

Утверждено
Генеральный директор
ООО «Московский институт профессиональной переподготовки и повышения
качества квалификации педагогов»



И.А. Курильчик

М.П.

Курс повышения квалификации «Применение маркетинга в продвижении образовательной организации»

Учебная программа курса

О программе	Курс направлен на освоение эффективных методов и инструментов, применяемых для продвижения образовательных программ и услуг. Участники изучат ключевые маркетинговые инструменты, включая цифровой маркетинг, SMM, контент-маркетинг, PR и другие каналы, необходимые для создания узнаваемости учебных заведений и привлечения целевых аудиторий. Курс фокусируется на развитии практических навыков в создании и реализации комплексных маркетинговых кампаний, а также на эффективном использовании инновационных технологий для улучшения результатов продвижения. Внимание уделяется также анализу рынка, оценке конкурентов и потребностей аудитории для адаптации маркетинговых стратегий, что позволит слушателям повышать конкурентоспособность учебных заведений и привлекать новых студентов с использованием современных методов и технологий
Цель курса	Совершенствование профессиональных компетенций слушателей в области эффективного использования различных инструментов маркетинга для продвижения образовательных программ и услуг
Задачи	1. Дать слушателям понимание ключевых инструментов маркетинга в сфере образования, включая SEO, контекстную рекламу, SMM, PR и другие средства продвижения, которые способствуют улучшению видимости образовательных программ и учебных заведений 2. Сформировать навыки использования маркетинговых инструментов для создания комплексных рекламных кампаний, включая стратегическое планирование, выбор каналов коммуникации и рекламных форматов для эффективного привлечения студентов и партнеров 3. Сформировать умение использовать методы цифровых технологий для продвижения образовательных услуг, включая автоматизацию маркетинговых процессов, контент-маркетинг, блоггинг и использование социальных сетей для повышения вовлеченности аудитории 4. Совершенствовать навыки создания персонализированных маркетинговых кампаний, направленных на сегментацию аудитории и адаптацию коммуникаций под потребности различных целевых групп, таких как студенты, родители и работодатели 5. Сформировать знания о современных трендах в образовательном маркетинге, включая использование новых технологий и методов PR, для формирования сильных брендов образовательных учреждений и эффективных стратегий их продвижения

Категория слушателей	Специалисты системы образования, узко квалифицированные специалисты, ТОП менеджеры
Оценка качества	Промежуточная аттестация в форме тестов, отчетов в форме презентаций, контрольных работ и проекта урока; итоговое тестирование
Форма обучения	Заочная с использованием дистанционных образовательных технологий. Информация о форме обучения в удостоверение не вносится
Прогнозируемые результаты	<p>В результате обучения на курсе обучающиеся приобретут: Знания: - роли маркетинговых инструментов в продвижении образовательных услуг, включая SEO, контекстную рекламу, SMM, PR и другие способы для повышения видимости учебных заведений и программ - важности выбора и применения эффективных каналов продвижения, включая онлайн и офлайн инструменты, для привлечения различных целевых групп (студенты, родители, партнеры) - порядка применения инновационных методов продвижения, таких как автоматизация рассылок, создание лендингов, блогов и использование новых цифровых решений для повышения эффективности кампаний - важности адаптации маркетинговых стратегий и инструментов в образовательной сфере в условиях быстрого изменения технологий и требований учащихся</p> <p>Умения: - анализировать и использовать данные маркетинговых исследований для создания персонализированных предложений и оценки потребностей целевых аудиторий с целью увеличения эффективности маркетинговых усилий - измерять эффективность маркетинговых кампаний с помощью аналитических инструментов и метрик, чтобы своевременно корректировать стратегии и повышать результаты</p> <p>Навыки: - разработки и реализации интегрированных маркетинговых кампаний, которые включают использование цифровых технологий, соцсетей и контент-маркетинга для расширения аудитории и повышения вовлеченности - создания и управления стратегиями PR-продвижения, включая работу с репутацией учебного заведения, кризисный PR и другие методы для улучшения имиджа образовательных учреждений</p>