совершенствование профессионального уровня педагогических кадров в рамках осуществления маркетинговой деятельности учреждения

Струнович О.А.,

методист государственного учреждения дополнительного образования «Центр творчества «Эверест» г. Могилева»

Формирование качественной системы образования, в полной мере отвечающей потребностям инновационной экономики и принципам устойчивого развития, является стратегической целью развития системы образования Республики Беларусь. Успех деятельности любого учреждения образования зависит от актуальности предлагаемого образовательного продукта и оказываемых услуг, спроса на него, а также от того, соответствуют ли они потребностям потенциальных клиентов и государства в целом.

В связи с этим, важным элементом учреждения образования становится маркетинг, который, по мнению В.Заргеза и Ф.Хеберлина, рассматривается как специальный маркетинг услуг, разработанный для производственного повышения квалификации. Говоря о понятии «образовательный маркетинг», также можно привести определение А.П. Егоршина: «Образовательный маркетинг – это создание, внедрение и оценка образовательных программ для формирования отношений обмена между учебным заведением и его клиентами (учащимися) и выполнения главных образовательных и стратегических   
задач» [2; 15].

В условиях маркетинговой деятельности ведущую роль в обеспечении **качества образования** и его эффективности **играет педагог. В связи с этим, развитие и совершенствование его** профессионализма является первостепенной задачей деятельности методической **службы учреждения, которая предполагает** внедрение в практику новых эффективных техник, методик и форм работы с педагогическими кадрами.

**В основе работы** учреждения **по совершенствованию работы в различных направлениях лежит проектная деятельность. Поэтому с целью** внедрения в систему работы Центра творчества «Эверест» модели маркетинговой деятельности и совершенствования профессионального уровня педагогических кадров в новых условиях был разработан проект «Образовательный маркетинг в ГУДО «Центр творчества «Эверест» г.Могилева» как путь к повышению конкурентоспособности учреждения».

**В рамках данного проекта по совершенствованию профессионализма педагогов были определены следующие направления работы:**

* маркетинг личности: развитие готовности к профессиональной самореализации через раскрытие личностного потенциала, повышение самооценки, удовлетворенности своей профессиональной деятельностью, профессиональной гибкости;
* **маркетинг услуг: формирование маркетинговой грамотности педагога, повышение его конкурентоспособности и успешности в современных социально-экономических условиях,** освоение и применение современных технологий, методов, форм работы, расширение навыков продвижения собственных образовательных услуг через различные ресурсы медиапространства.

В настоящее время важнейшим условием методического сопровождения педагогических работников является использование новых инструментов взаимодействия с педагогическими кадрами. Поиск таких инструментов привел к внедрению коучинговых технологий в образовательный процесс, направленных на личностное развитие и самореализацию педагогов в профессии, что и стало основой для организации работы в направлении маркетинг личности.

Использование коучинга в образовании – это принципиально новое направление в педагогической науке и практике, в основе которого лежит постановка и максимально быстрое достижение целей путём актуализации и мобилизации внутреннего потенциала личности и освоения передовых стратегий получения результата.

В обобщенном виде применение коучингового подхода в сфере образования предполагает продолжительное сотрудничество субъектов образовательного процесса, основой которого является уважение и принятие личности участников, а главным приемом – открытые, стимулирующие осознанность, вопросы, которые не содержат критики, оценок и советов. Эта особенность коучингового подхода позволяет с успехом внедрить его в образовательный процесс, придавая ему индивидуально-творческий характер, и позволяет реализовать поставленные задачи.

Внедрение коучинговых технологий предполагает следующие этапы:

* Мотивационный этап, в результате которого педагогические работники были ознакомлены с разнообразием, особенностями и возможностями использования коучинговых технологий, в следствии чего была сформирована положительная мотивация к их использованию в своей педагогической практике.
* Формирующий этап, предполагающий обучение педагогов коучинговым технологиям и формирование умения их адаптировать с целью использования в профессиональной деятельности;
* Практический этап,содержание которого предполагает непосредственное использование педагогом элементов коучинговых технологий в своей педагогической практике.

В процессе реализации проекта были освоены различные продуктивные коучинговые методы: «SMART-цель» **-** обучение целеполаганию; «Линия времени» **-** планирование конкретных шагов по достижению цели; «Колесо баланса» **-** метод по выявлению проблем в педагогической деятельности, удовлетворенности различными аспектами собственной педагогической практики; «Fishbone» (*фишбоун*) **-** метод постановки и решения проблемы; «Стратегия творчества Уолта Диснея» **-** техника разработки креативной идеи, ее планирования и реализации.

