

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра менеджмента в образовании

**Совершенствование управления продвижением образовательных услуг ор-  
ганизации (на примере МБУ ДО «Детская школа искусств № 10»)**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студента 3 курса, 331 группы

направления 38.04.02 «Менеджмент»

Института дополнительного профессионального образования

**Емельянова Александра Сергеевича**

Научный руководитель

профессор кафедры менеджмента

в образовании ИДПО СГУ, д.э.н.,

профессор \_\_\_\_\_ «\_\_»\_\_\_\_\_ 2021 г. / О.А. Мызрова/

Зав.кафедрой

д-р соц.н., доцент \_\_\_\_\_ «\_\_»\_\_\_\_\_ 2021 г. / Н.В. Медведева/

Саратов 2021 год

**Введение.** В условиях современного научно-технологического развития при постоянно меняющихся внешних и внутренних условиях и необходимости обеспечения перехода к инновационной экономике, основанной на знаниях, актуальность дополнительного образования населения России особенно возрастает. В целях дальнейшего развития деятельности любой образовательной организации его руководству необходимо разрабатывать новые подходы к управлению, в том числе и к продвижению образовательных услуг.

Традиционное продвижение образовательных услуг, а также использование инструментов и методов интернет-маркетинга посредством собственного сайта и страниц в социальных сетях, становится неотъемлемой частью современных информационно-коммуникационных технологий в учреждениях образования.

Продвижение образовательных услуг имеет свои особенности, вызванные спецификой рынка образовательных услуг. Рост потребностей в получении услуг дополнительного образования обусловлен объективными требованиями инновационной экономики, основанной на знаниях.

Поэтому возникает необходимость научного обоснования инновационных путей развития креативных способностей детей и продвижения образовательных услуг.

Перечисленными выше аспектами обусловлена актуальность выбранной темы исследования.

Различным аспектам проблемам продвижения образовательных услуг посвящены работы Т.А. Анисовец, Н.Ю. Беляковой, М.В. Гречко, Е.А. Кавериной, Н.В.Климовой, А.А. Короченского, Т.Н. Неровни, Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус, Е.С. Рождественской, Е.В. Самсоновой, М.В. Самсоновой, В.В. Силаевой, Л.В.Стародубцевой, А.А. Тряпицыной А.А., Д.А. Шевченко и других.

Объектом исследования является детская школа искусств № 10 города Саратова.

Предмет исследования – управление продвижением образовательных услуг учреждения.

Цель исследования - разработка предложений по совершенствованию управления продвижением образовательных услуг детской школы искусств № 10 города Саратова.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести теоретическое исследование сущности, содержания и особенностей управления продвижением образовательных услуг организации;
- дать организационно-экономическую характеристику муниципального бюджетного учреждения дополнительного образования «Детская школа искусств № 10» города Саратова;
- проанализировать систему управления продвижением образовательных услуг детской школы искусств № 10;
- разработать мероприятия по совершенствованию управления продвижением образовательных услуг детской школы искусств № 10;
- оценить эффективность мероприятий по совершенствованию управления продвижением образовательных услуг детской школы искусств № 10 города Саратова.

Научная новизна исследования состоит в разработке и развитии теоретических подходов, методических инструментов и практических рекомендаций:

- введено понятие «услуга дополнительного образования», под которой понимается двойственный процесс персонального образования для самовыражения, саморазвития и самореализации личности, при котором одновременно происходит развитие когнитивных способностей человека к труду и удовлетворение потребности в свободном и творческом труде;
- уточнены принципы эффективного управления продвижением образовательных услуг в условиях становления инновационной экономики;
- предложено применение усовершенствованных инструментов и методов интернет-маркетинга по продвижению образовательных услуг, что позволяет расширить целевую аудиторию учреждений образования и увеличить конверсии;

– выявлены особенности управления продвижением образовательных услуг учреждений образования в современных условиях, которыми являются обязательное создание собственных интернет-сайтов, активное продвижение посредством социального маркетинга, предоставление услуг дополнительного образования на стыке разных дисциплин путем коллаборации традиционных и инновационных методик обучения в режиме офлайн и онлайн для всех возрастных групп населения муниципалитета.

