

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. В.П. АСТАФЬЕВА
(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Институт психолого-педагогического образования
Кафедра экономики и менеджмента

Ягницкая Екатерина Александровна

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**УПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМОЙ ПРОДВИЖЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ**

Направление: 44.04.01 Педагогическое образование
Направленность (профиль) образовательной программы:
Управление образованием и проектный менеджмент

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ:

Заведующий кафедрой: д.э.н., профессор
Владимилова Ольга Николаевна

(дата, подпись)

Руководитель магистерской программы:
к.п.н., доцент, Галкина Елена
Александровна

(дата, подпись)

Научный руководитель: к.э.н., доцент
Полежаева Галина Тихоновна

(дата, подпись)

Обучающийся:
Ягницкая Екатерина Александровна

(дата, подпись)

Красноярск 2018

РЕФЕРАТ

Диссертация на тему: «Управление системой продвижения дополнительных образовательных услуг в образовательной организации».

Объем – 103 страницы, включая 15 рисунков, 1 таблицу, 1 приложение.
Количество использованных источников – 150.

Ключевые слова: дополнительные образовательные услуги, система дополнительного образования, образовательное учреждение, разработка, продвижение дополнительных образовательных услуг.

Цель исследования: провести анализ управления системой продвижения дополнительных образовательных услуг и разработать программу их продвижения в образовательной организации.

Объект исследования: МБОУ «Ужурская средняя общеобразовательная школа №3».

Предмет исследования: управление системой продвижения дополнительных образовательных услуг и разработать программу их продвижения в образовательной организации.

Задачи исследования:

- представить теоретические основы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в образовательной организации;
- провести анализ реализации системы дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»;
- определить направления совершенствования управлением системой дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»;
- определить социально-экономическую эффективность от предложенных мероприятий.

В результате проведенного исследования были достигнуты следующие результаты:

- разработаны рекомендации, направленные на оптимизацию формирования системы разработки и продвижения дополнительных

образовательных услуг в МБОУ СОШ №3 г. Ужур;

- определена социально-экономическая эффективность от предложенных мероприятий.

По результатам исследования было опубликовано три статьи:

- Ягницкая Е.А., Кононова Е.С., Анализ опыта участия образовательных организаций в грантовой деятельности// Современное психолого-педагогическое образование: материалы VIII психолого-педагогических чтений памяти Л.В. Яблоковой. 2017. С.177-181.

- Ягницкая Е.А., Кольга В.В., Формирование системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в образовательной организации// Современное психолого-педагогическое образование: материалы IX психолого-педагогических чтений памяти Л.В. Яблоковой. 2018. С.138-144.

- Ягницкая Е.А., Кольга В.В., Рекомендации в области разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в образовательной организации// Материалы XVII Международная научно-практическая телеконференция «Advances in Science and Technology». 2018. С.41-45.

ABSTRACT

Thesis: "Management of the system of promotion of additional educational services in an educational organization".

Volume-103 pages, including 15 figures, 1 table, 1 appendix. The number of sources used is 150.

Key words: additional educational services, system of additional education, educational institution, development, promotion of additional educational services.

The purpose of the study: to analyze the management of the system of promotion of additional educational services and develop a program of their promotion in the educational organization.

Object of research: school №3 of Uzhur.

Subject of research: management of the system of promotion of additional educational services and develop a program of their promotion in the educational organization.

Research problem:

- to present the theoretical basis for the development and promotion of additional educational services in an educational organization;
- to analyze the implementation of the system of additional educational services in the school №3 of Uzhur;
- to determine the directions of improving the management of the system of additional educational services in the school №3 of Uzhur;
- to determine the socio-economic efficiency of the proposed measures.

As a result of the study, the following results were achieved:

- the recommendations aimed at optimizing the formation of the system of development and promotion of additional educational services in the school № 3 of Uzhur;
- the socio-economic efficiency of the proposed measures is determined.

According to the results of the study, three articles were published:

- Yagnitskaya E.A., Kononova E. S., analysis of the experience of educational organizations in grant activities// Contemporary psychological and pedagogical education: materials of the VIII psycho-pedagogical readings in memory of L. V. Yablokova. 2017. P. 177-181.

- Yagnitskaya E.A., Kolga, V. V., Formation of system of development and promotion of additional educational services in educational organizations// Modern psycho-pedagogical education: materials of the IX psycho-pedagogical readings in memory of L. V. Yablokova. 2018. P. 138-144.

- Yagnitskaya E.A., Kolga, V. V., Recommendations in the development and promotion of additional educational services in educational organizations// abstracts of XVII international scientific-practical conference "Advances in Science and Technology". 2018. P. 41-45.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	7
Глава 1. Теоретические основы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг	12
1.1. Понятие «образовательная услуга» и ее классификация	12
1.2. Дополнительные образовательные услуги и особенности их разработки	20
1.3. Специфика продвижения дополнительных образовательных услуг в образовательной организации.....	29
Глава 2. Анализ реализации системы дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»	40
2.1. Общая характеристика образовательной организации	40
2.2. Анализ системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»	48
2.3. Определение проблем в области разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»	55
Глава 3. Разработка моделей проекта, направленных на оптимизацию формирования системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»	67
3.1. Мероприятия в области разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ СОШ №3 г. Ужур.....	67
3.2. Определение социально-экономической эффективности от предложенных мероприятий	75
Заключение	83
Список использованной литературы	87
Приложение А	103

ВВЕДЕНИЕ

Уровень образования человека всегда является одним из главных критериев его успешности и возможности личностного и профессионального развития. И наряду с образовательной организацией и комплексом образовательных услуг, которые предоставляются в ней, немаловажную роль в системе развития человека играет также и комплекс дополнительного образования, которое он получил.

Современный мир не стоит на месте: все стремительнее в нашу жизнь входят новые технологии, требующие новых знаний и навыков. И если система общего образования не всегда успевает за столь активным развитием жизни, то дополнительные образовательные услуги дают возможность восполнить данный пробел. В частности, в Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации» говорится, что «дополнительное образование - вид образования, который направлен на всестороннее удовлетворение образовательных потребностей человека в интеллектуальном, духовно-нравственном, физическом и (или) профессиональном совершенствовании и не сопровождается повышением уровня образования» [1].

Как отмечают Л.В. Шинкарева, А.А. Воробьева, «ценность дополнительного образования состоит в том, что оно усиливает вариативную составляющую общего образования, способствует практическому приложению знаний и навыков, полученных в образовательном учреждении, стимулирует познавательную мотивацию обучающихся. А главное – в условиях дополнительного образования дети могут развивать свой творческий потенциал, навыки адаптации к современному обществу и получают возможность полноценной организации свободного времени» [147, с.92].

Кроме того, нельзя забывать и о том, что грамотно выстроенная

система дополнительного образования, предлагающая ученикам те направления, которые для них наиболее интересны, повышает образовательный уровень учащийся, как следствие повышается рейтинг образовательного учреждения среди других.

Однако для того, чтобы дополнительные образовательные услуги, действительно, помогали человеку в его совершенствовании, они, в первую очередь, должны совпадать с его интересами, а во-вторых, должны быть доступны ему. Таким образом, в решение вопросов дополнительного образования важное место отводится таким проблемам, как разработка и продвижение дополнительных образовательных услуг.

Здесь нельзя не согласиться с мнением Т.А. Петрович о том, что «для того чтобы успешно реализовать образовательные услуги необходимо провести комплекс мер по их маркетингу. Грамотно проведенный маркетинг позволяет выявить потенциальных потребителей услуг, довести до потребителей информацию о содержании и качестве предполагаемых услуг» [116].

Сегодня можно говорить о серьезных изменениях в сфере образования. За последние годы сложился и продолжает активно развиваться рынок образовательных услуг. В этой сфере стали действовать законы рыночной экономики, появилась конкурентная среда, существенно изменились требования и ожидания целевых аудиторий. Все эти факторы диктуют необходимость организации и ведения маркетинговой и рекламной деятельности образовательными учреждениями. С каждым годом возрастает потребность учебных заведений в создании специальных отделов, занимающихся вопросами развития и продвижения образовательных услуг [134, с.3].

Исходя из всего вышесказанного данная тема является актуальной.

Однако в настоящее время, несмотря на необходимость развития маркетинговой деятельности в области продвижения образовательных услуг,

руководство многих образовательных учреждений не владеет необходимым комплексом знаний и навыков в этой области. Кроме того, многие руководители, находясь на государственном финансировании и выполняя государственный заказ на образование, отраженных в учебных планах, попросту не видят необходимости в реализации продвижении дополнительных образовательных услуг.

Данные противоречия предопределили выбор темы исследования, проблема которой сформулирована следующим образом: несмотря на диктуемую современными реалиями необходимость развития системы дополнительных образовательных услуг в учебных заведениях, руководство многих из них не владеет необходимыми знаниями и методологической базой в области формирования системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг.

Цель исследования: провести анализ управления системой продвижения дополнительных образовательных услуг и разработать программу их продвижения в образовательной организации.

Объект исследования: Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Ужурская средняя общеобразовательная школа №3».

Предмет исследования: провести анализ управления системой продвижения дополнительных образовательных услуг и разработать программу их продвижения в образовательной организации.

Гипотеза исследования: реализация и продвижение дополнительных образовательных услуг в образовательном учреждении будут наиболее действенными, если

- выявить основные проблемы в области разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»;
- определить основные условия формирования системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в образовательной

организации;

- разработать конкретные рекомендации, направленные на оптимизацию формирования системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3».

Задачи исследования:

- представить теоретические основы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в образовательной организации;

- провести анализ реализации системы дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»;

- определить направления совершенствования управлением системой дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»;

- определить социально-экономическую эффективность от предложенных мероприятий.

Методы исследования: Системный анализ, синтез, абстракция и аналогия, обобщение и классификация, интервьюирование и анкетирование, метод количественного и качественного анализа результатов исследования.

Результаты работы заключаются в том, что здесь подробно рассмотрены теоретические основы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг, дано всестороннее определение понятий «образовательная услуга» и «дополнительная образовательная услуга», проведен анализ уровня разработанности и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3», даны конкретные рекомендации в области разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг анализируемой организации и определена их социально-экономическая целесообразность и эффективность.

Новизна исследования заключается в разработке конкретных рекомендаций, направленных на повышение социально-экономической эффективности реализации и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3», исходя из имеющихся проблем

образовательного учреждения в данной области.

Практическая значимость выполненного исследования заключается в том, что в его рамках была внедрена и апробирована система разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в образовательной организации.

Экспериментальной базой исследования явилось МБОУ «Ужурская средняя общеобразовательная школа №3».

По результатам работы опубликовано 3 статьи: «Гранты как форма безвозмездного финансирования деятельности некоммерческих организаций», «Формирование системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в образовательной организации», «Рекомендации в области разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в образовательной организации».

Глава 1. Теоретические основы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг

1.1. Понятие «образовательная услуга» и ее классификация

Рассматривая определения таких понятий, как «образовательная услуга» и «дополнительная образовательная услуга», следует отметить, что ни в Федеральном законе «Об образовании», ни в других нормативных правовых актах, регулирующих образовательную деятельность, официального определения образовательных услуг не содержится. В глоссарии к проекту Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» дается следующее определение образовательных услуг: «образовательные услуги - услуги по организации и осуществлению образовательного процесса (обучения) в целях освоения обучающимися образовательных программ, программ профессиональной подготовки или программ отдельных учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей), если они не завершаются выдачей документа, дающего право на продолжение образования на следующем уровне и занятие профессиональной деятельностью, другие услуги, связанные с обучением» [44].

В настоящее время в научной литературе содержится множество определений термина «образовательная услуга», в частности, В.Б. Банслова [16, с.8] трактует данное понятие с трех позиций:

- с позиции личности – это процесс передачи потребителю знаний, умений и навыков общеобразовательного и профессионального характера, необходимых для удовлетворения его личных потребностей в приобретении профессии, саморазвитии и самоутверждении, осуществляемый в тесном контакте с потребителем по установленной форме и программе;

- с позиции предприятия – это процесс профессиональной подготовки (повышения квалификации, переподготовки) кадров, необходимой для

обеспечения его работоспособности, поддержания конкурентоспособности и развития в постоянно изменяющихся рыночных условиях;

– с позиции государства – это процесс, обеспечивающий расширенное воспроизводство совокупного личного и интеллектуального потенциала общества.

О.С. Баталова под образовательной услугой понимает «процесс предоставления знаний и формирования умений и навыков в определенной профессиональной области. При этом результат образовательных услуг, по сравнению с любыми другими, имеет более неопределенный характер, поскольку обусловлен способностями, предыдущей подготовкой и интеллектуальными возможностями их непосредственных потребителей» [18, с.7].

С точки зрения С.Я. Батышева это «...комплекс целенаправленно создаваемых и предлагаемых населению возможностей для приобретения определенных знаний и умений, для удовлетворения образовательных потребностей» [19, с.382].

Э.Н. Богданова отмечает, что «...услуга в сфере образования представляет собой социально-экономическое благо в виде информационного продукта, направленного на удовлетворение потребностей личности в приобретении и(или) углублении знаний, умений и навыков по конкретной специальности» [26].

Ш.З. Валиев дает следующее определение понятия «образовательная услуга»: «целенаправленный, организованный учебным заведением творческий процесс передачи и накопления определенной суммы знаний, умений и компетенций в рамках отдельной образовательной программы потребителю, преобразующий самого потребителя» [35, с.40].

Н.В. Данилов определяет образовательную услугу как «временное использование учащимся материальных, нематериальных и людских ресурсов внешнего оператора для получения потребительской ценности в

виде прироста знаний и/или компетенций» [53].

По мнению В.А. Доляйского, О.А. Мазур это «неосязаемые действия, направленные на сознание индивида, обеспечивающие реализацию потребности человека в получении определенного вида знаний, умений, навыков, в приобретении профессии или квалификации; обеспечивают удовлетворение спроса на рынке труда» [54, с.22].

О.А. Затепакин замечает, что образовательная услуга есть «...целенаправленный процесс воспитания и обучения в интересах человека, общества, государства, сопровождающийся констатацией достижения гражданином (обучающимся) установленных государством образовательных уровней (образовательных цензов)» [62].

С точки зрения А.Н. Король и Г.В. Ампилогова образовательная услуга - это «процесс передачи структурированной особым образом (по программе) учебной информации, направленный на удовлетворение потребности в знаниях и изменение качеств человека в виде умений и навыков. Сам процесс передачи информации включает в себя не только непосредственное проведение занятий, но и формирование, пополнение базы знаний, планирование, организацию учебы, наличие системы контроля, а также совместную деятельность производителя и потребителя образовательных услуг» [77].

По В. М. Малеину под рассматриваемым термином подразумевается «разновидность гражданско-правового договора. Оппонируя утверждению о том, что в ГК РФ приведена лишь одна обязанность управомоченной стороны по договору возмездного оказания услуг (оплата), ссылается на невозможность в законе оговорить все права и обязанности сторон» [91, с.68].

А. Г. Мозалевский отмечает, что образовательная услуга - это «комплекс, состоящий из следующих элементов: образовательной программы, характеризующей полезность, передаваемую потребителю;

собственно процесса обучения, основанного на непосредственном контакте преподавателя и слушателя; условий для самообразования, создаваемых образовательным учреждением и предоставляемых в пользование слушателю, в том числе частично в форме продажи товарно-материальных носителей информации; диплома, удостоверяющего факт получения образовательной услуги и качество ее потребления (в виде приложения к диплому); «образа вуза», не представляющего собой самостоятельной потребительской полезности, удовлетворяющей образовательные потребности слушателя, но являющегося полноправным элементом образовательной услуги и приобретаемого слушателем как товар, имеющий самостоятельную ценность» [102, с.100].

По мнению Е. М. Николаевой образовательная услуга есть «особый вид товара, обладающий потребительной стоимостью и удовлетворяющего образовательные потребности; не убывает в результате потребления, потребитель непосредственно участвует в ее производстве, способствует социальной мобильности» [105, с.72].

Г.В. Скок [125] отказывает образовательную услугу вузов в статусе услуг и относит их к продукции, мотивируя это тем, что у вузов есть поставщики (средние школы), на входе используется контроль качества (вступительные тесты и испытания), а процесс обучения сопровождается контролем.

Т.А. Старовойтова подразумевает под образовательной услугой «экономическое благо в виде духовного продукта, который способен удовлетворить человеческую потребность в приобретении знаний, умений и навыков, то есть это продукт, которым можно располагать для этих целей» [130].

