

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Государственное автономное нетиповое образовательное учреждение
Свердловской области «Дворец молодёжи»

Рекомендовано к реализации решением
научно-методического совета
ГАНОУ СО «Дворец молодёжи»
Протокол от 29.02.2024 № 2

УТВЕРЖДАЮ
Директор
ГАНОУ СО «Дворец молодёжи»
_____ А.Н. Слизько
Приказ от 29.02.2024 № 246-д

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
«Брендинг образовательной организации»
(24 часа)

Авторы:

Ананьина Наталья Александровна,
руководитель группы маркетинга
Центра опережающей профессиональной
подготовки Свердловской области –
структурного подразделения
ГАПОУ СО «УКСАП»;
Рукавичникова Елена Владимировна,
преподаватель МАУК ДО «Детская
музыкальная школа № 3 имени
Д.Д. Шостаковича»

Екатеринбург
2024

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

В современной практике деятельности образовательных организаций заметное место начинает занимать комплекс представлений, эмоций и ценностных ориентиров в сознании аудитории – брендинг.

Эффективное управление брендом образовательной организации позволяет привлекать и удерживать сильные кадры; формировать стабильный контингент учащихся; выстраивать эффективное взаимодействие взаимодействия с субъектами внешнего окружения, включая органы государственной власти и местного самоуправления. Управление персональным брендом педагога поднимает его рейтинг среди коллег, позволяет претендовать на более высокий уровень дохода и привлекательные условия труда.

Это приводит к необходимости приобретения специалистами в сфере образования новых компетенций в области брендинга, актуализации имеющихся знаний и приобретение новых умений в данной области. Понимание сущности и специфики функционирования бренда в современной практике рыночной деятельности образовательной организации, освоение основных приемов создания и развития бренда в сфере образования позволит слушателям повысить продуктивность выполнения трудовых обязанностей и будет способствовать личностной самореализации.

Нормативно-правовые обоснования разработки программы:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «Об образовании в Российской Федерации».
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 24.07.2023) «О рекламе».
3. Федеральный закон от 07.02.1992 N2300-1 (ред. от 04.08.2023) «О защите прав потребителей».
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая). Федеральный закон от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 05.12.2022).
5. Профессиональный стандарт «Руководитель образовательной организации (управление дошкольной образовательной организацией и общеобразовательной организацией)» (утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.04.2021 № 250 н).
6. Профессиональный стандарт «Педагог (педагогическая деятельность в дошкольном, начальном общем, основном общем, среднем общем образовании) (воспитатель, учитель)» (утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.10.2013 № 544 н).
7. Профессиональный стандарт «Педагог дополнительного образования детей и взрослых» (утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22.09.2021 № 652 н).

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Цель реализации программы

Формирование у слушателей комплекса навыков в области формирования и управления личным брендом педагога и брендом образовательной организации, способствующих росту конкурентоспособности организации на рынке образовательных услуг.

Задачи:

- формирование системы знаний о брендинге как составной части стратегии развития образовательной организации;
- изучение технологий создания и управления брендом, способствующих повышению эффективности взаимодействия с субъектами внешнего окружения, включая органы государственной власти и местного самоуправления;
- освоение навыков создания и развития бренда.

Программу отличает практико-ориентированный подход в части подачи теоретического материала. Материал для лекционных и практических занятий сформирован с учетом современных тенденций создания и функционирования бренда в сфере образования. Особое внимание уделено практике позиционирования и продвижения образовательных услуг и эффективности формирования положительного имиджа образовательной организации.

