

Функции, концепции образовательного маркетинга

Модуль 6. Маркетинг образовательных услуг дошкольной образовательной организации

Тема 6.1. Специфика образовательных услуг. Функции, концепции образовательного маркетинга

Лекция 6.1 (часть 2)

Проблемное содержание маркетинга

Что производить и предлагать на рынок?

Какого качества?

Сколько?



Где продавать?

Когда?

По какой цене и на каких условиях?

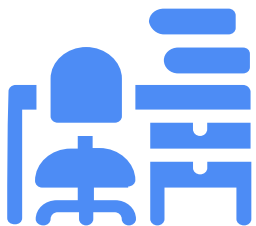


Взаимоотношения субъектов рынка, составляющие предмет маркетинга, организуются по поводу оптимального разрешения этих вопросов. Однако, эти вопросы **необходимо адаптировать** к конкретной сфере реализации маркетинга, в данном случае - к сфере образования

Проблемное содержание маркетинга

1 Кого учить?

Проблема выбора, на кого ориентироваться, кого приглашать и отбирать



2 Зачем и чему учить?

Вопрос связан со структурой потребностей целевых групп клиентов

4 Где учить?

Выбор типа ДОО, с учетом места его расположения

3 Сколько учить?

Проблема выбора, уменьшать или увеличивать сроки обучения



5 Как учить?

Проблема выбора технологий обучения, контроля и оценки в ДОО

6 Кто будет учить?

Проблема выбора: воспитатель, старший воспитатель, узкий специалист

7 С помощью чего учить?

Определяются типы и направления использования учебно-методических средств

Проблемное содержание маркетинга



В качестве **важнейших** следует выделить **следующие проблемы**, решение которых **прямо определяет свойства и параметры** образовательных услуг ДОО:

- ❖ Желаемые **характеристики** будущего **контингента обучающихся**
- ❖ **Цели обучения** и адекватное им **соотношение** между **общекультурными, специальными и прикладными знаниями**
- ❖ **Длительность** и **режимы** обучения
- ❖ **Тип ДОО** с учетом **места** его расположения
- ❖ **Технологии обучения** и **контроля** его результатов
- ❖ **Характеристики персонала**
- ❖ **Типы учебно-методических средств** и **направления** их использования

Партнерские отношения между педагогами и родителями

В сфере дошкольного образования маркетинговый подход используется по следующим **функциональным направлениям**:

Формирование, **развитие** и **продвижение** имиджа и **статуса** ДОО



Разработка, совершенствование и **продвижение** образовательных продуктов



Формирование **социального заказа**



Исследование **тенденций** образовательного **рынка**



● Определение **рентабельности** оказываемых услуг,

● **Привлечение** квалифицированных и **развитие** имеющихся педагогических кадров

● Поиск и развитие **взаимоотношений** с социальными **партнерами**

● Привлечение **финансовых ресурсов**

Функции маркетинга образовательных услуг

Качество, ассортимент и
сервис образовательных услуг

Выявление перспективных
образовательных услуг



Исследование и
прогнозирование
конъюнктуры рынка



Продвижение и продажа
образовательных услуг



Коммуникационная
деятельность
образовательных услуг



Ценообразование
образовательных услуг

Функции маркетинга образовательных услуг



Исследовательская - изучение **макро- и микросреды** ДОО, **рынка образовательных услуг**, выявление существующего и потенциального **спроса потребителей** на образовательные услуги, **определение целевого рынка**



Организационная функция предполагает разработку **политики предложения услуг и ценовой политики**, управление **качеством** и **конкурентоспособностью** услуг



Коммуникативная функция осуществляется посредством организации **рекламы услуг ДОО** на рынке образовательных услуг, **установления взаимоотношений с окружением ДОО**



Инновационная функция реализуется в рамках организации **научно-исследовательской деятельности** по созданию и оказанию **новых образовательных услуг**, модификации имеющихся услуг

Комплексных функции маркетинга в системе образования



1

Аналитическая функция

2

Образовательная функция

3

Сбытовая функция

4

Формирующая функция

5

Функция управления и контроля

Концепция маркетинга

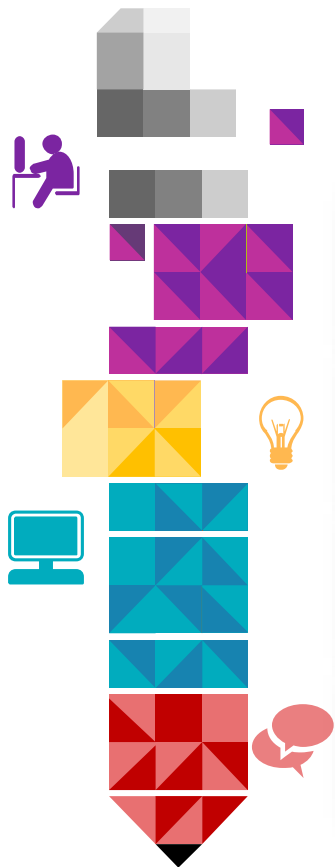


Концепция маркетинга - система **основных идей**, положений маркетинговой деятельности, согласно которой **достижение целей организации** зависит от глубины **изучения запросов потребителей** и полноты их **удовлетворения** по сравнению с **конкурентами**.