Теоретическая значимость исследования заключается в развитии теоретических и методических положений управления продвижением образовательных услуг организации.

Практическая значимость исследования заключается в разработке основных направлений и конкретных рекомендаций по совершенствованию управления продвижением образовательных услуг организации. Все предложения и рекомендации, содержащиеся в работе, могут быть использованы организациями дополнительного образования для повышения эффективности своей деятельности.

Структура выпускной квалификационной работы обусловлена поставленными целями и задачами и включает в себя: введение, три главы, заключение и список использованных источников.

**Основное содержание работы.** В первой главе проведено теоретическое исследование управления продвижением образовательных услуг организации, в частности сущности, содержания и особенностей.

В процессе выполнения магистерской работы было установлено, что в контексте перехода к инновационной экономике, основанной на знаниях, актуальность непрерывного и дополнительного образования с целью развития человеческого капитала особенно возрастает. Для продвижения образовательных услуг приоритетным направлением деятельности учреждений образования должно стать развитие системы управления, маркетинговой деятельности с акцентом на интернет-маркетинг. Совершенствование управления продвижением должен быть направлен на повышение эффективности реализации образова-

тельных услуг через коммуникативное воздействие на всех стейкхолдеров, включая учащихся, их родителей и других родственников, сотрудников, представителей муниципальных властей, партнеров. Процесс продвижения услуг должен информировать и выработать благоприятное отношение потенциальных клиентов к бренду и услугам образовательной организации.

Особенностью управления продвижением образовательных услуг учреждений образования в современных условиях выступает обязательное создание собственных интернет-сайтов, активное продвижение посредством инструментов и методов интернет-маркетинга в социальных сетях, продвижение услуг дополнительного образования на стыке разных дисциплин путем коллаборации традиционных и инновационных методик обучения в режиме офлайн и онлайн для всех возрастных групп.

Во второй главе магистерской работы дана организационно-экономическая характеристика и проведен анализ управления продвижением образовательных услуг МБУ ДО «Детская школа искусств № 10», что позволило установить:

ДШИ № 10 имеет крепкую материально-техническую базу, учебные и иные помещения, оснащена необходимыми музыкальными инструментами и прочими учебно-методическими инструментами, материалами и пособиями. Обучение ведется по трем направлениям, включая музыкальное, изобразительное и декоративно-прикладное искусство. Сформирована оптимальная организационная структура управления, штат укомплектован профессиональными кадрами, обеспечивается безопасность. ДШИ № 10 получает доходы от собственности, от оказания платных услуг и безвозмездные денежные поступления текущего характера. При этом подавляющая часть доходов формируется путем оказания платных образовательных услуг в рамках государственного задания за счет сертификата на дополнительное образование, а доля доходов от оказания дополнительных платных услуг сверх государственного задания не увеличивается.

ДШИ № 10 получает доходы от собственности, от оказания платных услуг по государственному заданию и дополнительных платных услуг, а также от безвозмездных денежных поступлений текущего характера.

В 2019 году доходы от собственности, в т.ч. доходы от операционной аренды составили 8,9 тыс. руб., или 0,1% от общей суммы доходов. Безвозмездные денежные поступления текущего характера от местного бюджета составили 259,4 тыс. руб., или 1,8%, от иных резидентов - 339,5 тыс. руб., или 2,3% от общих доходов. Но подавляющую часть доходов ДШИ № 10 получает от оказания платных услуг в рамках государственного задания посредством государственного сертификата на дополнительное образование. В 2019 году их сумма составила 14,1 млн. руб., или 95,9% от общих доходов.