С позиции Т.Н. Сыроваткиной это «продукт специфического интеллектуального труда; объект коммерческих отношений с позиции интеграции в мировое рыночное пространство; возрастающая стоимость

образовательной услуги не исчезает в момент потребления и не зависит от времени потребления» [132, с.62].

В то же время И.П. Татарина и В.В. Шевцова замечают, что образовательная услуга «...есть одновременно результат учебной, управленческой и финансово-хозяйственной деятельности учреждений профессионального образования, направленный на удовлетворение спроса на подготовку, переподготовку и повышение квалификации рабочих и специалистов» [133, с.207].

В.В. Чекмарева [139] отмечает, что образовательная услуга – это:

- продукт образовательного производства;
- процесс, в котором создается человеческий капитал через индивидуальное потребление трудового потенциала производителя и индивидуальное производство трудового потенциала потребителя

С позиции О.В. Южаковой «...это целый комплекс целенаправленно создаваемых и предлагаемых гражданам возможностей для приобретения определенных знаний, навыков и умений, для удовлетворения тех или иных образовательных потребностей. И этот комплекс – обучение потенциальных (будущих) и нынешних работников, в формировании, сохранении и развитии их способности к труду; в специализации, профессионализации и росте квалифицированной рабочей силы» [150].

Таким образом, исходя из представленных определений, мы можем заключить, что современными исследователями образовательная услуга рассматривается с нескольких позиций и рассматривается, как:

- продукт/товар производства;
- профессиональная подготовка кадров в интересах человека, общества, государства;
- процесс создания человеческого капитала (система/комплекс знаний, навыков, умений, способствующих реализации познавательных интересов, развитие личности);

- передача знаний индивидам, формирование/прирост знаний;
- общественное благо;
- гражданско-правовые/коммерческие взаимоотношения [135, с.35].

О.Л. Ксенофонтова [81, с.45] выделяет следующие специфические черты образовательной услуги:

- Специфика образовательных услуг заключается в том, что, по мнению многих исследователей, они относятся к категории «общественных благ (товаров).

- Своеобразной чертой услуг образования является невозможность их непосредственного денежного измерения. Ценовой механизм часто не в состоянии отразить всех затрат на производство образовательных услуг. Если в материальной сфере их сравнительно легко измерить количественно (в штуках или килограммах, например) на единицу продукции, то применительно к образовательным услугам это трудно осуществимо. Полезный результат такой услуги может проявиться лишь спустя продолжительное время, и его практически можно измерить лишь с помощью косвенных показателей.

- Еще один отличительный признак образовательных услуг - многозначность целей, поставленных перед производителями этих услуг. Как правило, деятельность образовательного учреждения не направлена явно на достижение прибыли. Но, с другой стороны, многие их интересы связаны с ростом благосостояния, который предполагает «получение прибыли, необходимой для обеспечения расширенного воспроизводства». Поэтому, прибыль не является изначально запретным ориентиром для учреждения образования, но, конечно, и не сводится только к нему.

- Особенность образовательных услуг проявляется и в том, что они оказываются, как правило, в комплексе с созданием духовных ценностей, преобразованием и развитием личности обучающегося. Эти услуги обеспечивают реализацию познавательных интересов обучающихся,

удовлетворяют потребности личности в духовном и интеллектуальном развитии, вносят вклад в создание условий для их самоопределения и самореализации, участвуют в формировании, сохранении и развитии разнообразных способностей человека к труду, в специализации, профессионализации и росте его квалификации. Таким образом, можно сказать, что образовательные услуги непосредственно участвуют в формировании человеческого капитала.

- Следующая отличительная черта - сотворчество преподавателя и слушателя. В сфере образования, где преобразуется личность клиента, он, не являясь профессионалом, претендует на самую активную роль в процессе производства и оказания образовательных услуг. Важно также и то, что оказание услуг образования, предполагающее ярко выраженную открытость этой сферы для информационного, кадрового и другого обмена, задает приоритет сотрудничества и ограничивает эффективность конкуренции производителей образовательных услуг [108, с.35].

- Образовательные услуги как никакой другой вид деятельности находится под пристальным общественным вниманием и вне рыночным давлением. Это положение наиболее отчетливо проявляется в рамках политических компаний, в которых вопрос общественного образования обычно рассматривается как элемент обеспечения национальной безопасности, перспективы выживания и развития нации.

Кроме того, существует ряд специфических особенностей образовательных услуг, отличающих их от других видов услуг, среди которых:

- сезонность;
- высокая стоимость (образовательные услуги обладают высокой потребительской стоимостью, т.к. наращивают потенциал личности, специалиста, а на развитых рынках это выражается в признании высокой стоимости, правомерности высоких цен на них);

- относительная длительность оказания (в нашей стране получение первого высшего профессионального образования по различным специальностям может занимать от 4 до 6 лет);

- отсроченность выявления результативности;

- зависимость результатов от условий будущей работы и жизни обучившегося;

- необходимость дальнейшего сопровождения услуг;

- зависимость приемлемости услуг от места их оказания и места проживания потенциальных обучающихся;

- невозможность перепродажи;

- необходимость лицензирования (п. 6 ст. 33 Закона РФ «Об образовании» гласит: «Право на ведение образовательной деятельности возникает у образовательного учреждения с момента выдачи ему лицензии (разрешения)»);

- конкурсный характер (этот признак в основном проявляется в большинстве государственных высших учебных заведений);

- относительно молодой возраст потребителей образовательных услуг и другие [81, с.46].

Н.Я. Колюжнова и А.Я. Яacobсон [72, с.208] отмечают, что в соответствии с определением образовательных услуг можно предложить следующую их классификацию;

- по длительности оказания:

краткосрочные - от одного дня до месяца;

среднесрочные - от месяца до года;

долгосрочные с различными уровнями - незаконченное среднее, среднее, среднее специальное, высшее, курсы повышения квалификации, аспирантура, докторантура;

- по констатации достижения гражданином (обучающимся) установленных государством образовательных уровней (образовательных

цензов): с получением документов, подтверждающих достижение образовательного уровня; без получения;

- по способу возмещения средств за обучение: образовательные услуги, оказываемые бесплатно (за счет бюджетных средств); платные; с частичным возмещением затрат.

1.2. Дополнительные образовательные услуги и особенности их разработки

Согласно Федеральному закону «Об образовании», образовательные услуги могут быть как основными, так и дополнительными. Так если к основным образовательным услугам относятся услуги, предоставляемые по основным образовательным программам, то в качестве дополнительных образовательных услуг, по мнению Л.В. Шинкаревой и А.А. Воробьевой можно назвать «комплекс целенаправленно создаваемых и предлагаемых образовательным учреждением возможностей получения образования в рамках его основной образовательной программы и приобретение дополнительных знаний, умений, навыков, развитие творческих и других способностей под руководством специалистов, с целью удовлетворения образовательных потребностей» [147, с.92].

Однако из данного определения вытекает вполне логичный вопрос: каким образом возможно опередить имеющиеся образовательные потребности с целью их удовлетворения? В ответе на данный вопрос, с нашей точки зрения, и заключается специфика формирования системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг. Так как, в отличие от основных, они реализуются, исходя из интересов и потребностей потенциальных потребителей. Следовательно, главное свойство дополнительной образовательной услуги – ее востребованность, интерес к ней со стороны потенциальных потребителей. Свободный выбор

ребёнка является одним из основных признаков дополнительного образования. Таким образом, в широком смысле слова, дополнительное образование – это образование целевого выбора. Здесь следует также отметить, что дополнительные образовательные услуги на базе образовательного учреждения могут быть реализованы как на бесплатной (которые могут финансироваться со стороны государства), так и на платной основе (зачастую реализуемых средствами самих организаторов услуг). Во втором случае вопрос востребованности услуг стоит наиболее остро, т.к. от количества потребителей услуг зависит объем дополнительного дохода образовательной организации и организаторов услуг.

Основными задачами, решаемыми образовательным учреждением при реализации дополнительных образовательных услуг, являются:

- насыщение рынка образовательными услугами;
- более полное обеспечение права обучающихся и других граждан на образование;
- реализация дополнительных образовательных программ;
- адаптация и социализация дошкольников, учащихся;
- подготовка к поступлению в средние и высшие учебные заведения;
- развитие творческих способностей, оздоровление учащихся;
- привлечение школой дополнительных источников финансирования.

На современном этапе развития системы дополнительного образования сформировались следующие функции дополнительных образовательных услуг.

Социальная функция направлена на удовлетворение:

- социального спроса (требования социума, формирующиеся на стыке культуры, образования и здоровья населения);
- родительского спроса (представления о том, что необходимо, или что недостает их ребенку: занятость по времени, допрофессиональная подготовка, образование по дополнительным предметам, решение проблем

неполной семьи, престижность занятий, здоровье);

- детского спроса - удовлетворение потребности познавательного и личностного развития, общение, досуг и времяпровождение. Детский спрос динамичен, поскольку он меняется в ходе развития ребенка, а также в зависимости от возраста и соответствующего ему типа ведущей деятельности;

- экономического спроса - возможность заработка (основного, дополнительного, с неполным рабочим днем и т.д.) для взрослых и допрофессиональная подготовка для детей;

- правоохранительного спроса - профилактика девиантного и асоциального, в том числе противоправного, поведения детей.

Психологическая функция:

- развивающая - создание образовательной среды, обеспечивающей условия для физического и психического развития детей (реализация детских интересов, приобретение умений и навыков. Ребенок, не имея возможности проявить себя в семейной и в школьной среде, может проявить себя в рамках получения дополнительных образовательных услуг и в плане развития, и в плане самоутверждения;

- компенсаторная - психологическая компенсация неудач в семье, в школе;

- релаксационная - возможность отдохнуть от жесткой регламентации поведения в семье и в школе;

- консультационная - для педагогов, родителей и детей.

Образовательная функция:

- образование по дополнительным предметам, т.е. предметам, дополнительным к стандартному перечню учебных предметов общеобразовательных учреждений. Например, судо- и авиамоделирование, спортивные секции, хореография и т.д.

- пропедевтика профессионального образования (например, дизайн-

студия или детская телестудия);

- профессиональное самоопределение;
- обучение, которое удовлетворяет познавательный интерес ребенка;
- социализирующая - общение со сверстниками, самоутверждение, самоопределение, в том числе - попробовать найти себя в разных видах деятельности, обогащение общественным опытом, становление ребенка как личности, приобретение возможности и способности быть не только объектом, но и субъектом социальных взаимодействий.

В таблице 1 указаны важнейшее различие общего и дополнительного образования.

Таблица 1

Различия общего и дополнительного образования

Общее образование	Дополнительное образование
- школьное образование обязано ориентироваться на достижение образовательных стандартов	- в условиях дополнительного образования дети обучаются главным образом «по интересам»
- используются стандартные учебные программы, адаптированные учителем	- использование авторских учебных программ
- индивидуализация обучения осуществляется со стороны учителя	- реализуется свободный выбор учащимся вида занятий и педагога

Исходя из представленной таблицы, основным отличием дополнительного образования от общего является свободный выбор ребенком вида занятий и отсутствие обязательных программ.

По самой образовательной специфике дополнительной образовательной услуги, учебно-воспитательный процесс в них должен строиться в парадигме развивающего образования. При этом нетрудно заметить, что объектом развития в этом случае выступают:

- образовательные программы;
- обучающиеся;
- педагоги дополнительного образования;
- руководители (управленцы), которые должны определять и создавать условия для практической реализации учебных программ нового типа;

- родители, в смысле изменения их установок и отношений к функциям дополнительного образования в обучении их детей; образовательная среда;
- социальная макросреда (район, окружающий социум);
- само учреждение образования как объект саморазвития.

Преимущества предоставления дополнительных образовательных услуг в образовательном учреждении заключаются в следующем:

- дополнительное образование – это возможность сделать сферу обучения шире, предоставить школьникам знания, которые выходят за рамки образовательных программ (далее - ОП) и стандартов;

- благодаря дополнительным образовательным услугам каждый ребенок может получить доступ к знаниям, и ему не нужно будет переживать по поводу того, наберется ли группа нужной численности или нет;

- нельзя забывать о том, что образование, которое предоставляется платно, – это источник заработка учителей и пополнения материально-технической базы образовательного учреждения;

- практика последних лет доказывает более высокий уровень ответственности педагогов, родителей и учащихся, которые работают и обучаются по системе внебюджетного дополнительного образования [117].

Исходя из учета интересов самих обучающихся в образовательном учреждении, а также запросов родителей относительно дополнительных услуг, образовательное учреждение, как правило, реализует такие направления, как:

- художественно-эстетическое развитие (кружки и студии по изобразительной, театрализованной деятельности, обучение танцам, хореография, игра на музыкальных инструментах);

- физическое воспитание и развитие (плавание, гимнастика, спортивные танцы, фигурное катание);

- интеллектуальное развитие (шахматы, лего-конструирование, углубленные занятия физикой, математикой, химией, биологией,

информатикой, иностранными языками и т.д.);

- экологическое образование;
- экскурсионные и культурно-массовые мероприятия.

Таким образом, на данном этапе развития сферы образовательных услуг дополнительные услуги необходимы для того чтобы создать условия для развития индивидуальных возможностей детей, для поднятия статуса учреждения.

Исходя из всего вышесказанного, следует отметить, что прежде, чем разработать и внедрить в систему образовательного учреждения дополнительные услуги, необходимо провести подробный анализ внешней и внутренней среды, в рамках которого получить ответы, в рамках которого получить ответы на следующие вопросы:

- какие из дополнительных образовательных услуг наиболее востребованы потенциальными потребителями в настоящий период времени?
- какое максимальное и минимальное количество потребителей услуг возможно?
- кто является основными потребителями данных услуг?
- есть ли у образовательной организации ресурсы на реализацию требуемых дополнительных услуг (помещение, кадры, техника, оборудование и т.д.);
- есть ли в районе организации, уже оказывающие подобного рода услуги?
- каковы единовременные и ежемесячные затраты на планируемые услуги?
- каковы цены на планируемые услуги, определенные другими образовательными организациями?

Представленная информация является отправной точкой для разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг и дает информацию не только о том, какие услуги и для кого являются в данный

момент наиболее востребованными, но также и возможность организовать наиболее действенную систему продвижения. Так, например, если основная целевая аудитория предлагаемых дополнительных услуг по обучению рисованию комиксов, – это молодежь в возрасте от 12 до 16 лет, интересующаяся аниме, то наиболее действенный способ продвижения дополнительных услуг, - это специальные группы, посвященные тематика аниме в социальных сетях. Если целевая аудитория – это ученики одной определенной школы, то здесь целесообразнее организовать продвижение дополнительных услуг посредством объявлений в фойе школы, а также на ее официальном сайте.

Таким образом, специфика формирования системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг образовательной организации, исходя из определения потребностей в ней со стороны потенциальных потребителей, заключается еще и в том, что для нее требуется анализ внешней и внутренней среды образовательной организации, который предполагает следующие действия:

- изучение спроса на конкретные виды образовательных услуг и определение потенциальных потребителей; анализ платежеспособности родителей и возможности установления цены образовательной услуги на уровне рентабельности (для платных услуг);

- анализ внутренних возможностей оказания образовательных услуг, пользующихся спросом (квалификации кадров, материальной базы, наличие учебно-программного обеспечения или возможности его разработки, наличие помещений);

- сбор информации о конкурентах, предлагающих аналогичные услуги;
- формирование перечня намечаемых к реализации услуг за рамками основных образовательных программ;

- организация рекламы на дополнительные образовательные услуги;

- анализ изменений спроса на предлагаемые услуги.

Автор статьи «Платные образовательные услуги в школе» [117] отмечает, что процесс оказания услуг в сфере образования на внебюджетной основе подразумевает несколько этапов работы.

В рамках подготовительного этапа необходимо изучить нормативную базу, в уставе следует прописать порядок оказания платных образовательных услуг в школе, перечень направлений, по которым они предоставляются. Аналогичные сведения должны быть зафиксированы в лицензии ОУ. При лицензировании видов деятельности нужно опираться на ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» и постановление Правительства РФ №000 от 01.01.2001.

На аналитическом этапе востребованность дополнительных услуг определяют на собеседованиях, путем проведения опросов, приема предложений от учеников и их законных представителей. Нельзя внедрять внебюджетные уроки, не оценив возможности образовательного учреждения:

- оценить опыт и квалификацию педагогического коллектива;
- определить состояние материально-технической базы и помещений, необходимых для занятий;
- сформировать методическое и программное обеспечение работы;
- составить положение о платных образовательных услугах в школе.

