

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ЛПУ»)

Институт педагогики и психологии

Кафедра педагогики



УТВЕРЖДАЮ

Директор Института  
педагогики и психологии

М.В. Рудь

2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Имидж образовательной организации

По направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование

Программа магистратуры – Управление образовательными организациями

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очная, заочная

Курс – 2 курс (4 семестр), 2 курс (5 триместр)

Луганск, 2025

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования для подготовки магистров по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, программы магистратуры «Управление образовательными организациями» очной и заочной форм обучения.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО – магистратура по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 февраля 2018 г. № 126 (с изменениями и дополнениями), Профессиональным стандартом «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 18 октября 2013 г. № 544н (с изменениями и дополнениями) и Профессиональным стандартом «Руководитель образовательной организации (управление дошкольной образовательной организацией и общеобразовательной организацией)», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 апреля 2021 г. № 250н.

#### СОСТАВИТЕЛИ:

профессор кафедры педагогики, доктор педагогических наук, профессор  
Зинченко Виктория Олеговна;  
старший преподаватель кафедры педагогики Будник Нина Владимировна.

Утверждена на заседании кафедры педагогики  
Протокол от « 13 » мая 2025 г. № 6

Заведующий кафедрой педагогики \_\_\_\_\_ О.Ф. Турянская

Одобрена на заседании учебно-методической комиссии Института  
педагогики и психологии

Протокол от « 17 » мая 2025 г. № 7

Председатель учебно-методической комиссии  
Института педагогики и психологии \_\_\_\_\_

Б.А. Дьяченко Б.А. Дьяченко

#### СОГЛАСОВАНО:

Директор Департамента образования \_\_\_\_\_

В.В. Савенков В.В. Савенков

## **1. Цели и задачи учебной дисциплины**

Цель изучения дисциплины – формирование компетенций в сфере анализа, координации и регулирования деятельности всех работников и структур образовательной организации, необходимых для успешного ведения образовательной деятельности в условиях конкурентной среды.

Задачи:

1. Изучение основных понятий в области маркетинга образования.
2. Ознакомление с методами выявления, формирования и удовлетворения образовательных потребностей.
3. Овладение знаниями по организации проведения маркетинговых исследований в системе образования: сбору, хранению, обработке, анализу и оценке информации, необходимой для принятия управленческого решения.
4. Формирование знаний по разработке и внедрению комплекса маркетинга в образовании, в т. ч. интегрированных маркетинговых коммуникаций.
5. Умения и навыки использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций.

При этом учебная дисциплина ориентирована на интеграцию с педагогическими дисциплинами и осмысление потребности на становление всех видов компетенций.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**

Учебная дисциплина «Имидж образовательной организации» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1. «Дисциплины (модули)» учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, программа магистратуры «Управление образовательными организациями». Индекс дисциплины Б1.В.07.

Дисциплина реализуется кафедрой педагогики.

Дисциплина основывается на базе дисциплин: «Инновационные процессы в образовании», «Профессионально-педагогическая компетентность руководителя образовательной организации», «Мастерство педагога», «Профессионально-личностное развитие руководителя образовательной организации».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

*знания* об инновационных процессах в образовании; разнообразных методах продвижения образовательной организации, презентации деятельности педагогов и обучающихся, направлениях совершенствования педагогической и образовательной деятельности;

*умение* анализировать конкурентные процессы в рыночной среде и образовательных организациях, используя для этого и информационные технологии;

*навыки* разработки программ развития образовательной деятельности; анализа документации в сфере образования; осуществления педагогической

рефлексии.

Освоение дисциплины является основой для подготовки научно-исследовательской работы и прохождения преддипломной практики.

Дисциплина является элементом содержания профессиональной подготовки будущего магистра педагогического образования, уровень которого проверяется в процессе сдачи семестрового экзамена и в ходе государственной итоговой аттестации, а также для выполнения и защиты выпускной квалификационной работы.