При этом доходы от дополнительных платных услуг сверх государственного задания составили 292,0 тыс. руб., или чуть менее 2% от суммы доходов ДШИ № 10.

ДШИ № 10 не имеет в своем штате специалиста по продвижению, нет рекламного бюджета, не выпускается печатная реклама, отсутствует наружная реклама в городе Саратове, включая собственное здание школы. Руководство ДШИ № 10 специально не занимается управлением продвижения образовательных услуг, переложив его на плечи вышестоящих организаций. Все продвижение сводится к поддержанию официального сайта ДШИ № 10 в интернете и профиля в социальной сети ВКонтакте. Дизайн и качество сайта и профиля ДШИ № 10 создают дискомфорт для посетителей, дублируют контент, создают множество других проблем, от которых зависит их посещаемость, и нуждается в коренном переосмыслении.

В третьей главе магистерской работы предлагаются и обосновываются мероприятия по совершенствованию управления продвижением образовательных услуг МБУ ДО «Детская школа искусств № 10», в частности введение в штат специалиста по маркетингу, оформление вывески, изменение дизайна сайта, введение онлайн обучения, введение дополнительных платных вечерних и воскресных занятий.

В штате ДШИ №10 не предусмотрена позиция специалиста по маркетингу, в бюджете не запланированы расходы по управлению продвижением образовательных услуг, связанных с наружной и печатной рекламой.

Рекомендуется руководству ввести в штат интернет-маркетолога и сформировать рекламный бюджет на предстоящий учебный год.

Затем следует в обязательном порядке изыскать средства для оформления броской вывески с подсветкой на фасаде собственного здания.

Другим важным мероприятием по совершенствованию управления продвижением образовательных услуг ДШИ № 10 выступает коренное изменение дизайна и содержания сайта. Сайт должен выполнять функцию управления продвижением образовательных услуг, знакомить широкий круг заинтересованных пользователей с деятельностью школы, предлагаемых образовательных программ, а также для развития бренда и создания положительного имиджа школы. Через сайт устанавливаются коммуникации с разными целевыми аудиториями, действующих и потенциальных учащихся. Кроме того, быстрые ответы на запросы пользователей через сайт, повышают лояльность целевой аудитории. Необходимо создавать навигацию по сайту максимально простой и интуитивно понятной.

Дистанционное образование переживает огромный бум во всем мире, поэтому ДШИ № 10 предлагается освоить онлайн обучение, дистанционные образовательные технологии и разработать платные дополнительные образовательные программы для детей и взрослых. Онлайн-программы для занятий творчеством по своему содержанию выходят за рамки школьной программы.

Кроме того, предлагается ввести дополнительные платные занятия вечером после 20 часов и в воскресные дни. Эти меры позволят значительно повысить доходы ДШИ № 10 сверх государственного задания.

Общий бюджет на 2021-2022 учебный год ДШИ № 10 в интернете по медиа плану, включающего контекстную, баннерную рекламу и комиссии, запланирован в сумме 18397,2 рубля. В результате прирост доходов от дополнительных платных образовательных услуг сверх государственного задания по песси-

мистическому варианту составят 876 тыс. руб., а по оптимистическому – 1460 тыс. руб. Общая сумма дополнительных доходов по пессимистическому варианту возрастет до 1 211 500 руб., а по оптимистическому – до 2 238 750 руб.