В рамках организационного этапа внедрение внебюджетных сервисов в сфере обучения предполагает:

- рекламную кампанию, рассказывающую о дополнительных курсах, уроках и секциях на текущий учебный год;
- предварительную запись в кружки, секции, курсы;
- составление расписания занятий, утверждение плана учебы;
- расчет стоимости внебюджетных занятий и курсов, учитывая количество учащихся и длительность обучения. Ст. 709 ГК РФ и ст. 424 ГК РФ поясняют принципы расчета цены услуги. Размер платы определяет учебное учреждение, руководствуясь фактическими расходами и

компенсацией издержек;

- заключение договоров с законными представителями детей и трудовыми соглашениями с учителями. При составлении документа стоит ориентироваться на ФЗ № 000-1 от 01.01.2001 г. «О защите прав потребителей» и гл.39 ГК РФ;

- проведение собрания родителей групп дополнительного образования, под подпись ознакомить их с Правилами внутреннего распорядка ОУ и Правилами предоставления внебюджетных услуг;

- директор издает приказы об организации внебюджетных сервисов по всем направлениям, составляет смету затрат на каждую из них в отдельности. Постановление Правительства РФ №000 п.19 Раздел II делает составление сметы обязательным;

- родители получают квитанции на оплату, которую необходимо произвести в сроки, что были прописаны в договоре.

Приказом директора школы назначается педагог, ответственный за предоставление внебюджетных услуг. Этот куратор контролирует организацию процесса обучения, ведет документацию, следит за соответствием ОП.

Процесс дополнительного образования на внебюджетной основе традиционно сопровождается нормативно-правовой базой. В учебной организации должны быть следующие документы:

- расписание;
- циклограмма работы педагогов допобразования и куратора;
- план контроля оказания внебюджетных сервисов;
- ведомости контроля внесения денежных средств, учета расходов и начисления зарплаты;
- календарь часов, отработанных педагогами в рамках дополнительного образования;
- протоколы заседаний методобъединения учителей, которые работают

в системе дообразования;

- статистика и аналитика наполняемости групп; информационное табло для школьников и родителей.

Важно, чтобы на каждый учебный год составлялась образовательная программа предоставления платных образовательных услуг в школе. В документе отражается:

- планируемые результаты обучения и систему оценки степени освоения ОП;

- принципы формирования УУД, программу каждого учебного предмета, воспитательный аспект;

- учебный план, принципы, кадровые и психолого-педагогические условия реализации ОП. Финансовое обеспечение, материально-техническую и информационно-методическую базу программы.

В целом каждое образовательное учреждение определяет количество, формы реализации и стоимость учебных программ дополнительного образования, что позволяет учащимся глубже охватить учебный материал.

1.3. Специфика продвижения дополнительных образовательных услуг в образовательной организации

Для грамотного и целесообразного продвижения дополнительных образовательных услуг важно четко понимать специфику рынка, на котором они функционируют. Проведенный нами анализ позволил выделить следующие основные характеристики ситуации, сложившейся на рынке дополнительных образовательных услуг в сфере общего образования.

Рынок дополнительных образовательных услуг еще не сформирован, он находится в процессе становления. Как следствие, существует много незанятых ниш, что определяет конкурентные преимущества для активных образовательных учреждений. Вместе с тем существует очень мало

стабильных правил, по которым можно действовать. Слабо изучен спрос и потенциальный потребитель, нет устоявшихся цен и тому подобное.

Основная часть образовательных услуг предлагается негосударственными учреждениями и вузами. Сами школы пока не проявляют должной активности. Сказывается иждивенческая позиция, выработанная «унаследованным от советского социализма принципом полного финансирования посредством государства».

Нельзя говорить и о многообразии образовательных услуг. Сейчас это в основном репетиторство, тестирование, традиционные кружки и реализация стандартных образовательных программ.

Отсутствует четко выраженный социальный и индивидуальный заказ на образовательные услуги. Методы выявления такого заказа не разработаны.

Школа работает с наиболее доступными потребителями своих услуг - своими учащимися. Учебное заведение слабо ориентировано на иных потенциальных клиентов - учащихся других школ и взрослое население.

Недостаточная финансовая автономия школы не позволяет ей заниматься привлечением внебюджетных доходов. В результате школа слабо мотивирована на использование маркетинга в своей деятельности.

Сегодня система повышения квалификации и переподготовки педагогических кадров не может реализовать качественные образовательные программы по вопросам экономики образования. В результате в школах отсутствие подготовленных кадров, способных сопровождать маркетинговую деятельность [88].

Исходя из сложившейся ситуации, следует отметить, что в настоящее время образовательным учреждениям, реализующим дополнительные образовательные услуги, необходимо активно заниматься работой по формированию стратегии и тактики маркетинговой и коммуникационной деятельности. Профессиональный и продуманный подход к средствам продвижения дополнительных образовательных услуг к потребителю,

формирование планов маркетинговой и коммуникационной деятельности, проведение маркетинговых исследований, эффективная организация рекламной деятельности – являются факторами и ресурсами успешного развития образовательного учреждения в области реализации и продвижения дополнительных образовательных услуг.

Для эффективного продвижения дополнительных услуг образовательного учреждения необходимо использовать различные коммуникационные технологии, объединяя их в систему продуманных стратегически выстроенных действий. Каждая коммуникационная технология, будь то реклама или связи с общественностью, прямой маркетинг или ярмарочная и выставочная деятельность, имеет свои особенности воздействия на потребителей. Объединение различных коммуникационных технологий в систему интегрированных маркетинговых коммуникаций позволяет усилить эффективность каждой из них и, конечно же, общую результативность.

Наиболее важными для продвижения дополнительных услуг образовательного учреждения являются следующие элементы маркетинговых коммуникаций: реклама, связи с общественностью, прямой маркетинг, ярмарочная и выставочная деятельность, представительство учреждения в Интернете.

Подобное деление достаточно условно, так как современные маркетинговые коммуникации представляют собой интегрированный комплекс, каждое средство воздействия может включать элементы других средств.

Реклама дополнительных услуг образовательного учреждения как и непосредственно самого учреждения – это распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о нем, его образовательных услугах, которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этому образовательному

учреждению и его образовательным услугам [100, с.249].

Отметим, что рекламные обращения образовательных учреждений, как правило, стандартны. В них содержится информация о предлагаемых образовательных программах, наличии лицензии, сроках обучения, сотрудничестве с иностранными учебными заведениями, высоком качестве получаемых знаний и практических навыков; высоком уровне преподавания; качественной учебно-методической базе; современных информационных фондах; возможности наиболее полно раскрыть свои способности; примеры высоких достижений выпускников образовательного учреждения по конкретному направлению подготовки; возможности прохождения практики или частичного обучения за рубежом; возможности получить дополнительные образовательные услуги и др. Однако оптимальным вариантом рекламного объявления является то, которое сочетает содержательную наполненность и неординарное творческое решение подачи информации.

Связи с общественностью – одно из ключевых направлений деятельности в рамках интегрированных маркетинговых коммуникаций дополнительных услуг образовательного учреждения, поскольку их задачи заключаются в непосредственном двухстороннем общении как с потребителями, так и с обществом в целом.

Связи с общественностью нужны для воспитания общественного мнения: образовательное учреждение должно внушить потребителю состоятельность локальной идеи, сделать все возможное для того, чтобы локальная идея стала всеобщей, чтобы факт существования образовательного учреждения и дополнительных услуг, им предлагаемых, стал интересным потребителю.

Основная цель формирование общественного мнения – создать прочную позицию образовательного учреждения в обществе и на рынке образовательных услуг. Технологическая схема действия механизма

формирования общественного мнения – это цепочка последовательных действий: заявить о себе – привлечь и удерживать внимание – вызвать интерес – снять напряженность и недоверие – сформировать положительный имидж – инициировать желание – побудить общество к желаемому для образовательного учреждения действию – совершенствовать имидж учреждения (повышать рейтинг) [42, с.67-68].

Перечислим средства связей с общественностью, которые уместны и целесообразны для продвижения дополнительных услуг образовательного учреждения:

- день открытых дверей;
- день рождения, юбилей учебного заведения;
- сборник публикаций об учебном заведении;
- мастер-класс;
- презентации (образовательных программ);
- пресс-конференции;
- специально учрежденные призы;
- семинары;
- книга замечаний и предложений;
- бал, иное специальное событие (с приглашением VIP-персон и представителей СМИ) и др.

Отметим, что в связях с общественностью под специальным мероприятием подразумевается любая акция, направленная на улучшение репутации и создание положительного образа образовательного учреждения.

Специальные события – это специально организованное мероприятие для достижения маркетинговых, информационных или имиджевых целей [69, с.55].

Данная технология с каждым годом приобретает все большую актуальность. Ее особенность заключается в том, что продвижение осуществляется посредством организации какого-либо события, мероприятия

(будь то какой-либо праздник, презентация новой образовательной программы и т.д.). Акцент сделан на эмоциональные средства, корпоративные месседжи органично включены в сценарий праздника, его атмосферу, продвижение осуществляется косвенно, корректно без использования прямых рекламных обращений. Корпоративная информация запоминается на уровне эмоций, когда целевые аудитории становятся участниками ярких интересных запоминающихся событий; организуя специальные события, важно оставить позитивный эмоциональный след в сознании целевых аудиторий.

Следует отметить, что сегодня в большей или меньшей степени PR-усилия предпринимаются в любом образовательном учреждении, однако мероприятия носят бессистемный, фрагментарный характер и часто сводятся к рекламным обращениям, как правило, перед началом приемной кампании и участию в выставках. Таким образом, активизировать PR-деятельность образовательных учреждений сегодня необходимо.

Следующим ключевым элементом продвижения и продажи образовательных услуг является прямой маркетинг, потому что на рынке образовательных услуг особенно важна межличностная коммуникация, степень доверия к источнику информации. Если потребитель доверяет источнику информации (представителю образовательного учреждения, преподавателю, курсанту), он формирует свое положительное мнение об учреждении, т.е. доверяет ему и его специалистам.

Для образовательного учреждения могут быть использованы следующие направления прямого маркетинга:

- маркетинг прямых продаж: «директ-маркетинг» - прямая почтовая рассылка рекламных проспектов, предложений индивидуальным и корпоративным клиентам и т.д., продажу по телефону, формирование базы данных;

- маркетинг отношений – система, которая направлена на установление

длительных, конструктивных и привилегированных связей с потенциальными клиентами. Источник прибыли – это клиент, а не товар. Возможные мероприятия по развитию маркетинга отношений: определение важнейших потребностей, на которых в первую очередь направляются меры по развитию маркетинга отношений; назначение специального менеджера для работы с каждым потребителем; подготовка перспективных и текущих планов работы с клиентами и др. [138, с.52].

Еще одним элементом маркетинговых коммуникаций является выставочно-ярмарочная деятельность. Участие в выставочно-ярмарочной деятельности в качестве экспонентов в настоящее время стало распространенным средством продвижения образовательных услуг. Это связано с тем, что выставки и ярмарки привлекают большое количество потенциальных потребителей, дают возможность организации оценить собственные достижения на рынке образовательных услуг. Участие в выставках и ярмарках позволяет привлекать потенциальных потребителей, способствует возникновению деловых отношений с новыми партнерами, продвижению собственного имиджа, демонстрации новые образовательные программы и позволяет активно использовать средства стимулирования сбыта.

Выставочная деятельность в настоящее время стала распространенным средством продвижения дополнительных услуг образовательного учреждения. Преимуществом выставки является концентрированное в течение нескольких дней сочетание экспозиции, личных контактов, продвижения продаж, а также достаточно широкого охвата целевых групп.

Подчеркнем, что одно из основных преимуществ выставки перед другими элементами маркетинговых коммуникаций – возможность работать с заинтересованными посетителями «лицом к лицу».

Сегодня самым популярным элементом маркетинговых коммуникаций является представительство образовательного учреждения в Интернете.

Современный сайт образовательного учреждения является коммуникационной структурой, призванной объединять все уровни внешних и внутренних взаимодействий, представляя их в Интернете. Он должен реализовывать все правила веб-дизайна, улучшающие восприятие (например, всплывающее меню), и веб-технологии, упрощающие загрузку и навигацию (например, правило «трех кликов», согласно которому любая информация на сайте должна находиться на расстоянии не более трех щелчков мышью). Можно сказать, что фирменный дизайн сайта должен быть запоминающимся, но не отвлекающим от содержания; сайт должен поддерживать не только новые, но и старые версии браузеров, а его работа должна корректироваться грамотным персоналом.

Корпоративный сайт должен быть привлекателен для всех групп посетителей, являющихся как «случайными», так и целевыми аудиториями, на которые будут направлены маркетинговые усилия по продаже и сопровождению образовательных услуг, созданию имиджа образовательного учреждения.

Для потенциальных клиентов на сайте должны быть представлены программы обучения, цены, требуемые документы и их образцы, карта расположения учреждения.

Потенциальные и действующие партнеры должны найти сведения о преподавателях, администрации, программах и условиях сотрудничества [17, с.110].

Сегодня все больше образовательных учреждений для эффективного продвижения объединяют различные коммуникационные технологии в систему интегрированных маркетинговых коммуникаций. Эта система помогает им тщательно продумывать и координировать работу своих многочисленных коммуникационных каналов, передавая информацию о предоставляемых образовательных услугах, качестве учебного процесса, о направлениях научных исследований, кадровом потенциале, степени

технической оснащенности, возможностях работы в современной информационной среде и т.п.

В заключение отметим, что на данном этапе развития сферы образовательных услуг дополнительные услуги необходимы для того чтобы создать условия для развития индивидуальных возможностей детей, для поднятия статуса учреждения. При этом грамотно выстроенная система разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в образовательном учреждении позволит не только выявить ее потенциальных потребителей, но и довести до них информацию о содержании и качестве предполагаемых услуг.

Таким образом, в ходе представленного теоретического исследования мы пришли к следующим выводам.

В настоящее время существует множество определений понятия «образовательная услуга». Современными исследователями образовательная услуга рассматривается с нескольких позиций и рассматривается, как:

- продукт/товар производства;
- профессиональная подготовка кадров в интересах человека, общества, государства;
- процесс создания человеческого капитала (система/комплекс знаний, навыков, умений, способствующих реализации познавательных интересов, развитие личности);
- передача знаний индивидам, формирование/прирост знаний;
- общественное благо;
- гражданско-правовые/коммерческие взаимоотношения.

Наиболее распространенной является следующая классификация образовательных услуг:

- по длительности оказания: краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные с различными уровнями;
- по констатации достижения гражданином (обучающимся)

установленных государством образовательных уровней (образовательных цензов): с получением документов, подтверждающих достижение образовательного уровня; без получения;

- по способу возмещения средств за обучение: образовательные услуги, оказываемые бесплатно (за счет бюджетных средств); платные; с частичным возмещением затрат.

Дополнительная образовательная услуга – это комплекс целенаправленно создаваемых и предлагаемых образовательным учреждением возможностей получения образования в рамках его основной образовательной программы и приобретение дополнительных знаний, умений, навыков, развитие творческих и других способностей под руководством специалистов, с целью удовлетворения образовательных потребностей.

Основными задачами, решаемыми образовательным учреждением при реализации дополнительных образовательных услуг, являются:

- насыщение рынка образовательными услугами;
- более полное обеспечение права обучающихся и других граждан на образование;
- реализация дополнительных образовательных программ;
- адаптация и социализация дошкольников, учащихся;
- подготовка к поступлению в средние и высшие учебные заведения;
- развитие творческих способностей, оздоровление учащихся;
- привлечение школой дополнительных источников финансирования.

Специфика формирования системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг образовательной организации, исходя из определения потребностей в ней со стороны потенциальных потребителей, заключается в том, что для нее требуется анализ внешней и внутренней среды образовательной организации, который предполагает следующие действия:

- изучение спроса на конкретные виды образовательных услуг и определение потенциальных потребителей; анализ платежеспособности родителей и возможности установления цены образовательной услуги на уровне рентабельности (для платных услуг);

- анализ внутренних возможностей оказания образовательных услуг, пользующихся спросом (квалификации кадров, материальной базы, наличие учебно-программного обеспечения или возможности его разработки, наличие помещений);

- сбор информации о конкурентах, предлагающих аналогичные услуги;

- формирование перечня намечаемых к реализации услуг за рамками основных образовательных программ;

- организация рекламы на дополнительные образовательные услуги;

- анализ изменений спроса на предлагаемые услуги.