1.2. Планируемые результаты обучения

Трудовые действия	Знания и умения
Формирование и поддержка организационной культуры образовательной организации	Знать: – основы брендинга в образовании; – основные принципы и этапы создания бренда
	Уметь создавать и развивать бренд как элемент организационной культуры образовательной организации
Организация взаимодействия общеобразовательной организации с участниками образовательных отношений, органами государственной власти, местного самоуправления, учредителем (собственником), общественными и другими организациями, представителями СМИ	Знать: – этапы создания бренда
	Уметь: – определять цели и задачи брендинга; – анализировать эффективность управления брендом образовательной организации; – планировать мероприятия по управлению брендом образовательной организации
Формирование положительного имиджа образовательной организации	Знать: что такое имидж образовательной организации с точки зрения заинтересованных сторон и как он влияет на привлечение контингента
	Уметь управлять имиджем образовательной организации за счет инструментов брендинга

Организационно-педагогическое обеспечение продвижения услуг дополнительного образования детей и взрослых	Знать основы сегментации, позиционирования образовательной организации
	Уметь эффективно использовать инструменты брендинга для привлечения клиентов услуг дополнительного образования детей и взрослых
Создание, поддержание уклада, атмосферы и традиций жизни образовательной организации	Знать: – элементы и атрибуты бренда; – визуальные эффекты бренда
	Уметь: – разрабатывать элементы бренда; – использовать бренд в целях создания, поддержания уклада, атмосферы и традиций жизни образовательной организации

1.3. Категория обучающихся

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Брендинг образовательной организации» предназначена для руководителей и заместителей руководителей образовательных организаций, педагогов дополнительного образования, специалистов системы образования, планирующих заниматься брендингом и продвижением образовательных продуктов, а также для понимания принципов работы по созданию бренда и продвижению образовательных продуктов.

1.4. Форма обучения

Применяемая в рамках обучения по дополнительной профессиональной программе повышения квалификации «Брендинг образовательной организации» форма обучения – очно-заочная. На аудиторную работу приходится не менее 20 процентов общего объема часов, предусмотренных для освоения образовательной программы. Форма обучения может быть реализована полностью или частично с применением дистанционных образовательных технологий, электронного обучения. Программа включает лекции, практические занятия по разработке бренда образовательной организации. Лекции строятся в логике проблемного изложения, в рамках решения кейсов предусматривается постановка вопросов для последующего обсуждения на практическом занятии.

1.5. Срок освоения программы, режим занятий:

Срок освоения дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Брендинг образовательной организации» составляет 24 часа. Режим занятий определяется трудоемкостью дисциплины и структурой учебного плана.

2. СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

2.1. Учебный план программы повышения квалификации «Брендинг образовательной организации»

Категория слушателей: руководители и заместители руководителей образовательных организаций, педагоги дополнительного образования, специалисты системы образования, планирующие заниматься брендингом и продвижением образовательных продуктов.

Срок обучения – 24 часа.

Форма обучения – очно-заочная

№ п/п	Наименование учебных дисциплин	Всего часов	В том числе			Форма итогового контроля
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Сущность и специфика функционирования бренда, особенности брендинга в сфере образования	11	4	4	3	Текущий контроль (опрос)
2.	Создание и развитие бренда в сфере образования	11	4	4	3	Текущий контроль (опрос)
3.	Итоговая аттестация	2		2		Круглый стол
Итого:		24	8	10	6	

2.2. Учебный (тематический) план программы повышения квалификации «Брендинг образовательной организации»

№ п/п	Наименование разделов (модулей) и тем	Всего час.	Аудиторные учебные занятия. Учебные работы		Внеаудиторная работа	Форма контроля
			Лекции	Практические и др. формы занятий	Самостоятельная работа	
1.	Сущность и специфика функционирования бренда в сфере образования	11	4	4	3	Текущий контроль (опрос)
1.1.	Понятие бренда	2	2		1	

	и брендинга в сфере образования					
1.2.	Принципы сегментации и позиционирования и их роль в формировании образовательного бренда	2	1		1	
1.3.	Продвижение в сфере образования	2	1		1	
1.4.	Работа с кейсами. Разбор решений, вопросы и ответы	4		4		
2.	Создание и функционирование бренда в сфере образования	11	4	4	3	Текущий контроль (опрос)
2.1.	Разработка бренда	3	2		1	
2.2.	Перцептивная идентичность бренда	3	2		1	
2.3.	Работа с кейсами. Разбор решений, вопросы и	5		4	1	
3.	Итоговая аттестация	2		2		Круглый стол
	Итого:	24	8	10	6	

2.2. Сетевая форма обучения

Сетевая форма обучения не предусмотрена.