**Заключение.** Проведенное исследование управления продвижением образовательных услуг позволило получить следующие выводы и результаты:

- услуга дополнительного образования - это двойственный процесс персонального офлайн и онлайн образования для самовыражения, саморазвития и самореализации личности, при котором одновременно происходит развитие когнитивных способностей человека к труду и удовлетворение потребности в свободном и творческом труде;

- управление продвижением образовательных услуг представляет собой комплекс мероприятий, направленных на повышение эффективности реализации услуг посредством коммуникативного воздействия на всех стейкхолдеров, включая учащихся, их родителей и других родственников детей, сотрудников, представителей муниципальных властей, партнеров;

- процесс создания системы маркетинговых коммуникаций составляет один из главных элементов механизма управления продвижением образовательных услуг на всех этапах их жизненного цикла. Маркетинговые коммуникации создают каналы доставки информации об образовательной услуге до целевой аудитории;

- для эффективного управления продвижением образовательных услуг необходимо придерживаться следующих принципов: использование инновационных информационно-коммуникационных технологий для непрерывной маркетинговой коммуникации с целевой аудиторией; формирование целевой аудитории производится на основе возможностей инновационной экономики и учета запросов обучающихся; рекламирование образовательных услуг должно быть основано на демонстрации их конкурентных преимуществ, но не носить навязчивого характера; конкурентные преимущества образовательной услуги должны быть основаны на высоком качестве, надежности, гарантированности, актуальности и других позитивных характеристиках; участники продвижением образо-

вательных услуг должны быть профессиональными и творческими специалистами, готовых к внедрению инновационных методов.

- процесс управления продвижением образовательных услуг состоит из трех основных этапов: планирование, реализация, оценка эффективности. Планирование выступает одним из основных этапов управления продвижением образовательных услуг, на котором вырабатывается маркетинговая стратегия образовательной организации.

- ДШИ № 10 ведет дневную и очную образовательную деятельность по следующим направлениям музыкальное искусство; изобразительное искусство; декоративно-прикладное искусство; предлагает дополнительные предпрофессиональные и общеразвивающие общеобразовательные программы в области искусства. В настоящее время в ДШИ № 10 обучается 333 учащихся, в том числе почти 30 детей с ограниченными возможностями;

- управление ДШИ №10 осуществляется на основе сочетания принципов самоуправления и единоначалия и основано на четырехуровневой системе. Стратегическое управление возложено на два первых уровня;

- ДШИ № 10 получает доходы от собственности, от оказания платных услуг по государственному заданию и дополнительных платных услуг, а также от безвозмездных денежных поступлений текущего характера. В 2019 году доходы от собственности, в т.ч. доходы от операционной аренды составили 8,9 тыс. руб., или 0,1% от общей суммы доходов. Безвозмездные денежные поступления текущего характера от местного бюджета составили 259,4 тыс. руб., или 1,8%, от иных резидентов - 339,5 тыс. руб., или 2,3% от общих доходов. Но подавляющую часть доходов ДШИ № 10 получает от оказания платных услуг в рамках государственного задания посредством государственного сертификата на дополнительное образование. В 2019 году их сумма составила 14,1 млн. руб., или 95,9% от общих доходов. При этом доходы от дополнительных платных услуг сверх государственного задания составили 292,0 тыс. руб., или чуть менее 2% от суммы доходов ДШИ № 10;

- для ДШИ № 10 маркетинговая деятельность до сих пор не стала приоритетным направлением деятельности по поиску клиентов для своих услуг. Поэтому в магистерской работе рекомендуется ввести в штат интернет-маркетолога, на которого возложить управление продвижением образовательных услуг; разместить световую вывеску на фасаде здания школы; разработать и внедрить инновационные образовательные услуги, включая онлайн-программы, тренинги, вебинары и курсы для дистанционного обучения для расширения целевой аудитории;

- в целях совершенствования управления продвижением образовательных услуг ДШИ № 10 в работе разработан медиа план рекламной кампании в интернете;

- внедрение разработанных мероприятий по совершенствованию управления продвижением образовательных услуг позволит ДШИ № 10 увеличить прирост доходов от дополнительных платных услуг сверх государственного задания по пессимистическому сценарию на сумму 876 тыс. руб., а по оптимистическому – 1460 тыс. руб. Общая сумма дополнительных доходов по пессимистическому сценарию возрастет до 1 211 500 руб., а по оптимистическому – до 2 238 750 руб. в 2022-2023 учебном году.