Для эффективного продвижения дополнительных услуг образовательного учреждения необходимо использовать различные коммуникационные технологии, объединяя их в систему продуманных стратегически выстроенных действий. Каждая коммуникационная технология, будь то реклама или связи с общественностью, прямой маркетинг или ярмарочная и выставочная деятельность, имеет свои особенности воздействия на потребителей. Объединение различных коммуникационных технологий в систему интегрированных маркетинговых коммуникаций позволяет усилить эффективность каждой из них и, конечно же, общую результативность.

Наиболее важными для продвижения дополнительных услуг образовательного учреждения являются следующие элементы маркетинговых коммуникаций: реклама, связи с общественностью, прямой маркетинг, ярмарочная и выставочная деятельность, представительство учреждения в Интернете.

Глава 2. Анализ реализации системы дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»

2.1. Общая характеристика образовательной организации

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Ужурская средняя общеобразовательная школа №3» (далее – Учреждение), является некоммерческой организацией, не преследует извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяет полученную прибыль между участниками (учредителями).

Официальное полное наименование Учреждения: муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Ужурская средняя общеобразовательная школа №3».

Сокращенное наименование Учреждения: МБОУ «Ужурская СОШ №3».

Учредителем Учреждения является муниципальное образование Ужурский район Красноярского края. Функции полномочия учредителя в отношении муниципального бюджетного общеобразовательного учреждения «Ужурская средняя общеобразовательная школа №3» выполняет Управление образования администрации Ужурского района Красноярского края.

Учреждение находится в ведении Управления образования администрации Ужурского района Красноярского края, осуществляющего бюджетные полномочия главного распорядителя бюджетных средств.

Школа руководствуется в своей деятельности Конституцией РФ, федеральными законами, указами и распоряжениями Президента Российской Федерации, постановлениями и распоряжениями Правительства Российской Федерации, Типовым положением об общеобразовательном учреждении, решениями соответствующих органов управления образованием различных уровней, настоящим Уставом, локальными правовыми актами школы,

другими нормативными актами.

Отношения школы с обучающимися и (или) их родителями (законными представителями) регулируются в порядке, установленном Уставом школы.

Учреждение является юридическим лицом, имеет самостоятельный баланс, обособленное имущество, лицевые счета, бланки, штампы, круглую печать со своим наименованием и наименованием Учредителя на русском языке.

Учреждение приобретает права юридического лица с момента его государственной регистрации в порядке, установленном действующим законодательством РФ.

Юридический адрес (местонахождение) Учреждения: 662255, Красноярский край, Ужурский район, г. Ужур, ул. Советская, 50.

Учреждение может иметь структурные подразделения, филиалы, представительства, которые действуют на основании положений, утверждённых директором школы. Структурные подразделения школы не являются юридическими лицами.

В школе создание и деятельность организационных структур политических партий, общественно-политических и религиозных движений и организаций (объединений) не допускается.

По инициативе детей в школе могут создаваться детские общественные объединения (организации).

Финансовое обеспечение деятельности Учреждения осуществляется за счет субсидий на выполнение муниципального задания и иные цели.

Деятельность школы основывается на принципах демократии, гуманизма, общедоступности, приоритета человеческих ценностей, жизни и здоровья человека, гражданственности, свободного развития личности, автономности и светского характера образования.

Учреждение несёт в установленном законодательством Российской Федерации порядке ответственность за качество образования и его

соответствие государственным образовательным стандартам, за адекватность применяемых форм, методов и средств организации образовательного процесса возрастным психофизиологическим особенностям, склонностям, способностям, интересам обучающихся, требованиям охраны жизни и здоровья.

Целями создания Учреждения являются:

- формирование общей культуры личности обучающихся на основе усвоения обязательного минимума содержания общеобразовательных программ;
- адаптация к жизни в обществе;
- создание основы для осознанного выбора и последующего освоения профессиональных образовательных программ;
- воспитание гражданственности, трудолюбия, уважения к правам и свободам человека, любви к окружающей природе, Родине, семье;
- формирование здорового образа жизни.

Предметом деятельности Учреждения является образовательная и иная деятельность Учреждения, направленная на достижение целей создания Учреждения.

В школе реализуются общеобразовательные программы: начального общего, основного общего и среднего (полного) общего образования. При наличии лицензии Учреждение может осуществлять реализацию дополнительных общеобразовательных программ естественнонаучной, научно-технической, социально-педагогической, физкультурно-спортивной, социально-педагогической, военно-патриотической, эколого-биологической, художественно-эстетической направленностей.

Учреждение осуществляет образовательный процесс в соответствии с уровнями общеобразовательных программ трех ступеней общего образования и 0-й ступени:

- 0 ступень – предшкольное общее образование (нормативный срок

освоения 1 год) – дополнительное образование по желанию родителей (законных представителей) детей, задачей которого является подготовка и адаптация к поступлению в школу;

- первая ступень - начальное общее образование (нормативный срок освоения 4 года);

- вторая ступень - основное общее образование (нормативный срок освоения 5 лет);

- третья ступень - среднее (полное) общее образование (нормативный срок освоения 2 года).

Задачами начального общего образования являются воспитание и развитие обучающихся, овладение ими чтением, письмом, счетом, основными навыками учебной деятельности, элементами теоретического мышления, простейшими навыками самоконтроля, культурой поведения и речи, основами личной гигиены и здорового образа жизни.

Начальное общее образование является базой для получения основного общего образования.

Задачей основного общего образования является создание условий для воспитания, становления и формирования личности обучающегося, для развития его склонностей, интересов и способности к социальному самоопределению.

Основное общее образование является базой для получения среднего (полного) общего образования, начального и среднего профессионального образования.

Задачами среднего (полного) общего образования являются развитие интереса к познанию и творческих способностей обучающегося, формирование навыков самостоятельной учебной деятельности на основе дифференциации и профильного обучения. В дополнение к обязательным предметам вводятся предметы по выбору самих обучающихся в целях реализации интересов, способностей и возможностей личности.

Среднее (полное) общее образование является основой для получения начального профессионального, среднего профессионального (по сокращенным ускоренным программам) и высшего профессионального образования.

Исходя из запросов обучающихся и их родителей (законных представителей) при наличии соответствующих условий, в школе может быть введено обучение по различным профилям и направлениям с использованием индивидуальных учебных планов.

Организация образовательного процесса в школе регламентируется учебным планом (разбивкой содержания образовательной программы по учебным курсам, по дисциплинам и по годам обучения), годовым календарным учебным графиком и расписаниями занятий, разрабатываемыми и утверждаемыми школой самостоятельно на основе государственного базисного учебного плана.

Для детей, нуждающихся в длительном лечении, учебные занятия могут проводиться школой на дому или в лечебных учреждениях. Обеспечение указанных мероприятий является расходным обязательством субъекта Российской Федерации.

Учреждение может оказывать на договорной основе обучающимся, населению, предприятиям, учреждениям и организациям платные дополнительные образовательные услуги, не предусмотренные государственными образовательными стандартами:

- изучение специальных дисциплин сверх программы (при наличии соответствующей лицензии);
- репетиторство с учащимися других образовательных учреждений;
- курсы по изучению иностранных языков;
- курсы по изучению программирования;
- подготовка к поступлению в ВУЗ;
- организация кружков кройки и шитья, вязания и т.д.;

- создание групп по адаптации детей к условиям школьной жизни (школа раннего развития детей 5-6 лет) (при наличии лицензии);
- создание секций, групп по укреплению здоровья (гимнастика, аэробика, ритмика, катание на лыжах и т.д.);
- услуги психолога (сверх услуг, финансируемым Учредителем);
- услуги логопеда (сверх услуг, финансируемым Учредителем).

Платные дополнительные услуги не могут быть оказаны вместо образовательной деятельности, финансируемой за счёт бюджета.

Порядок и условия предоставления платных дополнительных образовательных услуг в школе устанавливается положением об оказании платных дополнительных образовательных услуг, разработанным в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Доходы от дополнительных платных образовательных услуг поступают в бюджет города, реинвестируются в данной школе и расходуются в порядке, установленном Учредителем.

На рисунке 1 представлена организационная структура школы.

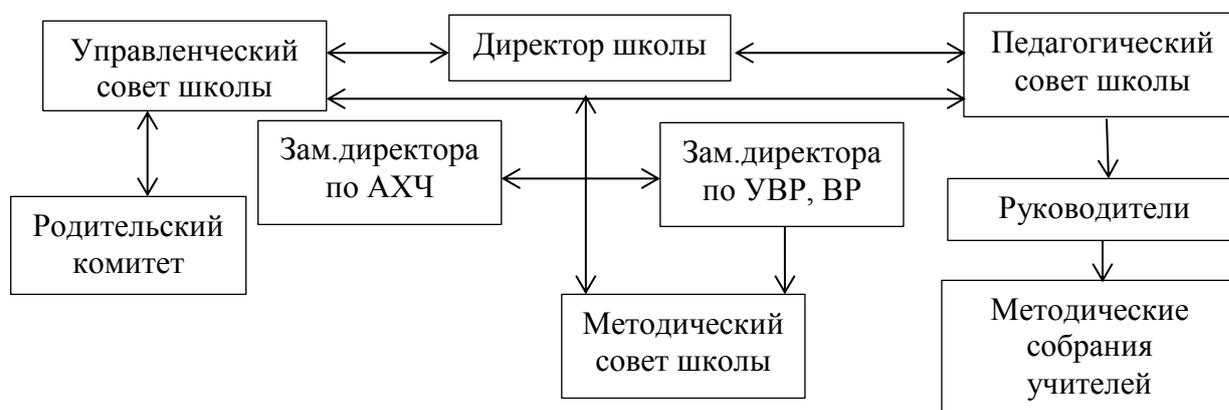


Рис.1. Организационная структура школы

МБОУ «Ужурская СОШ №3»

В соответствии с Уставом школы руководителем Учреждения (далее - руководитель) является директор, который назначается и освобождается от должности Учредителем в соответствии с действующим законодательством.

Управление школой строится на принципах единоначалия и самоуправления. Основными формами самоуправления в школе являются Управляющий совет школы, общее собрание, педагогический совет.

Управляющий совет школы - это коллегиальный орган школьного самоуправления, имеющий полномочия, определённые Уставом школы, по вопросам функционирования и развития учреждения. Решение о его создании принимает учредитель.

Органом, решающим вопросы педагогического процесса, является Педагогический совет – коллегиальный орган управления, объединяющий всех работников школы.

Методический совет школы является коллективным общественно-профессиональным органом, объединяющим на добровольной основе педагогов, стремящихся осуществлять преобразования в школе на научной основе, руководствуясь определёнными концептуальными положениями, подходами и идеями.

В классах школы действуют классные родительские комитеты. Они оказывают посильную помощь школе в реализации прав и интересов обучающихся, совершенствовании материально-технического оснащения и оформления школы.

Директор школы:

- планирует и организует образовательный процесс, осуществляет контроль за его ходом и результатами, несет ответственность перед государством и обществом за качество и эффективность работы школы;

- представляет интересы школы в государственных, муниципальных и иных предприятиях, учреждениях, организациях, действует без доверенности от имени Школы;

- является распорядителем денежных средств школы, в пределах своей компетенции, открывает и закрывает в учреждениях казначейства счета школы;

- заключает от имени школы договоры, не противоречащие законодательству РФ и уставным целям деятельности школы;
- в пределах своей компетенции в соответствии с законом РФ издает инструкции, приказы и распоряжения, обязательные для исполнения работниками школы, обучающимися и их родителями (законными представителями);
- организует работу по подготовке школы к лицензированию и государственной аккредитации;
- утверждает Правила внутреннего трудового распорядка школы и Правила поведения для обучающихся школы, иные локальные акты, организует и контролирует их исполнение;
- организует разработку программы развития школы и представляет ее на утверждение Управляющему Совету, организует реализацию утвержденной программы развития школы;
- организует разработку, утверждение и внедрение в образовательный процесс образовательных и учебных программ, учебных планов и других учебно-методических документов;
- утверждает учебный план, годовой календарный график и расписание занятий;
- утверждает совместно с педагогическим советом «школьный компонент» общеобразовательных программ и представляет его на утверждение Управляющему Совету (после согласования с педагогическим советом);
- разрабатывает и представляет на согласование Управляющему Совету план финансово-хозяйственной деятельности и организует его исполнение.

2.2. Анализ системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»

В соответствии с Уставом школы, а также с Положением о платных дополнительных образовательных услугах, МБОУ «Ужурская СОШ №3» оказывается комплекс дополнительных образовательных услуг.

Согласно представленному Положению, анализируемая организация может оказывать платные образовательные услуги сверх установленного муниципального задания по обучению по дополнительным образовательным программам:

- развивающие занятия для детей, не посещающих дошкольное образовательное учреждение;
- изучение специальных модульных циклов дисциплин, не предусмотренных учебным планом;
- репетиторство с обучающимися другого образовательного учреждения;
- услуги логопеда, психолога (сверх услуг, финансируемых из бюджета);
- обучение по дополнительным образовательным программам (сверх услуг, финансируемых за счет бюджета);
- дизайн;
- актерское мастерство;
- пение, эстрадный вокал;
- обучение игре на музыкальных инструментах;
- искусство хореографии;
- научно-техническое творчество;
- моделирование и изготовление изделий из материала и ниток;
- медиатехнологии, информационные технологии;
- основы журналистики;

- научно-техническое мастерство;
- декоративно-прикладное творчество, изобразительное искусство;
- спортивная деятельность: волейбол (для детей и взрослых), баскетбол, шахматы, каратэ.

При наличии спроса на образовательные услуги данное образовательное учреждение вправе оказывать и иные платные образовательные услуги в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Виды платных услуг определяются на основании изучения спроса на образовательные услуги, предполагаемого контингента обучающихся и в соответствии с имеющимися условиями, без ущемления основной деятельности.

В школе имеет место следующий порядок предоставления платных образовательных услуг:

- школа доводит до сведения родителей (законных представителей) информацию об оказываемых платных образовательных услугах, обеспечивающих возможность их правильного выбора;

- издается приказ об организации платных образовательных услуг;

- платные образовательные услуги оказываются в соответствии с образовательными программами и условиями договора об оказании платных образовательных услуг. Указанный договор заключается в письменной форме в двух экземплярах, один из которых находится у исполнителя, другой - у потребителя. Стоимость оказываемых платных образовательных услуг определяется в договоре между учреждением и родителями (законными представителями) в соответствии с нормативно-правовыми актами города Ужур и законодательством РФ;

Образовательное учреждение оказывает платные образовательные услуги исключительно на добровольной основе.

Прежде, чем предоставить те или иные платные дополнительные

образовательные услуги, руководство школы проводит подготовительную работу, включающую в себя:

- изучение спроса граждан на предоставляемые в соответствии с Уставом услуги;

- рекламную деятельность (в том числе путем размещения на информационных стендах, на официальном сайте), доведение до сведения родителей (законных представителей) информации об оказываемых образовательных услугах, обеспечивающих возможность их правильного выбора;

- определение предполагаемого количества потребителей;

- составление сметы доходов и расходов;

- и другие необходимые мероприятия.

Для организации платных образовательных услуг руководством школы создаются следующие необходимые условия:

- соответствие действующим санитарным правилам и нормам;

- соответствие требованиям по охране и безопасности здоровья потребителей услуг;

- качественное кадровое обеспечение;

- необходимое учебно-методическое и техническое обеспечение;

- наличие лицевого счета по учёту средств полученных от оказания платных образовательных услуг.

Для выполнения работ по оказанию платных образовательных услуг могут привлекаться как основные сотрудники, так и специалисты со стороны.

С работниками, принимающими участие в организации и оказании платных образовательных услуг, заключаются договора (возмездного оказания услуг, дополнительные соглашения к трудовому договору) на определенный срок.

Каждый работник, оказывающий платную образовательную услугу, подчиняется Закону «Об образовании в Российской Федерации», Уставу,

Правилам внутреннего трудового распорядка и другим нормативно-правовым документам, принятым в Организацию.

В настоящее время перед дополнительными образовательными услугами анализируемой школы поставлены следующие задачи:

- повышение рейтинга образовательной организации;
- развитие мотивации личности к познанию и творчеству;
- обеспечение эмоционального благополучия ребенка;
- приобщение обучающихся к общечеловеческим ценностям;
- профилактика асоциального поведения, адресное сопровождение детей «группы риска»;
- создание условий для социального, культурного и профессионального самоопределения, творческой самореализации личности ребенка, ее интеграция в систему мировой и отечественной культур;
- интеллектуальное и духовное развитие личности ребенка;
- укрепление физического и психического здоровья.

Поставленные задачи решались путем составления специальных модифицированных программ в 2017 – 2018 учебном году.