2.3. Календарный учебный график

Обучение по программе повышения квалификации осуществляется на основании утвержденного учебного плана в соответствии с расписанием.

Форма обучения	Количество часов в день	Количество дней	Объем программы (час.)
Очно-заочная	2-4	7-10	24

2.4. Содержание программы программы повышения квалификации «Брендинг образовательной организации»

Раздел 1. Сущность и специфика функционирования бренда в сфере образования (8 часов)

Тема 1. Понятие бренда и брендинга в сфере образования (2 часа).

Понятие образовательного продукта. Образовательные услуги: основные виды и характеристики. Рыночная ориентация образовательного учреждения. Определение понятия «целевая аудитория», сегмент. Факторы, влияющие на потребительское поведение. Особенности бренда образовательной организации и потребность к его формированию. Бренд как элемент стратегии развития образовательной организации. Объекты брендинга в образовании.

Тема 2. Принципы сегментации и позиционирования и их роль в формировании образовательного бренда (1 час).

Основные требования к формированию рыночной позиции. Внутренняя и внешняя среда. Конкуренция в сфере образования. Основные методики анализа маркетинговой среды. Этапы процесса позиционирования. Выбор стратегии позиционирования.

Тема 3. Продвижение в сфере образования (1 час). Понятие «продвижение», назначение и функции продвижения. Инструменты и технологии продвижения. Роль продвижения в формировании бренда образовательных услуг.

Тема 4. Работа с кейсами. Разбор решений, вопросы и ответы (4 часа). Практические работы: определение целевой аудитории образовательных услуг; анализ конкурентных преимуществ услуг образовательной организации; выбор стратегии позиционирования. Решение кейса по продвижению услуг образовательной организации.

Раздел 2. Создание и функционирование бренда в сфере образования (8 часов)

Тема 1. Разработка бренда (2 часа)

Цели брендинга. Бренд как элемент организационной культуры образовательной организации. Элементы бренда: ассоциативные, эмоциональные и поведенческие. Аудит бренда образовательной организации. SWOT-анализ состояния имиджа образовательной организации. Бренды педагогов. Этапы создания бренда.

Тема 2. Перцептивная идентичность бренда (2 час)

Сущность визуальной идентичности. Перцептивные атрибуты бренда: физические характеристики, имя, персонажи, фирменный знак, логотип, цветовые сочетания, фирменные шрифты и т.д.

Анализ и план создания визуальной айдентики. Отношение к визуальной идентичности. Фирменный стиль. Понятие брендбука и его элементов. Визуальные эффекты бренда. Логотип. Слоган. Дизайн. Согласованность элементов бренда.

Тема 3. Работа с кейсами. Разбор решений, вопросы и ответы (4 часа). Практические работы: анализ бренда; план создания бренда, разработка элементов бренда.

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

3.1. Кадровое обеспечение программы

Реализация настоящей дополнительной профессиональной программы

повышения квалификации обеспечивается высококвалифицированными педагогическими и научно-педагогическими кадрами, имеющими достаточный опыт работы в области профессиональной деятельности, соответствующей направленности образовательной программы.

3.2. Учебно-методическое обеспечение и информационное обеспечение программы

Основные источники:

1. Домнин В.Н. Брендинг: учебник и практикум для вузов / В.Н. Домнин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 493 с.

2. Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В.Л. Музыкант. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 475 с.

3. Плужникова И.И. Маркетинг образовательных услуг: учебное пособие / И.И. Плужникова, С.А. Изюмникова. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2020. – 71 с.