Маркетинговая концепция предлагает принципиально новые **инструменты**, позволяющие, **эффективно функционировать** в условиях **неопределенности внешней среды**:

- ❖ метод **оценки и прогнозирования** влияния **внешней среды**
- ❖ маркетинговое **планирование**, позволяющее оценить **возможности рынка и собственный потенциал**
- ❖ методы **формирования ассортимента** ряда товаров и услуг

Пять конкурирующих концепций маркетинга



01



ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ

02



ПРОДУКТОВАЯ

03



СБЫТОВАЯ

04



ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ

05



СОЦИАЛЬНАЯ

Концепции маркетинга для ДОО



детях, изучение семей, их трудностей и запросов, просвещение родителей, передачу им необходимой информации по тому или иному вопросу, организацию **продуктивного общения всех участников образовательного пространства**, т.е. обмен мыслями, идеями, опытом семейного воспитания.

Задачи, которые предстоит решать в этом блоке определяют **формы и методы** дальнейшей **работы** педагогов.

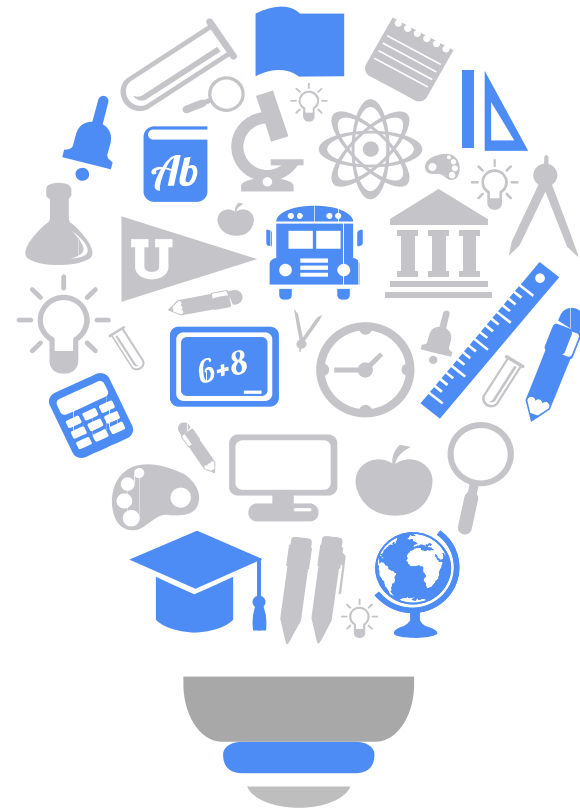
Работа данного этапа включает: опрос, анкетирование, патронаж, интервьюирование, наблюдение, изучение медкарт, информационные листы, газеты, листы-памятки, библиотека для родителей, буклеты, фотовыставки и т.д.

Концепции маркетинга для ДОО

Производственная концепция - по отношению к маркетингу образования данная концепция может выступать в виде концепции совершенствования деятельности образовательной организации.

Концепция совершенствования деятельности образовательной организации. В этом случае задача, стоящая перед руководством ДОО, – рост экономической эффективности как основы для снижения цены

Потребительская концепция - выявляет нужды и запросы, прогнозирует поведение и определяет потенциальные возможности спроса, а затем, обеспечивает желаемое удовлетворение спроса.

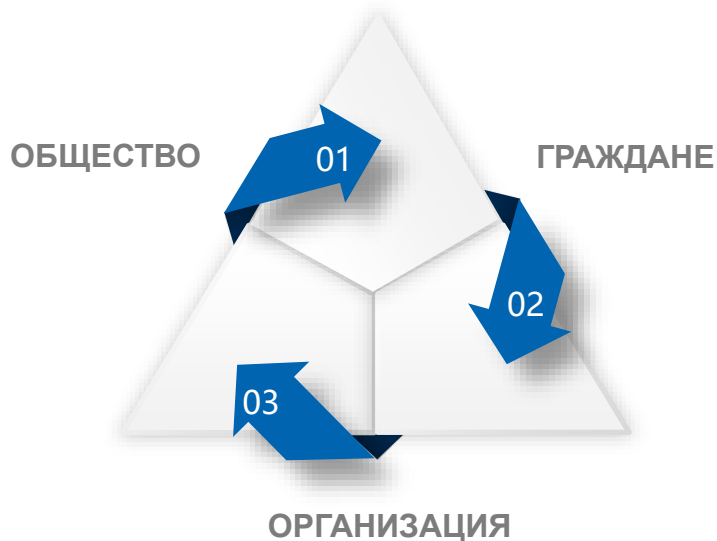


Концепции маркетинга для ДОО

Продуктовая концепция - концепция повышения качества образовательных услуг. Повышение качества образовательных услуг целесообразно в условиях высокой индивидуализации спроса, когда существуют потребители, нуждающиеся в образовательных услугах повышенного качества.

Социальная концепция. Социальная направленность деятельности образовательных организаций создает условия для решения широкого круга общественно значимых проблем, учитывает общественные интересы.

Концепция социального маркетинга





Спасибо
за внимание!



Использованная литература



- 6 основных концепций маркетинга [Электронный ресурс] - URL: <https://t-laboratory.ru/2020/01/27/6-osnovnyh-koncepcij-marketinga/> (дата обращения: 15.10.2020).
- Ванькина И.В. Маркетинг образования. [Электронный ресурс] - URL: <https://marketing.wikireading.ru/6049> (дата обращения: 15.10.2020).
- Концепция маркетинга [Электронный ресурс] - URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_k/marketing_concept/ (дата обращения: 15.10.2020).
- Основные концепции маркетинговой деятельности. [Электронный ресурс] - URL: <http://management-study.ru/osnovnye-koncepcii-marketingovoj-deyatelnosti.htm>