В школе созданы условия для индивидуальной работы с учащимися через секции, кружки, объединения по интересам, студии, творческие мастерские, занятия внеурочной деятельностью.

Сеть дополнительного образования в 2017 – 2018 учебном году была определена следующими направлениями:

- художественно-эстетическое;
- научно-техническое;
- физкультурно-спортивное;
- социально-педагогическое.

В 2017 – 2018 учебном году учебный план дополнительного образования был определен четырьмя направлениями, представленными на рисунке 2.



Рис. 2. Направления дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»

Руководство образовательного учреждения ставит перед собой следующие задачи в области дополнительных образовательных услуг на 2017 - 2018 учебный год:

- повысить качество предоставления дополнительных услуг за счет повышения методической и профессиональной подготовки педагогов.
- активизировать участие детей в конкурсах, фестивалях и т.п. разного уровня;
- стимулировать творческую активность ребенка, развитие его способности к самостоятельному решению проблем и постоянному самообразованию;
- расширять возможности сетевого взаимодействия;
- активизировать участие детей в проектной деятельности;
- принимать активное участие в грантовых конкурсах.

Таким образом, как показал анализ документации образовательного учреждения в области оказания дополнительных образовательных услуг, они сформированы на достаточно высоком уровне и охватывают широкий спектр

образовательных направлений. Однако, как показало исследование, из 706 учеников школы, только 120 человек (т.е. 16,99%) получают дополнительные образовательные услуги. При этом все получатели данных услуг – ученики МБОУ «Ужурская СОШ №3». На рисунке 3 представлено распределение учеников по направлениям дополнительных услуг.

Как видно из представленных данных, наиболее востребованными являются услуги изо-студии «Красочный мир», ее посещает на сегодняшний день 22 ученика, наименее востребованными – занятия в пресс-центре «Минуточку», их посещают лишь 7 учеников.

Следует также отметить, что из всех учеников, получающих дополнительные образовательные услуги, только 3 человека посещают 2 и более секций в школе. В частности, один ученик посещает изо-студию «Красочный мир» и секцию баскетбола, один ученик – дистанционную математическую школу и секцию по карате-до, один ученик – секцию по карате-до, вокально-хоровую студию «Глория» и «Литературную гостиную».



Рис.3. Распределение учеников по направлениям получения дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3», %

При этом загруженность по каждому направлению дополнительной услуги приблизительно составляет от 30% до 73% (рисунок 4).

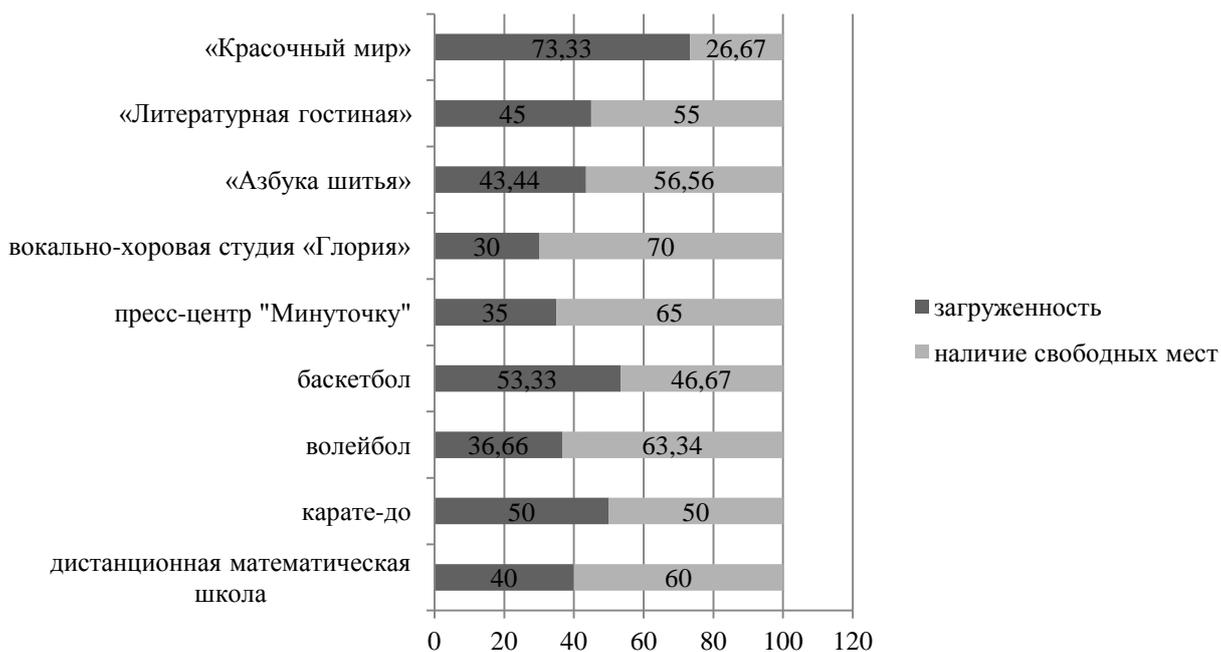


Рис.4. Процент загруженности по каждой дополнительной образовательной услуге в МБОУ «Ужурская СОШ №3», %

Как видно из рисунка 4, наиболее всего загружено направление «Красочный мир»: его посещают 22 ребенка при наличии 30-ти мест. Наименее всего загружены вокально-хоровая студия «Глория» и пресс-центр «Минуточку»: на 30% и 35% соответственно.

Здесь важно отметить, что с каждым годом в образовательном учреждении происходят те или иные изменения, связанные с организацией дополнительных образовательных услуг, в частности, с середины прошлого учебного года были прекращены услуги логопеда по причине увольнения педагога и отсутствия замены, были упрощены дополнительные курсы английского языка. Такие секции, как пресс-центр «Минуточку», «Литературная гостиная», вокально-хоровая студия «Глория» появились лишь в 2017-2018 учебном году, в то время, как спортивные секции, «Азбука шитья», «Красочный мир» и т.д. работают на базе образовательного учреждения от 2 до 4 лет.

Все дополнительные услуги являются платными. Стоимость одного занятия составляет от 150 до 300рублей. Как правило, занятия проходят 2-3

раза в неделю.

Все направления дополнительного образования проводятся во внеурочное, вечернее время на базе школы.

Дополнительные образовательные услуги оказываются как силами педагогов школы, так и сторонними специалистами, в частности, педагогами, не работающими в школе, оказываются дополнительные образовательные услуги в секции карате-до, в вокально-хоровой студии «Глория», в дистанционной математической школе.

Информация о дополнительных образовательных услугах распространяется посредством досок объявлений непосредственно в здании школы. При этом, несмотря на присутствие во всемирной сети Интернет сайта школы, где представлена достаточно подробная информация о ее деятельности, не было обнаружено полноценной информации о дополнительных услугах. Кроме того, на сайте представлена разная информация относительно дополнительных образовательных услуг и информация относительно платных дополнительных образовательных услуг, которая не совпадает с Положением, а также данными самообследования.

Таким образом, несмотря на достаточный уровень сформированности дополнительных образовательных услуг, реализуемых на базе МБОУ «Ужурская СОШ №3», здесь имеют место определенные проблемы в области сформированности и продвижения данных видов услуг. В рамках следующего параграфа представим выявленные нами проблемы.

2.3. Определение проблем в области разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»

Выше уже неоднократно упоминалось, что дополнительные образовательные услуги направлены на удовлетворение образовательных потребностей учеников. Соответственно, для того, чтобы определить

целесообразность внедрения тех или иных дополнительных услуг в образовательный процесс школы, необходимо, в первую очередь, определить спрос на данные услуги со стороны самих школьников. Как показало проведенное нами исследование, на базе МБОУ «Ужурская СОШ №3» не проводилось планомерного и подробного данного исследования, а дополнительные услуги были введены по нескольким причинам:

- наличие предложения со стороны сторонних педагогов проводить на базе школы занятия по карате-до, музыке и математике;

- предположения самих педагогов, базирующиеся не на подробном анкетировании школьников относительно их предпочтений и интересов, а личного наблюдения и опроса небольшой части учеников.

Отсюда, на наш взгляд, вытекает первая проблема – это отсутствие потребности в имеющихся дополнительных образовательных услугах со стороны самих школьников.

Так, проведенное нами анкетирование 278-ми учеников МБОУ «Ужурская СОШ №3» разного возраста показало, что 192 человека (69%) из всех опрошенных посещают те или иные дополнительные занятия помимо школы, при этом только 32 человека из всех, посещающих дополнительные занятия, посещают их на базе школы (16,66%).

При этом все опрошенные ученики знают, что в школе имеются дополнительные образовательные услуги. Однако никто из опрошенных не смог назвать все те направления, что имеются в школе. Таким образом, можно констатировать, что часть услуг (в частности, дистанционная математическая школа, пресс-центр «Минуточку», «Азбука шитья») продвигаются недостаточно активно: большинство ребят просто не назвали их во время анкетирования.

Примечательно также, что из 246 опрошенных детей, которые не посещают школьные дополнительные занятия более половины – 128 человек выбрали вопрос «они не интересны для меня», а 8,54% вообще не знали о

существовании интересного им кружка (рисунок 5).

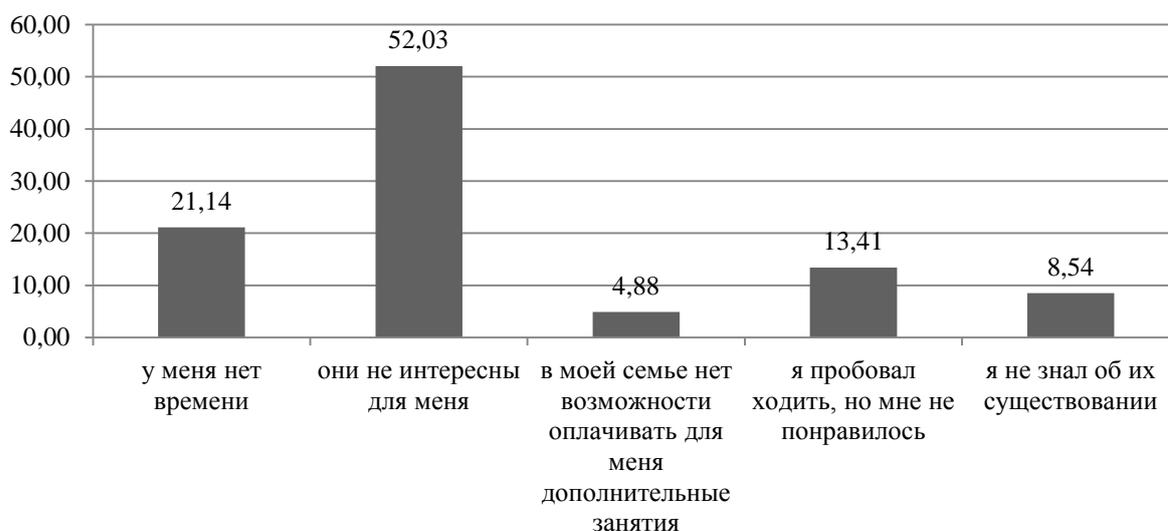


Рис.5. Распределение опрошенных при ответе на вопрос: «Почему ты не посещаешь дополнительные занятия, предлагаемые школой?», %

Далее во время анкетирования респондентам было предложено выбрать ту область, которая была бы наиболее интересна им для посещения в качестве дополнительных образовательных услуг. При этом ребятам самим предлагалось выбрать, без наличия вариантов ответов. При этом ребята не ограничивались в количестве вариантов.

Анализ ответов показал, что наиболее востребованными дополнительными образовательными услугами являются:

- информатика и программирование, работа с разными языками программирования и разными программами (начиная от графических и заканчивая экономическими) – эта область интересна для 75 ребят – почти для 27%;

- робо-техника и конструирование – интересно для 70 человек – 25,18%;

- занятия танцами, фитнесом и гимнастикой интересны для 55 человек (примечательно, что не только для девочек, но и для мальчиков, этот вариант дали, в частности, 8 мальчиков) – 19,78%;

- иностранные языки (помимо английского респондентам также интересны французский, китайский, японский, испанский языки) – 38 человек – 13,67%;

- обучение игре на различных музыкальных инструментах (гитара, ударные, фортепиано, скрипка) – входит в сферу интересов 32 человек – 11,51%;

- экологическое образование и археология (разные походы, скаутские кружки) отметили 29 человек – 10,07%;

- дополнительные занятия научной деятельностью (физикой, химией, биологией) интересны для 16 человек – 5,39%;

- кулинарный кружок был бы интересен для 8 человек – 2,87% (рисунок б).



Рис.6. Наиболее интересные занятия для школьников в рамках дополнительных образовательных услуг, %

Таким образом, как видно из представленных данных, в сферу интересов опрошенных практически не входят те дополнительные услуги,

что предлагаются на базе анализируемого образовательного учреждения. Отсюда вполне закономерно вытекает проблема слабой загруженности предлагаемых секций.

Кроме того, в ходе исследования нами было опрошено 118 родителей, имеющих детей-школьников (не только посещающих анализируемую образовательную организацию), которым предлагалось ответить на вопрос: «Хотели бы они, чтобы их ребенок посещал дополнительные кружки и секции?» а также назвать те, которые они хотели бы, чтобы он посещал.

При ответе на первый вопрос абсолютно все родители отметили, что хотели бы, чтобы их ребенок посещал дополнительные кружки и секции, при этом у 46 родителей (38,98%) дети посещают различные секции дополнительного образования.

Анализ ответов родителей при выборе наиболее интересных, по их мнению, кружков для их ребенка, показал, что наиболее востребованными дополнительными образовательными услугами для них являются:

- спортивные секции и танцы – 96 человек (81,36%);
- изучение иностранных языков – 95 человек (80,51%);
- информатика и программирование – 90 человек (77,27%);
- дополнительные занятия научной деятельностью (физикой, химией, биологией) – 74 человека – (62,71%);
- инженерные технологии и конструирование – 57 человек (48,31%);
- игра на музыкальных инструментах – 42 человека (35,59%);
- домоводство (кулинария, шитье) – 33 человека (27,97%) (рисунок 7).

Таким образом, как видно из представленных данных, в сферу интересов опрошенных как самих детей, так и их родителей, практически не входят те дополнительные услуги, что предлагаются на базе анализируемого образовательного учреждения. Отсюда вполне закономерно вытекает проблема слабой загруженности предлагаемых секций.

Здесь также важно отметить, что школа находится в небольшом городе

Ужуре с населением 15,5 тыс. человек. На сегодняшний день здесь работают только два учреждения дополнительного образования: Ужурский центр Дополнительного Образования и Ужурская детская школа искусств. Таким образом, в городе имеется определенная потребность в дополнительных образовательных услугах.