### 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

| Код по ФГОС ВО   | Индикатор достижения  | Результаты обучения по дисциплине   |
|--|---|---|
| Универсальные  |   |   |
| УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели | <p>УК-3.1. Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели.</p> <p>УК-3.2. Организует и корректирует работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений.</p> <p>УК-3.3. Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон; создает рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде.</p> <p>УК-3.4. Предлагает план и организывает обучение членов команды и обсуждение результатов работы, в т.ч. в рамках дискуссии с привлечением оппонентов.</p> <p>УК-3.5. Делегирует полномочия членам команды и распределяет поручения, дает обратную связь по результатам, принимает ответственность за общий результат</p> | <p><b>Знает</b> методы и приемы формирования команды и организации командной работы; способы и приемы формирования общих целей и их достижения.</p> <p><b>Умеет</b> организовывать работу малого коллектива, рабочей группы для конструирования имидж образовательной организации.</p> <p><b>Владеет навыками</b> командной работы над творческими проектами, имиджем и позиционированием учебного заведения.</p> |
| Профессиональные   |   |   |
| ПК-3. Готов изучать состояние и потенциал  | ПК-3.1. Знает особенности организации   | <b>Знает:</b> основные критерии и факторы, сущность и роль,   |

|   |   |   |
|---|---|---|
| управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа | образовательного процесса и методов управления образовательной организацией на соответствующем уровне образования.<br>ПК-3.2. Умеет работать в команде, использовать комплекс методов анализа организационно-управленческой деятельности на соответствующем уровне образования.<br>ПК-3.3. Владеет приемами и инструментарием экспертизы локальных актов образовательной организации, обеспечивающих реализацию деятельности коллегиальных органов управления, способен осуществлять их оценку. | методы оценки конкурентоспособности учебного заведения; современные подходы к формированию имиджа образовательной организации.<br><b>Умеет</b> использовать имеющиеся возможности рыночной (маркетинговой) среды учебного заведения для осуществления процесса формирования имиджа образовательной организации.<br><b>Владеет навыками</b> формирования имиджа и позиционирования учебного заведения с целью повышения конкурентоспособности образовательной организации. |
|---|---|---|

## 4. Структура и содержание учебной дисциплины

### 4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы  | Объем часов / зачетных единиц |                            |
|---|-------------------------------|----------------------------|
|   | Очная форма                   | Заочная форма              |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>  | <b>108 ч. / 3 зач. ед.</b>    | <b>108 ч. / 3 зач. ед.</b> |
| <b>Обязательная аудиторная нагрузка (всего часов), в том числе:</b>   | <b>36</b>                     | <b>12</b>                  |
| Лекции  | 12                            | 4                          |
| Семинарские занятия   | —                             | —                          |
| Практические занятия  | 24                            | 8                          |
| Лабораторные работы   | —                             | —                          |
| Курсовая работа / курсовой проект   | —                             | —                          |
| Другие формы организации учебного процесса (контрольные работы, индивидуальные занятия, консультации и др.) | 27                            | 12                         |
| <b>Самостоятельная работа студента (всего часов)</b>  | <b>45</b>                     | <b>84</b>                  |
| Форма аттестации  | экзамен                       | экзамен                    |

### 4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

**Тема 1. Маркетинг как система управления предприятием: принципы маркетингового управления, функции маркетинга.**

Цель, задачи, содержание и структура курса. Понятийный аппарат

курса. Инструменты маркетингового управления образовательной организацией. Комплекс маркетинга образовательной организации и его составляющие. Особенности маркетинговой среды образовательной организации. Сегментирование рынка образовательных услуг. Позиционирование образовательных услуг. Направления маркетинга образовательной организации.

### **Тема 2. Рыночные позиции образовательной организации.**

Рыночная среда образовательной организации. Товарная политика образовательной организации. Концепция жизненного цикла образовательного продукта. Инновации в товарной политике образовательной организации. Ценообразование на рынке образовательных услуг. Формирование ценности образовательных услуг для потребителя. Фандрайзинг на рынке образовательных услуг. Франчайзинг, виды франчайзинга. Маркетинговые коммуникации образовательной организации. Реклама образовательной организации. Особенности применения инструментов PR в практике образовательной организации. Управление внешними коммуникациями образовательной организации. Оценка эффективности коммуникации.