Дополнительная литература:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. Пер с англ. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2007 – 656 с.

2. Каленская Н.В., Антонченко Н.Г. Брендинг /Н.В. Каленская, Н.Г. Антонченко. – Казань: 'Абзац', 2019. – 125 с.

3. Колышкина Т.Б. Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для вузов / Т.Б. Колышкина, Е.В. Маркова, И.В. Шустина. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 262 с.

4. Старов С.А. Управление брендами: Учебник; ВО – Бакалавриат, Магистратура/Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2021. – 557 с.

Интернет-ресурсы:

1. Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга»:
<https://www.marketing.spb.ru/>

2. Жадько Е.А. Ж17 Позиционирование и брендинг образовательной организации [Текст]: [монография] / Е.А. Жадько, Л.М. Капустина, Н.Ю. Романова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург: [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2016. – 204 с.

[https://meu.usue.ru/images/docs/monogr/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%8F%20%D0%9F%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%B8%20%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3%20%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8%20\(%D0%96%D0%B0%D0%B4%D1%8C%D0%BA%D0%BE,%20%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D](https://meu.usue.ru/images/docs/monogr/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%8F%20%D0%9F%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%B8%20%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3%20%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8%20(%D0%96%D0%B0%D0%B4%D1%8C%D0%BA%D0%BE,%20%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D)

3.3. Материально-технические условия реализации программы

Для реализации программы требуются:

- персональные компьютеры или ноутбуки;
- ПО Microsoft Office;
- доступ к сети Интернет;
- презентационное оборудование.

4. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММ

4.1. Формы аттестации

Процедура итоговой аттестации проходит в форме круглого стола, предполагающим защиту итоговой работы слушателей, обсуждение актуальных вопросов по представленной работе, включение слушателей в обсуждение проблемных вопросов, обмен опытом и поиск общих решений.

Результаты участия слушателя в работе круглого стола оцениваются по двухбалльной системе: «зачтено», «не зачтено».

Критерии оценки предусматривают следующие показатели:

- понимание обсуждаемой проблемы, ее сути;
- высказывание собственного суждения по обсуждаемому вопросу;
- аргументированность вносимых предложений;
- умение вести дискуссию и отстаивать свое мнение;
- активность в обсуждении.

Перечень тем/вопросов для итоговой работы:

1. Разработка бренда (элемента бренда) образовательной организации (образовательной услуги, творческого коллектива и т.д.).
2. Анализ текущего состояния бренда.
3. Разработка программы развития бренда образовательной организации.

4.2. Оценочные материалы

Практические работы:

1. Анализ конкурентных преимуществ услуг образовательной организации с помощью методики SWOT-анализа.
2. Выбор стратегии позиционирования образовательной организации.
3. Анализ бренда.
4. Разработка элементов бренда.

Кейсы:

Кейс 1.

Вы руководитель муниципального учреждения дополнительного образования «Дом детского творчества». Ваше учреждение давно на рынке.

Сегодняшняя репутация учреждения ориентирована на детей дошкольного и младшего школьного возраста. Вам необходимо расширить свою целевую аудиторию и привлечь подростков 12-14 лет и молодёжь 16-18 лет. Предложите программу ребрендинга образовательной организации.

Кейс 2.

Вы руководитель муниципального образовательного учреждения Средняя общеобразовательная школа № 777. Ученики школы несколько лет подряд занимают призовые места в математических олимпиадах, получают высокие баллы ЕГЭ по этому предмету. В школе работает несколько сильных преподавателей среднего возраста.

В вашем районе находится несколько школ, одна из них Гимназия № 333 с углубленным изучением предметов математики, физики, информатики.

Вашей школе необходимо целенаправленно привлекать учащихся, имеющих математические способности и проявляющих интерес к изучению предмета. Какая программа развития бренда может решить Вашу задачу? Разработайте план мероприятий.