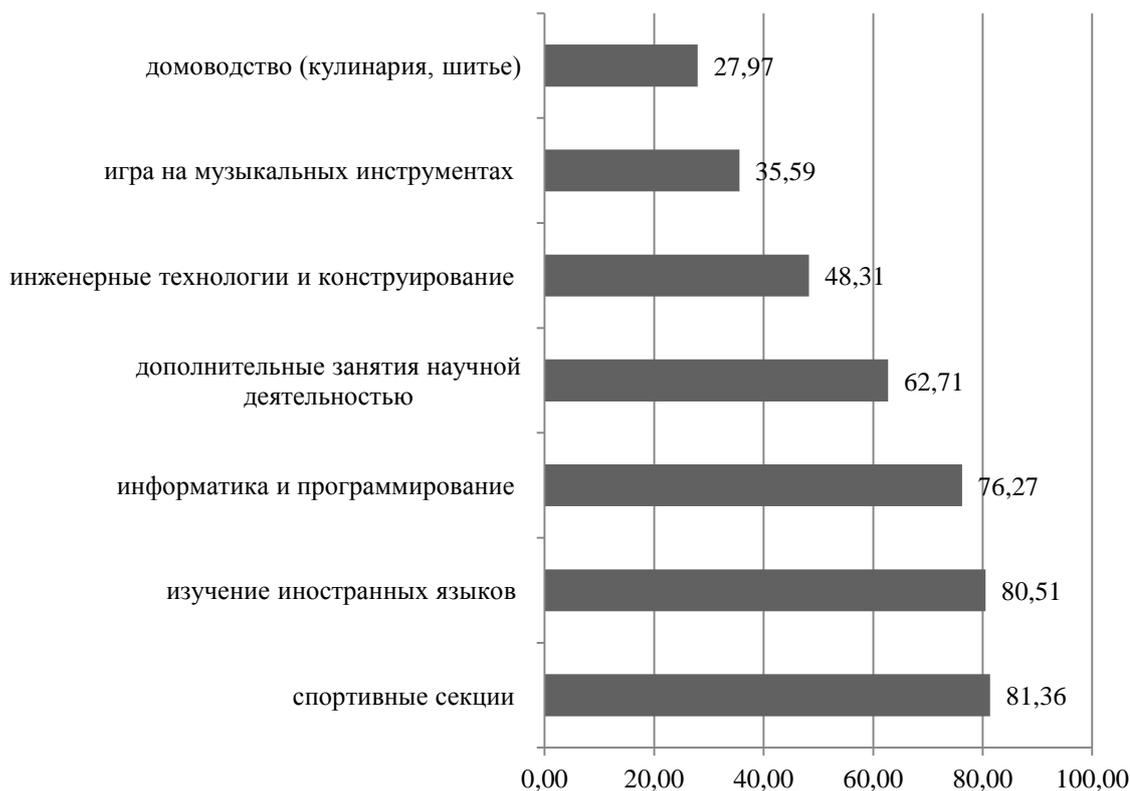


Рис.7. Наиболее интересные и полезные, по мнению родителей, занятия для школьников в рамках дополнительных образовательных услуг, %

Однако, несмотря на отсутствие конкуренции, имеется другая немаловажная проблема – это отсутствие необходимых кадров для предоставления дополнительных образовательных услуг. В настоящее время большинство дополнительных занятий, как было отмечено выше, реализуются силами непосредственно педагогов школы. А для того, чтобы предоставить качественные услуги в области программирования, хореографии, игры на музыкальных инструментах и т.д., необходим высококвалифицированный преподавательский состав. И проблема

небольшого города заключается в том, что молодые квалифицированные кадры покидают его, переезжая в большие города. Соответственно, руководству не только школы, но и города нужно каким-то образом мотивировать педагогов приезжать сюда на работу.

Здесь считаем целесообразным отметить также еще одну проблему в области реализации дополнительных образовательных услуг – это слабая мотивированность и загруженность преподавательского состава. Как показывает наблюдение, педагоги образовательных учреждений, и МБОУ «Ужурская СОШ №3» здесь не исключение, настолько загружены основной работой, что зачастую у них не остается ресурсов на организацию и проведение дополнительных занятий. При этом оплата за них достаточно невысока, что также слабо мотивирует педагогов.

Как показал проведенный опрос среди педагогов школы, из 28 опрошенных только 8 человек (28,57%) с удовольствием взяли бы на себя дополнительную нагрузку в форме дополнительных образовательных услуг, 4 человека (14,28%) не хотели бы вообще брать на себя никакую дополнительную нагрузку, и 16 человек (57,14%) согласны на проведение дополнительных занятий при условии разработанной программы материальной и нематериальной мотивации (рисунок 8).



Рис.8. Распределение педагогов относительно их готовности к проведению дополнительных образовательных услуг, %

Кроме того, учителя практически не используют возможность реализовать себя вне профессиональной деятельности, то есть ни они сами, ни руководство школы не предлагают организовывать дополнительные образовательные услуги не по предметам, которые они преподают на базе образовательного учреждения, а в рамках сферы их интересов. Так, например, возможно, что кто-то из учителей имеет разряд по скалолазанию, отлично знает красноярские заповедники Столбы и тем самым вполне мог бы организовать кружок юных столбистов и организовать поездки в город Красноярск на Столбы. Однако данных предложений не поступает.

Третья проблема, которая имеет место в настоящее время в образовательном учреждении – это недостаточная материально-техническая база для реализации наиболее востребованных дополнительных образовательных услуг. Так, в школе имеются необходимые помещения для проведения занятий по танцам, игре на музыкальных инструментах, кабинет для рукоделия, кабинет для занятий резьбы по дереву, но при этом нет необходимого оборудования: достаточно мощных для программирования и работы в различных программах компьютеров, музыкальных инструментов, необходимого инвентаря для занятий в кулинарном кружке и т.д.

Наконец, четвертая проблема заключается в продвижении реализуемых дополнительных услуг в образовательной организации. Как было отмечено выше, в городе Ужуре практически не представлено дополнительных образовательных услуг, в то время, как в них однако имеется достаточно высокая потребность. Таким образом, возможно предположить, что среди жителей города имеется достаточное количество тех, кто хотел бы посещать дополнительные образовательные занятия на базе Муниципального бюджетного общеобразовательного учреждения «Ужурская СОШ №3», однако не знает о них по причине отсутствия какой-либо информации. Руководство школы должно ориентироваться не только на своих учеников в предоставлении дополнительных образовательных услуг, но и охватывать

весь город. Однако о предоставлении ею дополнительных образовательных услуг не знают не только жители района, но даже и некоторые ученики школы (что было подтверждено проведенным анкетированием).

Продвижение услуг требует, как было отмечено выше, четкого понимания их целевой аудитории и тех информационных источников, которые могли бы захватить определенную целевую аудиторию.

Анализ представленных проблем показал, что все они так или иначе связаны с проблемой недостаточного внимания со стороны руководства вопросам организации и продвижения дополнительных образовательных услуг в образовательной организации. Формально в документации школы присутствует Положение о платных дополнительных образовательных услугах с подробным описанием перечня предоставляемых услуг и необходимыми условиями их предоставления. По факту же данные условия выполняются достаточно поверхностно, а именно: нет четко разработанной методологической базы по их реализации, отсутствует работа с целевой аудиторией и кадрами в этом направлении, отсутствует разработка вопроса материально-технического оснащения имеющихся и возможных кружков и секций.

Данная проблема вытекает из загруженности администрации школы, в частности, директора, текущими организационными вопросами в рамках основной учебной деятельности. Таким образом, у него не остается времени на решение вопросов, связанных с дополнительными образовательными услугами.

Таким образом, нами были рассмотрены основные проблемы в области разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в Муниципальном бюджетном общеобразовательном учреждении «Ужурская СОШ №3», для большей наглядности представим их в виде схемы изображенной на рисунке 9.

Исходя из представленных проблем, в рамках следующей главы нами

будет представлена попытка разработать рекомендации, направленные на оптимизацию формирования системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в Муниципальном общеобразовательном учреждении «Ужурская СОШ №3» и определить их социально-экономическую эффективность.



Рис. 9. Основные проблемы в области разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»

Делая общий вывод по итогам данной главы, отметим следующее. В настоящее время перед дополнительными образовательными услугами

анализируемой школы поставлены следующие задачи:

- развитие мотивации личности к познанию и творчеству;
- обеспечение эмоционального благополучия ребенка;
- приобщение обучающихся к общечеловеческим ценностям;
- профилактика асоциального поведения, адресное сопровождение детей «группы риска»;
- создание условий для социального, культурного и профессионального самоопределения, творческой самореализации личности ребенка, ее интеграция в систему мировой и отечественной культур;
- интеллектуальное и духовное развитие личности ребенка;
- укрепление физического и психического здоровья.

Поставленные задачи решались путем составления специальных модифицированных программ в 2017 – 2018 учебном году.

В школе созданы условия для индивидуальной работы с учащимися через секции, кружки, объединения по интересам, студии, творческие мастерские, занятия внеурочной деятельностью.

Сеть дополнительного образования в 2017 – 2018 учебном году была определена следующими направлениями:

- художественно-эстетическое: вокально-хоровая студия «Глория», «Азбука шитья», «Литературная гостиная», «Красочный мир»;
- научно-техническое: дистанционная математическая школа;
- физкультурно-спортивное: каратэ-до, волейбол, баскетбол;
- социально-педагогическое: пресс-центр «Минуточку».

Несмотря на достаточный уровень сформированности дополнительных образовательных услуг образовательной организации, реализуемых на базе Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Ужурская СОШ №3» города Ужур имеют место определенные проблемы в области сформированности и продвижения данных видов услуг, в частности:

- отсутствие потребности в имеющихся дополнительных

образовательных услугах со стороны самих школьников: в сферу интересов опрошенных практически не всходят те дополнительные услуги, что предлагаются на базе анализируемого образовательного учреждения. Отсюда вполне закономерно вытекает проблема слабой загруженности предлагаемых секций;

- отсутствие необходимых кадров для предоставления дополнительных образовательных услуг, а также слабая мотивированность на организацию дополнительных услуги и загруженность преподавательского состава, отсутствие инициативности педагогов в вопросах организации дополнительных образовательных услуг;

- недостаточная материально-техническая база для реализации наиболее востребованных дополнительных образовательных услуг;

- недостаточная работа в области продвижения предлагаемых школой дополнительных образовательных услуг;

- загруженность директора, как следствие, удаление недостаточного внимания вопросам дополнительного образования.

Глава 3. Разработка моделей проекта, направленных на оптимизацию формирования системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3»

3.1. Мероприятия в области разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ СОШ №3 г. Ужур

В рамках предыдущей главы нами был проведен подробный анализ реализации системы дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3», по итогам которого были определены основные проблемы в данной области. В связи с этим нами был разработан ряд мероприятий, направленных на устранение данных проблем.

В первую очередь следует отметить, что одной из первостепенных проблем в области реализации системы дополнительных образовательных услуг в МБОУ «Ужурская СОШ №3» была отмечена загруженность директора, как следствие, уделение им недостаточного внимания вопросам дополнительного образования. В связи с этим нами предлагается делегировать директору часть своих полномочий в данной области на педагогический состав школы. Однако настоящие реалии таковы, что современный учитель, помимо преподавательской работы и работы классного руководителя достаточно много своего времени обязан уделять работе с документами. В связи с этим следует отметить, что и сами педагоги, как и директор, имеют значительную рабочую нагрузку. И это особенно актуально в районе, где наблюдается нехватка учителей и многие из них вынуждены совмещать по несколько ставок. Таким образом, нами предлагается на базе школы создать условно названный нами «Совет дополнительного образования», под руководством директора школы, куда бы вошли учителя, готовые заниматься данным образовательным направлением. При этом количество членов совета не ограничивается и может включать в

себя от трех учителей до всего педагогического состава школы. Главное назначение совета – это грамотно организовать систему дополнительного образования в соответствии с запросами самих учеников и возможностями школы. В круг обязанностей совета должны входить:

- изучение потребностей со стороны школьников в дополнительных образовательных услугах;

- поиск педагогических кадров, способных удовлетворить имеющиеся потребности;

- поиск возможностей материального обеспечения дополнительных образовательных услуг (например, получение грантов, поиск спонсоров, организация платных дополнительных образовательных услуг);

- работа в области продвижения предлагаемых дополнительных образовательных услуг (поиск и разработка наиболее целесообразной системы продвижения);

- разработка системы мотивации педагогов на организацию дополнительных образовательных услуг.

Таким образом, предлагаемый совет не только снизит нагрузку по данному вопросу с директора школы, но и поможет более грамотно и рационально организовать данный процесс. Кроме того, назначение отдельного ответственного за каждую из представленных задач не будет слишком обременительно для сотрудников.

Здесь важно также отметить, что, получая дополнительную рабочую нагрузку, будучи членом «Совета дополнительного образования» школы, работник, входящий в состав Совета, также будет получать определенную прибавку к заработной плате. Кроме того, при наличии определенных финансовых ресурсов на дополнительное образование (за счет грантов, спонсорской помощи или оказания платных услуг), возможно также организовать материальное поощрение педагогов за хорошо проделанную работу в области организации дополнительного образования (например, за

организацию и проведение кружка, вызвавшего интерес со стороны школьников, за удачно разработанную рекламную акцию, которая смогла привлечь интерес целевой аудитории, за получение гранта на открытие кружка дополнительного образования и т.д.).

Таким образом, работа «Совета дополнительного образования» как раз будет направлена на решение тех проблем второго уровня, что были выявлены в предыдущей главе (на рисунке 8).

С нашей точки зрения, наиболее значимыми проблемами в области разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ СОШ №3 г. Ужур является проблема с кадрами, а именно отсутствие кадров, способных реализовать потребности целевой аудитории в дополнительных образовательных услугах и слабая мотивированность имеющихся кадров на оказания дополнительных образовательных услуг.

Так, недостаточную материально-техническую базу, с нашей точки зрения, возможно поправить за счет разработанной в новом учебном году обширной грантовой программы. В частности, в настоящее время Министерство образования и науки Российской Федерации проводит конкурсный отбор на предоставление в 2018 году грантов в форме субсидий из федерального бюджета юридическим лицам в целях обеспечения реализации мероприятия «Субсидии на реализацию пилотных проектов по обновлению содержания и технологий дополнительного образования по приоритетным направлениям» приоритетного проекта «Доступное дополнительное образование для детей» направления (подпрограммы) «Развитие дополнительного образования детей и реализация мероприятий молодежной политики» государственной программы Российской Федерации «Развитие образования». Об этом, в частности, представлена подробная информация на сайте Министерства образования и науки Российской Федерации.

Также, благодаря системе социальных сетей, большая доля

пользователей которых – школьники, возможно организовать активную систему продвижения дополнительных образовательных услуг школы с минимальными для этого финансовыми затратами, о чем будет отмечено ниже.

Однако для реализации данных мероприятий важны в первую очередь кадры. И в сложившихся условиях, на наш взгляд, наиболее действенным способом привлечения педагогов школы к работе над системой дополнительного образования является грамотно разработанная система мотивации сотрудников. При этом она должна быть ориентирована не только на привлечение внимания педагогов к дополнительному образованию, но и на работу в школе в целом. Грамотно разработанная система мотивации поможет педагогам в повышении удовлетворенности от работы, а также снизит возможность появления синдрома эмоционального выгорания, как следствие, у них появится потенциал и желание работать в области дополнительного образования на базе школы.

Нельзя отрицать тот факт, что учителей необходимо мотивировать экономическими способами. Ведь любая работа, помимо ощущения своей значимости и полезности обществу, должна давать человеку средства к существованию. Поэтому кроме основного оклада педагога можно мотивировать различными способами.

В частности, среди наиболее целесообразных способов материального стимулирования в МБОУ «Ужурская СОШ №3» можно отметить следующие:

- премии по итогам работы или определенного периода (учебной четверти, года) за особый вклад в образовательный процесс (разработку собственной методики преподавания, внедрение нетрадиционных средств преподавания урока и т.д.). Особенно здесь следует отметить работу в системе дополнительного образования;

- бесплатные путевки в санаторий или дом отдыха для педагога или его детей;

- различные виды страхования;
- медицинский осмотр и другие медицинские услуги (например, стоматологического кабинета);
- оплата бассейна или тренажерного зала (этот метод будет полезен сотрудникам в качестве эмоциональной разгрузки и профилактики эмоционального выгорания, а также поможет в поддержании своего физического здоровья. Посещая бассейн или тренажерный зал, педагоги показывают положительный пример своим ученикам. Однако, как отмечают многие учителя, у них нет финансовой возможности регулярно посещать данные заведения, хотя есть желание и, как многие отметили, даже необходимость).

Также, к более долгосрочным и затратным способам поддержки, применять которые следует избирательно, отдавая себе отчет, что вряд ли когда представится возможность мотивировать сотрудника сильнее, можно предложить такие, как:

- регулярную оплату учебно-методической литературы за счет средств организации (что будет стимулировать сотрудников к повышению своей квалификации и профессионализма);
- оказание материальной помощи на лечение или для обучения в вузе.

Представленные мероприятия направлены на оптимизацию работы педагогов, на сплоченность коллектива, а также на создание эмоциональной привязанности к данной организации.

Материальное стимулирование, безусловно, играет важную роль в мотивации сотрудников, но его явно не достаточно. К тому же, в работе педагогического коллектива достаточно остро стоит проблема эмоционального выгорания и истощения, которую, на наш взгляд, нельзя решить исключительно методами материального стимулирования. В связи с этим, на основе проблем, имеющих у педагогов МБОУ «Ужурская СОШ №3» нами были разработаны следующие рекомендации, направленные на

совершенствование системы нематериальной мотивации сотрудников. Так, в частности, следует отметить, что поскольку большинство работающих в школе женщины, то они волей-неволей аккумулируют в себе все происшедшее за рабочий день и приносят в психологическое напряжение в свою семью. Поэтому очень важно уделить внимание решению проблемы психологической разгрузки, снятия напряжения, переводу ее в одну из систем развития персонала (для этого возможны такие мероприятия, как консультации профессиональных психологов, создание комнаты отдыха для учителей).