Использование элементов коучинговых технологий повысило качество методического сопровождения педагогической деятельности: педагоги осознали важность целеполагания, освоили простые и эффективные способы достижения поставленных целей, очертили дальнейший маршрут своего профессионального развития. Изменения произошли и в развитии личностных качеств педагогов: повысилась самооценка, уверенность в себе, пропал страх перед необходимостью внедрять новшества в педагогическую практику, повысилась удовлетворенность своей профессиональной деятельностью, активизировался творческий потенциал.

Маркетинг услуг предполагает следующие направления деятельности педагога:

* Совершенствование имеющихся образовательныхуслуг – это анализ и корректировка программ объединений по интересам, включение в эти программы современных педагогических и компьютерных технологий, различных форм воспитательной работы, позволяющих делать образовательный процесс максимально увлекательным и продуктивным.

Так, педагогическими работниками Центра в работе с учащимися широко используются такие компьютерные средства, как цифровые ментальные карты и интерактивные доски на различных сервисах: Google – Jamboard, ресурс Padlet; платформа ZOOM, облачные технологии на платформе Google для организации дистанционного взаимодействия, а также прикладные мобильные приложения по направлениям деятельности деятельности: обучение игре на гитаре («Guitar Pro», «Amazing Slow Downer», «Guitar Tuna»), развитие музыкальных способностей («Тренажер ритма», «[Complete Rhythm Trainer](http://yandex.by/clck/jsredir?from=yandex.by;images/search;images;;&text=&etext=9138.ZbYMi2AuPIO5kCDLdLfMrfXN8lqGa_60ysM3wRPTJFPit-vIpL4MyRQBaXfSzVT7VblNttJUswhh_OCfBKja3LxPEyVS_pQdoPvJlgn0Ovk.f2ebb1f65868a7b2f47668c36b0d476fec9c089e&uuid=&state=iric5OQ0sS1mPitaa3mxJE61AVKS1Y9siPMmVFsWPIWEtrEgMmapww,,&data=eEwyM2lDYU9Gd1VROE1ZMXhZYkJTZGVBbmJJaTJNUXpaNWFQbTgwWnJYZHpIallJQmJDYXg5MUFaYzBzdTFGMWlNb2F5TkpLdzE1V3MtOTBES19vVl9TbXBUd01DbVJzRUhsS0hYYzFNRDBNYllvVnEyay1oSWFwUlFQMWpjdENLWVA5YUw3V1hFVUoySnRuWUxTUDExYkNxbFNGbTI2NFRwOHNyZnljbWdsdjUtY0s4OWhGbjQyTUZORVktWEFY&sign=5582129d14ab5e91e10228539ad33e56&keyno=IMGS_0&b64e=2&l10n=ru)», , «Музыкальный экзаменатор»), развитие голоса учащихся («Vocaberry» и др.).

Кроме этого, используя социальные сети Вконтакте, Инстаграм, платформу ZOOM, педагоги проводят воспитательные онлайн-мероприятия, квизы, квесты, беседы, викторины, конкурсы, интересные встречи, в том числе, с привлечением узких специалистов.

* Расширение спектра имеющихся и создание новых видов образовательных, информационных, консультативных и иных услугдля потенциальных потребителей.

Так, кроме реализации программ объединений по интересам расширяется спектр деятельности педагогов на проведение мастер-классов по профилю деятельности как для педагогических работников, так и для учащихся и их родителей, распространение собственного педагогического опыта через проведение семинаров, участие в конференциях, оказание консультативной помощи для молодых педагогов по профилю.

Например, стало традиционным размещение на официальной странице Центра в социальной сети [Instagram](https://www.instagram.com/) мастер-классов по различным направлениям, посвященных календарным, государственным праздникам; по запросам специалистами Центра осуществляется запись фонограмм; организуются и проводятся концертные программы, новогодние представления, утренники и другие мероприятия.

* Продвижение образовательных услуг и образовательного продукта через медиапространство, организацию рекламной деятельности (PR-кампании).