### **Тема 3. Имидж и брендинг образовательной организации.**

Факторы, влияющие на имидж. Программы эффективного имиджа. Имидж и брендинг образовательной организации. Брендинг образовательной организации.

#### **4.3. Лекции**

| №<br>п/п               | Наименование темы  | Объем часов    |                  |
|------------------------|--|----------------|------------------|
|                        |  | Очная<br>форма | Заочная<br>форма |
| 4 семестр / 5 триместр |  |                |                  |
| 1.                     | Маркетинг как система управления предприятием: принципы маркетингового управления, функции маркетинга. | 4              | 2                |
| 2.                     | Рыночные позиции образовательной организации   | 4              | —                |
| 3.                     | Имидж и брендинг образовательной организации   | 4              | 2                |
| Итого:                 |  | 12             | 4                |

#### **4.4. Практические / семинарские занятия**

| №<br>п/п               | Наименование темы  | Объем часов    |                  |
|------------------------|--|----------------|------------------|
|                        |  | Очная<br>форма | Заочная<br>форма |
| 4 семестр / 5 триместр |  |                |                  |
| 1.                     | Маркетинг как система управления предприятием: принципы маркетингового управления, функции маркетинга. | 8              | 4                |
| 2.                     | Рыночные позиции образовательной организации   | 8              | 2                |
| 3.                     | Имидж и брендинг образовательной организации   | 8              | 2                |
| Итого:                 |  | 24             | 8                |

#### 4.5. Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

#### 4.6. Самостоятельная работа студентов

| №<br>п/п               | Наименование раздела<br>/ темы   | Вид самостоятельной работы  | Объем часов    |                  |
|------------------------|--|---|----------------|------------------|
|                        |  |   | Очная<br>форма | Заочная<br>форма |
| 4 семестр / 5 триместр |  |   |                |                  |
| 1.                     | Маркетинг как система управления предприятием: принципы маркетингового управления, функции маркетинга. | Работа с лекционным материалом, составление конспекта, подготовка к практической работе, выполнение тестовых заданий, решение практических заданий, выполнение индивидуального задания (по выбору) и его презентации. | 16             | 28               |
| 2.                     | Рыночные позиции образовательной организации   | Работа с лекционным материалом, составление конспекта, подготовка к практической работе, выполнение тестовых заданий, решение практических заданий, выполнение индивидуального задания (по выбору) и его презентации. | 16             | 28               |
| 3.                     | Имидж и брендинг образовательной организации   | Работа с лекционным материалом, составление конспекта, подготовка к практической работе, выполнение тестовых заданий, решение практических заданий, выполнение индивидуального задания (по выбору) и его презентации. | 13             | 28               |
| Итого:                 |  |   | 45             | 84               |

#### 4.7. Курсовые работы / проекты учебным планом не предусмотрены.

### 5. Методическое обеспечение, образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий.

*Дискуссионное обучение:* обмен взглядов по проблемам конкурентоспособности и имиджа образовательной организации с целью стимулирования познавательного интереса, выработке у студентов собственной позиции по вопросам создания имиджа образовательной организации.

*Диалоговое обучение:* проведение групповых и фронтальных бесед, в том числе и эвристических с целью активного усвоения новых знаний, формулирования выводов по различным проблемам обеспечения конкурентоспособности образовательной организации.

*Проблемное обучение:* создание в процессе чтения лекций проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности студентов с целью выявления условий или перспектив развития маркетинга в той или иной отрасли;

*Коллективный тренинг:* коллективное занятие по заранее разработанному сценарию с использованием активных методов обучения. Различают несколько видов коллективных тренингов: дискуссия, круглый стол, ролевая и деловая игра.

*Проектные методы обучения и обучение в сотрудничестве (командная работа):* используется при подготовке к семинарским занятиям. Студенты распределяются на 3-4 подгруппы с целью разработки творческого проекта «День открытых дверей университета» в виде презентации (Microsoft PowerPoint) и текстового документа (Microsoft Word).

*Исследовательское обучение:* используется при подготовке к практическим заданиям и самостоятельного выполнения индивидуального задания.

*Репродуктивное обучение:* используется при подготовке к семинарским занятиям, конспектировании учебного и научного материала.