Отдельно хотелось бы отметить также рекомендацию, направленную именно на профилактику эмоционального выгорания педагогов. Для этого нами рекомендуется с помощью приглашенных профессиональных психологов раз в полгода проводить со всеми педагогами школы семинары, целью которых является профилактика эмоционального выгорания. В качестве основных тем семинаров можно отметить следующие:

- о постановке новых целей и задач для личностного роста;
- о приобретении новых профессиональных знаний и навыков эффективного педагогического общения;
- о развитии лидерских умений;
- об оптимизации режима и отдыха;
- о переоценке себя и своих достижений;
- о регулярном воссоздании позитивного восприятия жизни и эмоционального настроения;
- о преобразовании «стрессового» стиля жизни в «не стрессовый», накоплении ресурсов счастья.

Таким образом, планируется, что предложенная система мероприятий в области материального и морального стимулирования педагогов МБОУ «Ужурская СОШ №3» поможет, во-первых привлечь новые кадры к работе в школе, во-вторых, повысит инициативность педагогов в вопросах

организации дополнительных образовательных услуг.

На основе всего вышеобозначенного, представим направления совершенствования управлением системы дополнительных образовательных услуг в МБОУ СОШ №3 г. Ужур (рисунок 10).



Рис.10. Направления совершенствования управлением системы дополнительных образовательных услуг в МБОУ СОШ №3 г. Ужур

Так как наша работа заключается не только в разработке, но и в продвижении дополнительных образовательных услуг в МБОУ СОШ №3 г. Ужур, считаем целесообразным несколько подробнее остановиться на данном мероприятии. Выше уже было отмечено, что в настоящее время среди школьников весьма распространена практика активного общения в социальных сетях. В частности, как показал проведенный нами опрос, абсолютно все опрошенные школьники имеют аккаунт в социальной сети «ВКонтакте», 198 человек из 246-ти (80,48%) зарегистрированы также в «Одноклассниках», 78 человек (31,7%) – в «Facebook» (рисунок 11).

При этом активно пользуются социальной сетью опрошенные

школьники приблизительно 4-6 часов с сутки.

Таким образом, с нашей точки зрения, наиболее целесообразно в этой связи для разработки и продвижения дополнительных услуг школы задействовать именно социальные сети, в частности, «ВКонтакте».

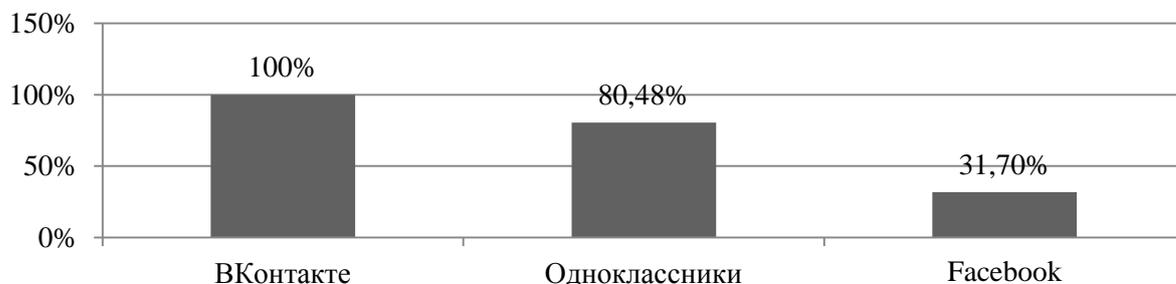


Рис. 11. Распределение опрошенных школьников МБОУ «Ужурская СОШ №3» по наличию аккаунта в социальной сети, %

Платформа сети предлагает не только создавать страницы или группы, но также и рекламировать их, ориентируясь исключительно на целевую аудиторию, проводить различные, как анонимные, так и открытые опросы (что, в частности, поможет узнать предпочтения детей относительно дополнительных образовательных услуг). Также, помимо «ВКонтакте» целесообразно использовать и другие социальные сети – «Одноклассники», «Инстаграмм», «Facebook».

На рисунке 12 представлена последовательность предлагаемых мероприятий в области продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ СОШ №3 г. Ужур.

Кроме того, абсолютно все опрошенные школьники отметили, что ни они, ни их родители газет не читают (поэтому продвижения в печатных СМИ нецелесообразно). Телевизор смотрит, при этом выборочно, лишь 78 человек (31,7%). Также важно отметить, что реклама на телевидении – достаточно дорогая (изготовление ролика обходится приблизительно в 50 тыс. руб.), прогон одного ролика по местному (краевому каналу) – 17 тыс.руб.

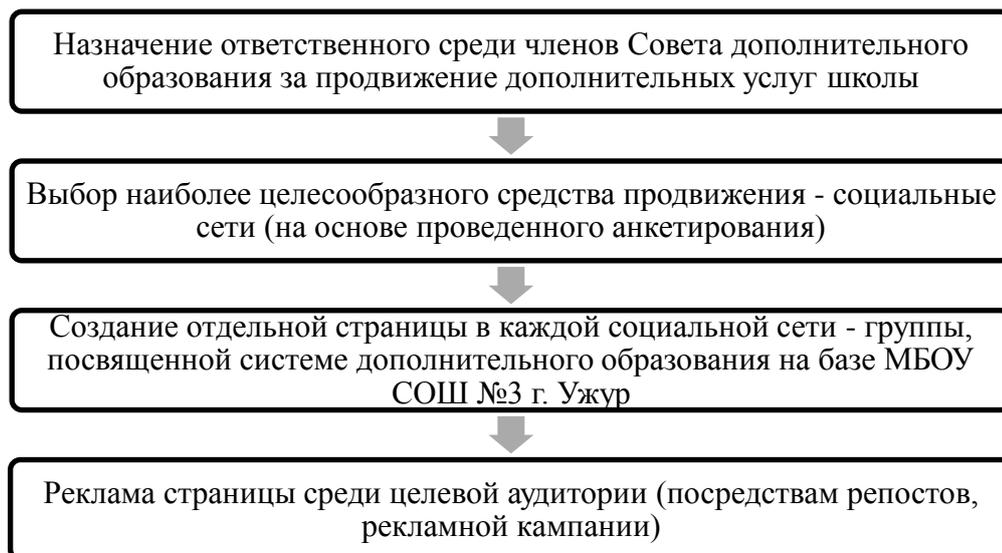


Рис.12. Последовательность предлагаемых мероприятий в области продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ СОШ №3 г. Ужур

Таким образом, задействование социальных сетей «поможет охватить как можно большую целевую аудиторию и информировать только потенциальных потребителей услуги.

По сравнению с другими средствами рекламы и информирования (доски объявлений, реклама на радио, реклама на ТВ) данный вид рекламы намного бюджетнее и действеннее, т.к. направлен на конкретную аудиторию и не требует никаких финансовых затрат.

В рамках следующего параграфа определим социально-экономическую эффективность предложенных мероприятий.

3.2. Определение социально-экономической эффективности от предложенных мероприятий

Эффективность представленных мероприятий в области разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ СОШ №3 г. Ужур заключается в следующем:

- во-первых, грамотно разработанная, в соответствии с требованиями и интересами детей, программа дополнительного образования позволит привлечь на дополнительные занятия не только учеников МБОУ СОШ №3, но и охватить всех детей города. Это, с одной стороны, поможет детям найти себя в интересном хобби, как следствие, отвлечься от праздного времяпровождения и, возможно, даже хулиганства. Кроме того, следует отметить, что достаточно часто профессиональное самоопределение детей и нахождения себя в какой-то деятельности как раз и начинается с занятий дополнительного образования (кружков по рисованию, инженерному конструированию, танцев и т.д.).

Кроме того, нами было проведено исследование среди жителей разных районов г. Ужур в возрасте от 10 до 15 лет (всего в исследовании приняло участие 100 детей), в рамках которого детям предлагалось ответить на вопрос: «Хотел бы ты заниматься в каком-нибудь кружке или секции?». Из 100 опрошенных положительно ответили на данный вопрос 87 человек (87%), и только 5 человек (5%) такого желания не высказали, и 8 человек (8%) затруднились с ответом (рисунок 13).



Рис. 13. Сегментация ответов респондентов на вопрос: «Хотел бы ты заниматься в каком-нибудь кружке или секции?», %

Таким образом, как мы видим, абсолютное большинство детей хотели бы реализовать себя в кружках дополнительного образования, и разработанная программа вполне даст им такую возможность.

- во-вторых, реализация программы дополнительного образования – это также и возможность педагогам школы отойти от занятий, предусмотренных учебным планом, и реализовать себя в дополнительной образовательной деятельности. При этом, с нашей точки зрения, педагогу-куратору некоторых направлений, совершенно не обязательно быть в них профессионалом, будет даже интереснее, если он вместе с детьми по самоучителям и вебинарам будет осваивать какие-то новые для себя умения. Так, например, учитель рисования вместе с детьми может осваивать возможности тестопластики и лепки из полимерной глины. Имея знания в области изобразительного искусства, он, без труда сможет справиться с ними, даже если был раньше не знаком. Учитель информатики может вместе с учениками осваивать программы 3D-моделирования, учитель труда – конструирование. С нашей точки зрения, освоение тех или иных навыков педагогов вместе с детьми ставит их в равные условия и даже задает некий соревновательный момент, что, безусловно, должно положительным образом сказаться на освоении предложенного в рамках того или иного кружка навыка. Таким образом, главное, что требуется в данных кружках от педагогов – это организовать ребят и, что немаловажно, собственным примером заинтересовать и увлечь их тем, на что направлен кружок.

Безусловно, что данный вид работы возможен далеко не во всех направлениях. Во многих из них педагог должен обладать высокой компетенцией в той области, в которой представлена дополнительная услуга (например, боевыми искусствами, танцами, умением шить и т.д.)

Кроме того, как было отмечено в пункте 2.2, 57,14% педагогов МБОУ СОШ №3 г. Ужур согласны на проведение дополнительных занятий при условии разработанной программы материальной и нематериальной мотивации. Таким образом, внедрение программы дополнительного образования также даст толчок к разработке программы мотивации педагогов не только на работу в области дополнительного образования, но и в рамках всей работы в школе. Говоря о мотивации, следует также сказать, что все

дополненные услуги, которые в настоящий момент предлагаются МБОУ СОШ №3 г. Ужур, являются платными. Соответственно, материальная мотивация педагогов будет обусловлена следующим: чем более интересным будет та или иная услуга в области дополнительного образования, тем больше ребят будет в ней заинтересовано. Чем больше ребят будет в ней заинтересовано, тем больше школа подучит доход от данной дополнительной услуги. Следовательно, чем больше доход получит школа, тем больше гонорар за ее проведение получит сам учитель. Таким образом, сами учителя заинтересованы в том, чтобы проводимые ими дополненные услуги были востребованы детьми и нравились им. Тогда своими ощущениями от посещения кружка они будут делиться со сверстниками, привлекая новых ребят.

Примечательно, что после ознакомления педагогов с разработанной в рамках третьей главы системой дополнительного образования для МБОУ СОШ №3 г. Ужур уже 85,71% отметили, что с удовольствием взяли бы на себя дополнительную нагрузку в форме дополнительных образовательных услуг (рисунок 14).

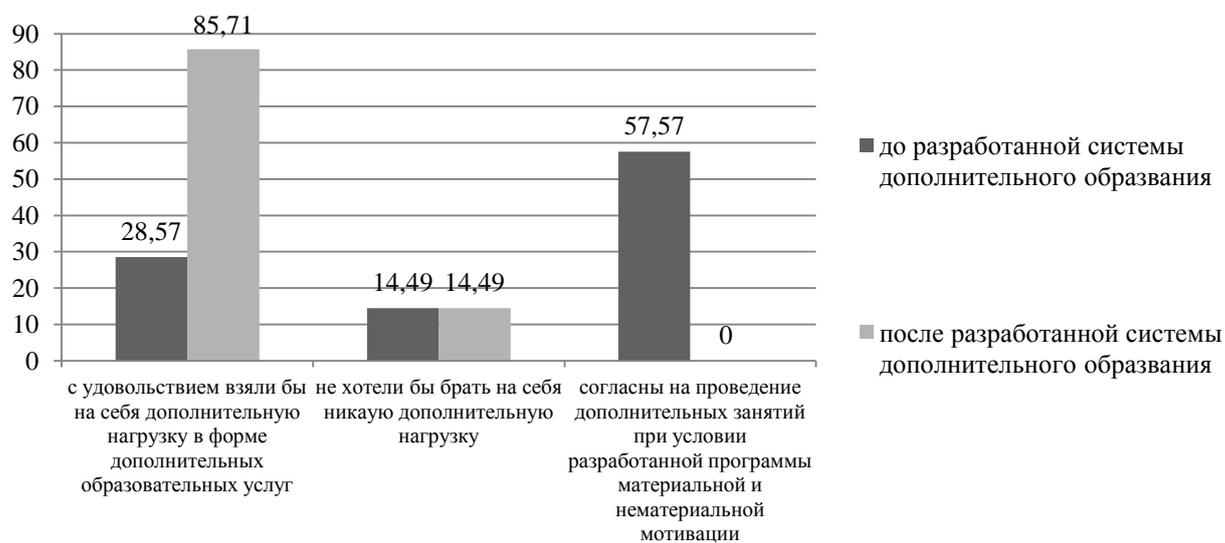


Рис.14. Распределение педагогов относительно их готовности к проведению дополнительных образовательных услуг до и после разработанной программы, %

- в-третьих, за счет грамотно выстроенной системы дополнительного

образования, предлагающей ученикам те направления, которые для них наиболее интересны, будет повышен образовательный уровень учащийся, как следствие рейтинг образовательной организации среди других школ города.

Наконец, важно отметить, что предложенные мероприятия будут иметь не только определенный социальный эффект для юных жителей г. Ужур и педагогов МБОУ СОШ №3 г. Ужур, но и будут связаны также с получением определенной финансовой выгоды. При этом следует отметить, что никаких дополнительных затрат ни организация, ни продвижения дополнительных затрат не создадут. Вся программа организации системы дополнительных услуг и ее продвижения будет реализована Советом дополнительного образования. Материальная мотивация – за счет доходов от реализованных дополнительных услуг, а обновление и организация материальной базы – за счет спонсоров и за счет доходов от услуг.

Так планируется, что в систему дополнительных образовательных услуг войдет организация примерно 7 кружков разной направленности. Планируется, что посещать данные кружки будут 15 человек. При этом цена ежемесячного абонемента (при цене одного занятия 200 рублей и посещении 8 раз в месяц) составит 1,6 тыс. рублей. Таким образом, общая сумма доходов в месяц составит 168 тыс. рублей в месяц. Соответственно, в год данная сумма составит 2016 тыс. руб.

Следовательно, можно говорить о достаточно высокой доходности данных мероприятий и об их экономической эффективности.

При этом следует отметить, что нами определено минимально возможное (с учетом особенностей организации и его преподавательского состава) количество кружков и средний объем наполняемости (15 человек). Возможно, что для некоторых дополнительных занятий эта цифра будет немного больше (например, спортивный зал школы может вместить в себя порядка 30 человек на занятия йогой, боевыми искусствами, танцами, аэробикой и т.д.), для каких-то – меньше (например, лицензионное

программное обеспечение по 3D-моделированию – достаточно дорогое, кроме того, может быть поставлено только на 10 школьных компьютеров (самых мощных, способных дать возможность данным программам работать стабильно, без перебоев)).

Кроме того, возможно также, что цена на занятия также будет варьироваться. Кроме того, возможны дополнительные расходы на покупку расходных материалов (например, сырьё при изготовлении изделий из соленого теста).

Тем не менее, общие расчеты показывают, что разработка программы дополнительного образования, интересной и востребованной детьми и педагогами, будет иметь положительный экономический эффект.

Таким образом, можно констатировать целесообразность и значимость предложенных мероприятий как для школы, так и для ее учителей и для ребят – посетителей кружков (рисунок 15).

