетях, включая работу с обратной связью и негативом. Навык организации и проведения маркетинговых мероприятий (дни открытых дверей, мастер-классы для родителей, детские праздники) с целью привлечения новых клиентов. Навык выстраивания эффективных коммуникаций с родительской общественностью для формирования лояльности и позитивной репутации. Навык управления контентом на сайте организации, его базовой SEO-оптимизации для улучшения видимости в поисковых системах. Навык формирования и поддержания положительного имиджа и бренда ДОО в онлайн и офлайн-пространстве через комплексные и

последовательные действия.

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: специфика и ключевые понятия

Тема № 2: Формирование бренда ДОО: миссия, ценности, уникальное образовательное предложение

Тема № 3: Анализ целевой аудитории: портрет современной семьи и ее потребности

Тема № 4: Конкурентный анализ на рынке дошкольных образовательных услуг

Тема № 5: Разработка маркетинговой стратегии и позиционирование бренда ДОО

Тема № 6: Инструменты цифрового маркетинга: SMM, контент-маркетинг и сайт образовательной организации

Тема № 7: PR и событийный маркетинг: дни открытых дверей, мастер-классы и работа с местным сообществом

Тема № 8: Внутренний маркетинг и корпоративная культура как основа сильного бренда

Тема № 9: Управление репутацией и работа с отзывами родителей в онлайн-пространстве

Тема № 10: Оценка эффективности маркетинговых мероприятий и анализ ключевых показателей (KPI)

Текущий контроль

Форма текущего контроля по учебной дисциплине: Тестирование.

Примеры заданий:

Задание: Какова ключевая специфика образовательного маркетинга по сравнению с маркетингом товаров повседневного спроса?

- Использование исключительно агрессивной рекламы для быстрого привлечения клиентов
- Полное отсутствие конкуренции на рынке
- + Ориентация на построение долгосрочных доверительных отношений с клиентом (семьей) и продажа нематериальной услуги
- Фокус на максимально низкой цене как единственном преимуществе
- Продажа физического, осязаемого товара

Задание: Что из перечисленного наилучшим образом определяет "уникальное образовательное предложение" (УОП) дошкольной образовательной организации (ДОО)?

- Самая низкая стоимость месяца пребывания в районе
- + Ключевое отличие от конкурентов, которое делает образовательную программу и среду детского сада ценной и привлекательной для целевой аудитории
- Наличие лицензии на образовательную деятельность
- Список всех сотрудников с указанием их должностей
- Красивый логотип и фирменные цвета

Задание: При анализе целевой аудитории ДОО, какая из потребностей современной семьи является одной из ключевых при выборе детского сада?

- Возможность не общаться с воспитателями и администрацией
- Минимальное количество развивающих занятий, чтобы ребенок больше отдыхал
- Отсутствие других детей в группе для индивидуального внимания
- + Получение регулярной и прозрачной обратной связи о развитии и успехах ребенка, а также уверенность в его безопасности
- Расположение детского сада в другом городе

Задание: Какова основная цель проведения конкурентного анализа на рынке дошкольных образовательных услуг?

- Скопировать образовательную программу самого успешного конкурента
- Убедиться, что у других детских садов дела идут хуже
- Собрать адреса всех детских садов в городе
- Договориться с конкурентами о единой ценовой политике
- + Выявить сильные и слабые стороны других ДОО, чтобы найти свою рыночную нишу и сформулировать конкурентные преимущества

Задание: Что такое позиционирование бренда ДОО на рынке?

- Процесс найма новых сотрудников с высокой квалификацией
- Ежегодное повышение цен на услуги детского сада
- + Создание и поддержание в сознании целевой аудитории определенного, отличного от конкурентов и привлекательного образа детского сада
- Закупка новой мебели и игрушек для групп
- Изменение логотипа и названия организации

Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации по учебной дисциплине: Зачет.

Примеры заданий:

Задание: Какой из перечисленных примеров является инструментом контент-маркетинга для сайта или социальных сетей ДОО?

- Размещение на сайте только прайс-листа на услуги
- + Публикация в блоге статьи от психолога на тему "Как помочь ребенку адаптироваться к детскому саду"
- Рекламный баннер с призывом "Запишитесь к нам! Осталось 2 места!"
- Телефонный обзвон базы данных "холодных" клиентов
- Размещение на сайте только юридических документов и лицензий

Задание: Какова главная цель проведения Дня открытых дверей в детском саду как инструмента PR и событийного маркетинга?

- Проверить работу системы пожарной сигнализации
- + Продемонстрировать открытость, показать образовательную среду и познакомиться с потенциальными клиентами в неформальной обстановке для формирования доверия
- Продать максимальное количество договоров за один день
- Развлечь сотрудников и их семьи
- Точно подсчитать количество потенциально заинтересованных семей в микрорайоне

Задание: Что является основной задачей внутреннего маркетинга в дошкольной образовательной организации?

- Продвижение услуг детского сада среди родителей, чьи дети уже посещают ДОО
- Продажа дополнительных услуг исключительно внутри здания детского сада
- + Создание мотивирующей и комфортной рабочей среды для сотрудников, чтобы они стали носителями ценностей бренда и его лучшими "амбассадорами"
- Разработка маркетинговых материалов для внутреннего использования администрацией
- Реклама детского сада в закрытых родительских чатах

Задание: Каков наиболее правильный алгоритм реакции на негативный отзыв родителя в интернете?

- Немедленно удалить отзыв и заблокировать пользователя
- Проигнорировать отзыв, чтобы не привлекать к нему внимание
- + Ответить публично, поблагодарить за обратную связь, выразить сожаление о негативном опыте и предложить разобраться в ситуации в личной переписке или по телефону
- Вступить в публичную перепалку с автором отзыва, доказывая его неправоту
- Написать в ответ несколько положительных отзывов о себе с других аккаунтов

Задание: Какой из следующих показателей является ключевым показателем эффективности (KPI) маркетинговой кампании по набору в новую группу детского сада?

- Количество закупленных игрушек для новой группы
- + Конверсия из заявки (или посещения дня открытых дверей) в заключенный договор
- Средний возраст воспитателей в новой группе
- Общая сумма денег, потраченная на рекламную кампанию
- Количество лайков под постом о наборе в социальных сетях

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/

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/

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/>);

RT (<https://rt.com/>).

- Информационные поисковые системы

Яндекс (<https://ya.ru/>);

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