*Информационные технологии:* использование электронных образовательных ресурсов (электронный конспект к каждой лекции).

## **6. Формы контроля освоения учебной дисциплины**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Имидж образовательной организации» производится в дискретные временные интервалы в следующих формах: устный опрос, подготовка докладов, рефератов и мультимедийных презентаций, выполнение практических заданий, экзамен. Критерии оценки учитывают результаты посещаемости лекций, выполнения практических заданий, итоги выполнения заданий самостоятельной работы. Это позволяет создать объективную картину освоения студентами дисциплины и учитывается на экзамене.

Промежуточный контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного экзамена, включает в себя ответ на теоретические вопросы, подкрепляемые примерами из практики.

Система оценивания учебных достижений студентов, оценочные средства представлены в фонде оценочных средств к рабочей программе учебной дисциплины (приложении).

## **7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины**

### **а) основная литература:**

1. Зинченко В.О. Имидж образовательной организации: учебно-методическое пособие / В.О. Зинченко; ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ». – Луганск, Книта, 2021. – 220 с.

### **б) дополнительная литература:**

1. Семенова О.А. Маркетинг в образовании : монография / О.А. Семенова, Т.Н. Макарова ; Мордов. гос. пед. ин-т. – Саранск, 2019. – 100 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/163492> – Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Плужникова И.И. Маркетинг образовательных услуг: учебное

пособие / И.И. Плужникова, С.А. Изюмникова. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2020. – 71 с. – Режим доступа: <http://elib.cspu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/8571/Плужникова-%20маркетинг%20обсл.услуг.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата обращения: 12.03.2024).

3. Коблева, А.Л., Маслова, Т.Ф. Маркетинг образовательных услуг: функции, технологии и опыт : учебное пособие / А.Л. Коблева, Т.Ф. Маслова. – Ставрополь : Ставролит, 2019. – 116 с. – Режим доступа: [https://staviropk.ru/attachments/article/138/Маркетинг\\_%202019%20г..pdf](https://staviropk.ru/attachments/article/138/Маркетинг_%202019%20г..pdf) (дата обращения 12.03.2024).

4. Беляева, М.А. Азы имиджелогии. Имидж личности, организации, территории : учебное пособие для вузов / М. А. Беляева, В. А. Самкова. – 2-е изд. – Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. – 228 с. – ISBN 978-5-7584-0140-8. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/75000.html> – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

**в) Интернет-ресурсы:**

<http://www.advertology.ru/>

<http://www.adme.ru/>

<http://www.sovetnik.ru>

<http://www.advi.ru/>

<http://marketing.web-standart.net/>

<http://www.management.com.ua/marketing/>

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Аудиторное оснащение: лекционная аудитория, рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером, рабочие места студентов, канцелярское оснащение учебного процесса.

Лекционные занятия: мультимедийная аудитория: компьютер мультимедиа с прикладным программным обеспечением: проектор, колонки, программа для просмотра видео файлов, система видеомонтажа, интерактивная доска, электронные презентации по темам дисциплины.

Практические занятия: мультимедийная аудитория, презентационная техника (телевизор), банк профессионально-педагогических задач.

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение: программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Яндекс»); программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»); программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»).

Преподавание дисциплины предусматривает доступ обучающихся к библиотечному фонду университета, электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам), электронной информационно-образовательной среде университета, которая обеспечивает возможность доступа обучающихся к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

## 9. Лист дополнений и изменений

| №<br>п/п | Дата<br>внесения<br>изменения /<br>дополнения | Основание | Содержание<br>изменения /<br>дополнения | Лица, подтверждающие<br>изменение / дополнение |  |
|----------|---|-----------|---|--|--|
|          |   |           |   | Заведующий<br>кафедрой<br>(ФИО,<br>подпись)    | Директор /<br>декан<br>(ФИО,<br>подпись) |
|          |   |           |   |  |  |
|          |   |           |   |  |  |
|          |   |           |   |  |  |
|          |   |           |   |  |  |
|          |   |           |   |  |  |
|          |   |           |   |  |  |
|          |   |           |   |  |  |
|          |   |           |   |  |  |
|          |   |           |   |  |  |
|          |   |           |   |  |  |