

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное автономное нетиповое образовательное учреждение
Свердловской области «Дворец молодёжи»
Региональный модельный центр

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
«Брендинг в 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

1. 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).

2. 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.

3. 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

4. КАТЕГОРИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Брендинг в 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.

5. УЧЕБНЫЙ (ТЕМАТИЧЕСКИЙ) ПЛАН программы повышения квалификации «Брендинг в 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 и брендинга в сфере образования	2	2		1	
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	

6. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Календарный учебный график реализации программы в 2024 г.

Группа	Месяц	Форма обучения	Количество дней	Количество часов в день	Объем программы (час.)
РМЦ-7-1-24	18-29 марта	Очно-заочная	7-10	2-4	24

7. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

7.1. 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.

7.2. 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.