Наиболее популярными средствами продвижения являются визитки, буклеты, афиши, пресс-релизы мероприятий, рекламные видеоролики, промо-продукция объединений по интересам (календари, ручки, кружки, значки, майки и др.), рекламные стенды ([Ролл Ап,](http://yabs.yandex.by/count/WaOejI_zOCK1vH40n1vtGa5E9BbjUGK0nG8GW0WnussKNW00000uWW82SDIpyv0DW07CoQp6zUgA_VC1Y06AvitAIf01bFh2hi60W802c06K-iAkGRW1_lkywHx00LpO0UJsb1xW0PYNanxe0Ue1Y0BkIg02ZgIl5jW20l02zlw2pGIO0vJTEC043EW4muuD-0IVgHM81P-f5P05_OPSe0MV5wW5dnUm1PyNk0MiPC05zTL7o0MGJhJJXrQW1hm2g0Qy0ia6wyjDpww15ZhH1jY0h7URdiKRgGVLUX35BeEL6h07W82O3BW7j0RG1mBW1yeEyGUaJ7W3SMWVB8I2W874XzANoGe_Yi1nzuog2n02DeDJrNe00AxwmLaiemK0sGle2v-f5RxUlW6f39XsdYuzFRi_w0mdu0s3W810YGw11CMFCNVlwvUt-kore8iwe0x0X3tO3W6X3pqArwDmFVO_sG-j-nUG4B6nWAYvwzRU9uo00XIO4Vy_Mzj6TzwnN3-n4iyOvBW8pUS_wH9o2EcWd8aaKl0I58WJ290JCfWJ1AWJtvZWcT__yzWKu1EiPA0Kh6Ie5Fs6NA2IdFG5w1G8o1NGqyA1_mNG5Q2IdFG5s1N1YlRieu-y_6Fmc1RGwUdp1Q0MqAIPz0N95j0MYhxUlW6O5_UlcIGM06g6hBbi3y-V-KzmmK7da0XBPq_QSCgjGWrYW2MaRjuf1W4USJW498yOHOSkOyBEKSMDNmlA0PmMk8RlW7g0VbjOFU2dqHU9F6wD46C0~1?from=yandex.by%3Bsearch%26%23x2F%3B%3Bweb%3B%3B0%3B&q=%D1%80%D0%BE%D0%BB%D0%BB+%D0%B0%D0%BF+%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%8B&etext=2202.3_ghtjHjVy3WHKxFZqM5UqKIfCPu5CrYpOsUV_D4SGZ5a3F1am1vbWVlbHdhYndt.287342a3d00914e58ef6df41e2e40563f8c30a6a&baobab_event_id=k8yj59xftq) [Пресс](https://ra-bw.ru/stati/naruzhnaya-reklama/tipy-press-wall) волл и т.д.). Среди способов продвижения можно выделить: средства массовой информации (печатные издания, телевидение, радио), официальный сайт учреждения, страницы в социальных сетях ([ВКонтакте](https://vk.com/" \t "_blank), [Instagram](https://www.instagram.com/)), канал на видеохостинге [YouTube](https://www.youtube.com/).

* Расширение и укрепление связей с социальными партнерами:учреждениями образования, культуры, иными организациями (государственными и частными), как потенциальными потребителями образовательных услуг, так и организациями, способствующими популяризации деятельности отдельных объединений по интересам, так и повышению статуса учреждения в целом.

В рамках сотрудничества коллективы Центра имеют возможность посещать мастер-классы опытных педагогов по различным профилям, концертные программы известных коллективов города, музеи и   
иные культурные и социальные объекты. Например, сотрудничество   
с ОАО «Могилевоблавтотранс» дает возможность размещения в общественном транспорте города рекламных афиш мероприятий и рекламных листовок объединений по интересам Центра, а наши творческие коллективы проводят для детей сотрудников ОАО «Могилевоблавтотранс» новогодние утренники и концертные программы; взаимодействие с региональными СМИ позволяет регулярно освещать деятельность творческих коллективов и учреждения в целом, учащиеся студии моделей «Fashion» в рамках сотрудничества с фотостудиями города имеют возможность участвовать в профессиональных фотосессиях и др.

На основании данных видов сотрудничества в учреждении создан банк субъектов маркетинговой деятельности: потребители (отдельные личности, учреждения, предприятия и организации) и посредники (общественные институты и структуры, причастные к продвижению учреждения на рынке образовательных услуг).

Таким образом, организованная, эффективно спланированная и качественно реализованная деятельность по указанным направлениям совершенствования профессионального уровня педагогических работников, позволяет вывести на новый уровень качество предоставляемых образовательных услуг, образовательного продукта, популяризировать деятельность как отдельных коллективов, так и учреждения в целом.

