

Утверждено
Генеральный директор

ООО «Московский институт профессиональной переподготовки и повышения квалификации педагогов»



И.А. Курильчик

М.П.

Курс повышения квалификации «Маркетинг в сфере образовательных услуг»

Учебная программа курса

О программе	<p>Курс «Маркетинг в образовании: стратегии привлечения учащихся» направлен на развитие ключевых навыков, необходимых для создания и внедрения эффективных маркетинговых стратегий в образовательной сфере. Участники изучат принципы маркетинга, включая сегментацию аудитории, выбор целевых групп и проведение маркетинговых исследований для оптимизации образовательных предложений. Курс акцентирует внимание на развитие навыков создания и реализации маркетинговых кампаний для привлечения новых учащихся, повышения их лояльности и усиления конкурентных преимуществ образовательных учреждений. Особое внимание уделяется использованию инновационных технологий и цифровых инструментов для продвижения образовательных услуг, а также анализу данных и клиентских метрик для принятия обоснованных решений. Слушатели получают практические инструменты для адаптации маркетинговых стратегий к изменяющимся условиям рынка, что позволит им эффективно привлекать новых учеников, повышать удовлетворенность аудитории и укреплять позиции образовательного бренда.</p>
Цель курса	<p>Совершенствование профессиональных компетенций слушателей в области применения маркетинговых стратегий, направленных на привлечение учащихся и партнеров.</p>
Задачи	<p>1. Дать слушателям понимание ключевых понятий маркетинга в образовании, его роли в продвижении образовательных услуг и различных формах маркетинга, способствующих повышению узнаваемости учебных заведений и образовательных программ. 2. Научить использовать маркетинговые исследования в сфере образования как основу для принятия обоснованных решений, включая анализ рынка образовательных услуг, потребностей целевой аудитории (студентов, родителей, работодателей) и конкурентной среды. 3. Сформировать умения использовать методы стратегического планирования маркетинга образовательных услуг, включая выбор целевых сегментов, разработку маркетинговой политики учебного заведения и планирование ценовой, коммуникационной и сервисной политики. 4. Совершенствовать навыки эффективного применения инноваций в образовательном маркетинге, включая цифровые технологии, персонализированные образовательные предложения и современные методы продвижения. 5. Сформировать знания анализа и применения современных тенденций маркетинга в образовании, конкурентоспособных образовательных брендов и создания эффективных стратегий привлечения и удержания студентов.</p>

Категория слушателей	Специалисты системы образования, узкоквалифицированные специалисты, ТОП-менеджеры.
Оценка качества	промежуточная аттестация в форме тестов, отчетов в форме презентаций и разработка плана учебного исследования; итоговое тестирование
Форма обучения	Заочная. В процессе обучения применяются исключительно дистанционные образовательные технологии и электронное обучение.
Прогнозируемые результаты	<p>В результате обучения на курсе обучающиеся приобретут Знания: • роли маркетинга в образовательной сфере как инструмента привлечения новых учеников и создания долгосрочных конкурентных преимуществ для учебного заведения; • о важности сегментации рынка образовательных услуг, выборе целевых аудиторий (школьники, студенты, взрослые учащиеся) и построении эффективных маркетинговых стратегий для привлечения и удержания учащихся; • важности адаптации маркетинговых стратегий в образовании к меняющимся условиям рынка, цифровым технологиям и требованиям современных учащихся. Умения: • анализировать и оценивать рынок образовательных услуг, конкурентов и потребности учащихся с целью создания персонализированных программ обучения и улучшения маркетинговых показателей; • использовать данные маркетинговых исследований и метрики для оценки эффективности маркетинговых кампаний и оптимизации стратегий продвижения образовательных программ. Навыки: • создания и реализации маркетинговых кампаний для образовательных учреждений, ориентированных на расширение аудитории, повышение узнаваемости и эффективное использование различных каналов продвижения; • применения инновационных методов и технологий в маркетинге образовательных услуг для повышения эффективности привлечения учеников и повышения их лояльности; • разработки и внедрения систем лояльности, программ поощрения и иных стратегий для укрепления долгосрочных отношений с учащимися и их родителями.</p>
Овладение навыками применения маркетинга в образовательных организациях.	<p>Наименование разделов, модулей, тем Всего часов Лекции Самостоятельная работа Практическая работа Кол-во часов контроля Тип контроля Модуль 1. Специфика маркетинга услуг. Всего часов 19 ч. Лекции 6 ч. Самостоятельная работа 6 ч. Практическая работа 6 ч. Кол-во часов контроля 1 ч. Тип контроля Тест Модуль 2. Маркетинговые исследования Всего часов 15 ч. Лекции 4 ч. Самостоятельная работа 4 ч. Практическая работа 6 ч. Кол-во часов контроля 1 ч. Тип контроля Тест Модуль 3. Управление маркетингом. 3.1 Всего часов 17 ч. Лекции 4 ч. Самостоятельная работа 6 ч. Практическая работа 6 ч. Кол-во часов контроля 1 ч. Тип контроля Тест Модуль 4. Маркетинговые коммуникации. Всего часов 17 ч. Лекции 4 ч. Самостоятельная работа 6 ч. Практическая работа 6 ч. Кол-во часов контроля 1 ч. Тип контроля Тест Модуль 5. Маркетинг образовательных услуг. Всего часов 19 ч. Лекции 6 ч. Самостоятельная работа 6 ч. Практическая работа 6 ч. Кол-во часов контроля 1 ч. Тип контроля Тест Модуль 6. Основы предпринимательства. Всего часов 17 ч. Лекции 4 ч. Самостоятельная работа 6 ч. Практическая работа 6 ч. Кол-во часов</p>

	контроля1 ч. Тип контроляТест Итоговый контроль Всего часов4 ч. Лекции Самостоятельная работа Практическая работа Кол-во часов контроля4 ч. Тип контроляТест Итого часов Всего часов108 Лекции28 Самостоятельная работа34 Практическая работа36 Кол-во часов контроля10 Тип контроля Всего часов Лекции Самостоятельная работа Практическая работа Кол-во часов контроля Тип контроля
--	---