В ходе реализации проекта были достигнуты следующие результаты:

* по запросам родителей и учащихся было открыто 39 новых объединений по интересам, в которых занимаются более 450 учащихся;
* по запросам социальных партнеров расширен перечень оказываемых платных услуг;
* разработаны логотипы, буклеты, афиши, презентационные видеоролики творческих коллективов, а также создана уникальная промо-продукция (календари, ручки, кружки, блокноты, значки, майки)и рекламные стенды ([ролл-ап,](http://yabs.yandex.by/count/WaOejI_zOCK1vH40n1vtGa5E9BbjUGK0nG8GW0WnussKNW00000uWW82SDIpyv0DW07CoQp6zUgA_VC1Y06AvitAIf01bFh2hi60W802c06K-iAkGRW1_lkywHx00LpO0UJsb1xW0PYNanxe0Ue1Y0BkIg02ZgIl5jW20l02zlw2pGIO0vJTEC043EW4muuD-0IVgHM81P-f5P05_OPSe0MV5wW5dnUm1PyNk0MiPC05zTL7o0MGJhJJXrQW1hm2g0Qy0ia6wyjDpww15ZhH1jY0h7URdiKRgGVLUX35BeEL6h07W82O3BW7j0RG1mBW1yeEyGUaJ7W3SMWVB8I2W874XzANoGe_Yi1nzuog2n02DeDJrNe00AxwmLaiemK0sGle2v-f5RxUlW6f39XsdYuzFRi_w0mdu0s3W810YGw11CMFCNVlwvUt-kore8iwe0x0X3tO3W6X3pqArwDmFVO_sG-j-nUG4B6nWAYvwzRU9uo00XIO4Vy_Mzj6TzwnN3-n4iyOvBW8pUS_wH9o2EcWd8aaKl0I58WJ290JCfWJ1AWJtvZWcT__yzWKu1EiPA0Kh6Ie5Fs6NA2IdFG5w1G8o1NGqyA1_mNG5Q2IdFG5s1N1YlRieu-y_6Fmc1RGwUdp1Q0MqAIPz0N95j0MYhxUlW6O5_UlcIGM06g6hBbi3y-V-KzmmK7da0XBPq_QSCgjGWrYW2MaRjuf1W4USJW498yOHOSkOyBEKSMDNmlA0PmMk8RlW7g0VbjOFU2dqHU9F6wD46C0~1?from=yandex.by%3Bsearch%26%23x2F%3B%3Bweb%3B%3B0%3B&q=%D1%80%D0%BE%D0%BB%D0%BB+%D0%B0%D0%BF+%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%8B&etext=2202.3_ghtjHjVy3WHKxFZqM5UqKIfCPu5CrYpOsUV_D4SGZ5a3F1am1vbWVlbHdhYndt.287342a3d00914e58ef6df41e2e40563f8c30a6a&baobab_event_id=k8yj59xftq) рекламный штендер, [пресс](https://ra-bw.ru/stati/naruzhnaya-reklama/tipy-press-wall)волл), способствующие формированию фирменного стиля и позитивного имиджа творческих объединений и Центра творчества «Эверест» в целом;
* расширился спектр средств массовой информации, освещающих деятельность творческих коллективов учреждения;
* педагоги научились продвигать предоставляемые образовательные услуги через различные ресурсы медиапространства (практически у каждого творческого коллектива имеется собственный аккаунт в социальных сетях [ВКонтакте](https://vk.com/), Facebook и [Instagram](https://www.instagram.com/)).

**Опыт ГУДО «Центр творчества «Эверест» показывает, что грамотно спланированная деятельность специалистов всех структур учреждения и методической службы, в частности, обеспечивает становление педагога как профессионала высокого уровня, идущего в ногу со временем, креативно мыслящего и умеющего анализировать и внедрять передовой опыт в свою профессиональную деятельность, быть конкурентоспособным и успешным в современных социально-экономических условиях.**

На основании этого можно сделать вывод, что образовательный маркетинг является эффективным механизмом повышения конкурентоспособности учреждения дополнительного образования детей и молодежи, а также ведет к формированию позитивного имиджа как отдельно взятого учреждения образования, так и системы образования в целом.

**Список использованных источников**

1. **Ганаева, Е.А. Теоретическая модель маркетинговой деятельности образовательного учреждения / Е.А.Ганаева //** [**Вестник КГУ**](https://cyberleninka.ru/journal/n/vestnik-kostromskogo-gosudarstvennogo-universiteta) **им. Н.А. Некрасова. – 2006. – № 12. – с.80-85.**
2. **Донина, И.А. Образовательный маркетинг – современный этап маркетинга взаимоотношений / И.А. Донина // Фундаментальные исследования. – 2013. - №4 (часть 1). – С. 158-161.**
3. **Рындак, В.Г., Ганаева, Е.А. Формирование маркетинговой подготовленности руководителей образовательных учреждений / Образование и наука. – 2005. – № 3 (33). – 90 – 103.**