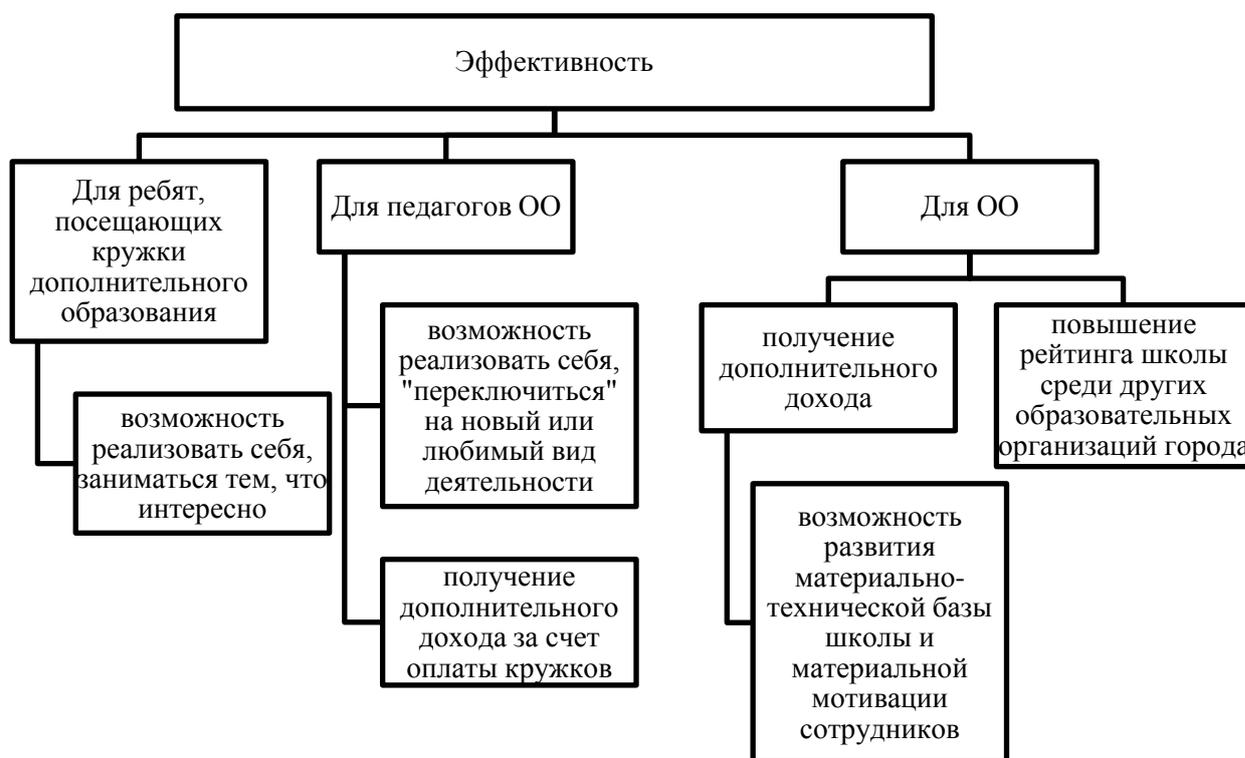


Рис. 15. Социально-экономическая эффективность от предложенных мероприятий

Исходя из всего вышесказанного, среди наиболее действенных

рекомендаций, направленных на оптимизацию формирования системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ СОШ №3 г. Ужур считаем целесообразным отметить следующие:

Организация «Совета дополнительного образования», в чью компетенцию бы входило решение следующих вопросов:

- изучение потребностей со стороны школьников в дополнительных образовательных услугах;

- поиск педагогических кадров, способных удовлетворить имеющиеся потребности;

- поиск возможностей материального обеспечения дополнительных образовательных услуг (например, получение грантов, поиск спонсоров, организация платных дополнительных образовательных услуг);

- работа в области продвижения предлагаемых дополнительных образовательных услуг (поиск и разработка наиболее целесообразной системы продвижения);

- разработка системы мотивации педагогов на организацию дополнительных образовательных услуг.

Разработка и внедрение системы материального и морального стимулирования педагогов школы, как следствие, появление у них потенциала и желания работать в области дополнительного образования.

Разработка системы продвижения дополнительных образовательных услуг школы посредством социальной сети ВКонтакте.

Эффективность представленных мероприятий в области разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ СОШ №3 г. Ужур заключается в следующем:

- во-первых, грамотно разработанная, в соответствии с требованиями и интересами детей, программа дополнительного образования позволит привлечь на дополнительные занятия не только учеников МБОУ СОШ №3, но и охватить всех детей города. Это, с одной стороны, поможет детям найти

себя в интересном хобби, как следствие, отвлекаясь от праздного времяпровождения и, возможно, даже хулиганства;

- во-вторых, реализация программы дополнительного образования – это также и возможность педагогам школы отойти от занятий, предусмотренных учебным планом, и реализовать себя в дополнительной образовательной деятельности. Кроме того, работа в сфере дополнительных образовательных услуг для педагогов – это также дополнительная материальная мотивация;

- в-третьих, предложенные мероприятия будут способствовать повышению рейтинга школы среди других образовательных организаций города;

- в-четвертых, по предварительным подсчетам, дополнительные услуги, предоставляемые МБОУ СОШ №3 г. Ужур, позволят школе получать ежемесячный доход в сумме 168 тыс. рублей. Соответственно, в год данная сумма составит 2016 тыс. руб. (при организации 7 кружков наполняемостью примерно по 15 человек и цене услуг – 1,6 тыс. рублей в месяц с человека (при посещении 2 раза в неделю занятий и цене занятий – 200 рублей)).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, проведенное в рамках написания настоящей диссертационной работы исследование позволило нами прийти к следующим выводам.

Согласно Положением о платных дополнительных образовательных услугах, в настоящее время перед дополнительными образовательными услугами МБОУ «Ужурская СОШ №3» поставлены следующие задачи:

- развитие мотивации личности к познанию и творчеству;
- обеспечение эмоционального благополучия ребенка;
- приобщение обучающихся к общечеловеческим ценностям;
- профилактика асоциального поведения, адресное сопровождение детей «группы риска»;
- создание условий для социального, культурного и профессионального самоопределения, творческой самореализации личности ребенка, ее интеграция в систему мировой и отечественной культур;
- интеллектуальное и духовное развитие личности ребенка;
- укрепление физического и психического здоровья.

Поставленные задачи решались путем составления специальных модифицированных программ в 2017 – 2018 учебном году.

Сеть дополнительного образования в 2017 – 2018 учебном году была определена следующими направлениями:

- художественно-эстетическое: вокально-хоровая студия «Глория», «Азбука шитья», «Литературная гостиная», «Красочный мир»;
- научно-техническое: дистанционная математическая школа;
- физкультурно-спортивное: каратэ-до, волейбол, баскетбол;
- социально-педагогическое: пресс-центр «Минуточку».

Несмотря на достаточный уровень сформированности дополнительных образовательных услуг, реализуемых на базе МБОУ СОШ №3 г. Ужур имеют

место определенные проблемы в области сформированности и продвижения данных видов услуг, в частности:

- отсутствие потребности в имеющихся дополнительных образовательных услугах со стороны самих школьников: в сферу интересов опрошенных практически не всходят те дополнительные услуги, что предлагаются на базе анализируемого образовательного учреждения. Отсюда вполне закономерно вытекает проблема слабой загруженности предлагаемых секций;

- отсутствие необходимых кадров для предоставления дополнительных образовательных услуг, а также слабая мотивированность на организацию дополнительных услуги и загруженность преподавательского состава, отсутствие инициативности педагогов в вопросах организации дополнительных образовательных услуг;

- недостаточная материально-техническая база для реализации наиболее востребованных дополнительных образовательных услуг;

- недостаточная работа в области продвижения предлагаемых школой дополнительных образовательных услуг;

- загруженность директора, как следствие, удаление недостаточного внимания вопросам дополнительного образования.

Среди наиболее действенных рекомендаций, направленных на оптимизацию формирования системы разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ СОШ №3 г. Ужур считаем целесообразным отметить следующие:

Организация «Совета дополнительного образования», в чью компетенцию бы входило решение следующих вопросов:

- изучение потребностей со стороны школьников в дополнительных образовательных услугах;

- поиск педагогических кадров, способных удовлетворить имеющиеся потребности;

- поиск возможностей материального обеспечения дополнительных образовательных услуг (например, получение грантов, поиск спонсоров, организация платных дополнительных образовательных услуг);

- работа в области продвижения предлагаемых дополнительных образовательных услуг (поиск и разработка наиболее целесообразной системы продвижения);

- разработка системы мотивации педагогов на организацию дополнительных образовательных услуг.

Разработка и внедрение системы материального и морального стимулирования педагогов школы, как следствие, появление у них потенциала и желания работать в области дополнительного образования.

Разработка системы продвижения дополнительных образовательных услуг школы посредством социальной сети ВКонтакте.

Эффективность представленных мероприятий в области разработки и продвижения дополнительных образовательных услуг в МБОУ СОШ №3 г. Ужур заключается в следующем:

- во-первых, грамотно разработанная, в соответствии с требованиями и интересами детей, программа дополнительного образования позволит привлечь на дополнительные занятия не только учеников МБОУ СОШ №3, но и охватить всех детей города. Это, с одной стороны, поможет детям найти себя в интересном хобби, как следствие, отвлечься от праздного времяпровождения и, возможно, даже хулиганства;

- во-вторых, реализация программы дополнительного образования – это также и возможность педагогам школы отойти от занятий, предусмотренных учебным планом, и реализовать себя в дополнительной образовательной деятельности. Кроме того, работа в сфере дополнительных образовательных услуг для педагогов – это также дополнительная материальная мотивация;

- в-третьих, предложенные мероприятия будут способствовать

повышению рейтинга школы среди других образовательных организаций города;

- в-четвертых, по предварительным подсчетам, дополнительные услуги, предоставляемые МБОУ СОШ №3 г. Ужур, позволят школе получать ежемесячный доход в сумме 168 тыс. рублей. Соответственно, в год данная сумма составит 2016 тыс. руб. (при организации 7 кружков наполняемостью примерно по 15 человек и цене услуг – 1,6 тыс. рублей в месяц с человека (при посещении 2 раза в неделю занятий и цене занятий – 200 рублей)).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 27.06.2018) «Об образовании в Российской Федерации» // Справочно-поисковая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Абдулкеримов, И.З. Факторы и условия развития интеграционных процессов на рынке образовательных услуг [Текст] / И.З. Абдулкеримов // Региональные проблемы преобразования экономики. - 2011. - № 2 (28). - С. 286-292.
3. Абчук, В.А. Менеджмент для педагогических специальностей [Текст] / В.А. Абчук, А.П. Панфилова. - М.: Академия, 2017. – 208 с.
4. Авсянников, Н.М. Маркетинг в образовании [Текст] / Н.М. Авсянников. - М.: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2016. - 631 с.
5. Алексеев, В.М. Конституционные принципы получения образования [Текст] / В.М. Алексеев // Политика, государство и право. - 2016. - № 7 (55). - С. 9-12.
6. Алексеев В.М. Формальные различия получения основного и дополнительного образования [Текст] / В.М. Алексеев // Символ науки. - 2016. - № 11-2 (23). - С. 84-86.
7. Алексеев, Д.И. Менеджмент качества и качество менеджмента - европейский опыт [Текст] / Д.И.Алексеев, К.М.Рахлин // Все о качестве. Зарубежный опыт. Искусство управлять. - 2014. - №2. - С. 3-27.
8. Алексеева, М.С. Анахронизмы высшего и дополнительного профессионального образования [Текст] / М.С. Алексеева // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. - 2016. - № 9-1. - С. 175-177.
9. Алешина, И.В. Маркетинг для менеджеров [Текст] / И. В. Алешина. - М.: Изд-во: ФАИР-ПРЕСС 2003. - 456 с.

10. Андреев, С.Н. Маркетинг в некоммерческой сфере: теоретический аспект [Текст]/ С. Н. Андреев // Маркетинг в России и за рубежом. - 2017.- № 4.-С. 105-108.

11. Анисовец, Т.А. Экономика образования и образовательного учреждения: учебно-методическое пособие (компендиум) [Текст] / Т.А. Анисовец. - СПб.: НИУ ВШЭ, 2012. - 180 с.

12. Антаев Ж.Т. Менеджмент в системе образования. Учебно-методическое пособие [Текст] / Ж.Т. Антаев, Ж.Н. Жумабаева. – Костанай: КГПИ, 2017. - 98 с.

13. Арасланов, Т.Н. Маркетинг услуг: уточнение некоторых понятий с экономической точки зрения [Текст] / Т. Н. Арасланов // Маркетинг в России и за рубежом. - 2014. - № 2. -С 105-108.

14. Артыкбаева, С.Ж. Сущность и особенности маркетинга в сфере образования (Обзор литературы) [Текст] / С.Ж. Артыкбаева // Проблемы и перспективы развития образования: материалы VIII Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2016 г.). - Краснодар: Новация, 2016. - С. 43-47.

15. Балыхин, Г.А. Управление развитием образования: организационно-экономический аспект [Текст] / Г.А. Балыхина. - М.: Экономика, 2013. - 42 с.

16. Банслова, В.Б. Особенности образовательных услуг как процесса и анализ мотивации потребителей на рынке образовательных услуг [Текст] / В.Б. Банслова. - СПб.: ИПК СПбГИЭА, 2009. - 213 с.

17. Баталова, О.С. Специфика маркетинговых коммуникаций на рынке образовательных услуг [Текст] / О. С. Баталова // Экономическая наука и практика: материалы междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2012 г.). - Чита: Издательство Молодой ученый, 2012. - С. 110-114.

18. Баталова, О.С. Специфика образовательной услуги как основа маркетинговой политики вуза [Текст] / О.С. Баталова. - М.: РИОР, 2011. - С. 7-12.

19. Батышев, С.Я. Профессиональная педагогика. Учебник для студентов, обучающихся по педагогическим специальностям и направлениям [Текст] / С.Я. Батышев. - М.: Ассоциация «Профессиональное образование», 1997. - 512 с.
20. Беденко, Н.Н. Региональный рынок образовательных услуг: отдельные проблемы [Текст] / Н.Н. Беденко // Креативная экономика. - 2011. - № 7 (55). - С. 99-104.
21. Бельских, И.Е. Экономические реалии образования [Текст] / И.Е. Бельских, О.Е. Бельских // ЭКО. - 2016. - №1. - С.157-159.
22. Березина, В.А. Дополнительное образование детей в современных условиях [Текст] / В.А. Березина // Нормативные документы образовательного учреждения. - 2012. - № 3. - С. 17-19.
23. Березина, В.Ф. Развитие дополнительного образования детей в системе российского образования [Текст]: Учебно-метод. пособие / В.Ф. Березина. – М.: АНО «Диалог культур», 2007. – 512с.
24. Блиновских, А.С. Маркетинг образовательных услуг [Текст] / А.С. Блиновских, Н.Е. Эрганова - Екатеринбург: УРГППУ, 2018. - 121 с.
25. Богачков, Ю.Н. Маркетинг и менеджмент в образовании [Текст] / Ю.Н. Богачко // Образовательные технологии. - 2014. - № 2. - С. 66-79.
26. Богданова, Э. Н. Эффективность развития рынка образовательных услуг [Текст] / Э.Н. Богданова // Управление экономическими системами. - 2012. - № 6. – С.22-26.
27. Болотов, В.А. Компетентностная модель: от идеи к образовательной программе [Текст] / В.А. Болотов // Педагогика. - 2013. - №10. - С. 8-14.
28. Большакова, З.М. (отв. ред.) Актуальные проблемы образовательного менеджмента. Коллективная монография [Текст] / З.М. Большакова. - Челябинск: Цицеро, 2017. - 144 с.
29. Борисова, Н. Российское образование в системе рыночных

отношений [Текст] / Н.Борисова // Труды российских ученых.- 2008.- №3. - С.7-11.

30. Буйлова, Л.Н. Общее и особенное в соотношении понятий «дополнительное образование детей» и «внеурочная деятельность» [Текст] / Л.Н. Буйлова // Молодой ученый. - 2015. - №23. - С. 930-937.

31. Бурцева, Т.А. Управление маркетингом [Текст] / Т.А. Бурцева, В.С. Сизов О.А. Цень. - М.: Экономистъ, 2015. - 223 с.

32. Бухарова, Г. Д. Маркетинг в образовании [Текст] / Г.Д. Бухарова, Л.Д. Старикова. - М.: Academia, 2010. - 208 с.

33. Вагина, Л.А. Педагогические советы: актуальные проблемы школы, современные педагогические технологии [Текст] / Л.А. Вагина. - Вып.2 - Волгоград: Учитель, 2017. – С.12.

34. Вайсблад, Б.И. Анализ и управление эффективностью бизнеса образовательных услуг [Текст] / Б.И. Вайсблад, И.Б. Удалова // Современные проблемы науки, образования и производства. Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции 19.04.2008 Университет Российской академии образования, Нижегородский филиал. – Нижний Новгород, 2008. – С. 126-127.

35. Валиев, Ш.З. Управление образовательным комплексом непрерывного профессионального образования [Текст] / Ш.З. Валиев. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2017. - С. 39-41.

36. Ванькина, И.В. Маркетинг образования [Текст] / И. В. Ванькина. - М.: Университетская книга, 2011. - 395 с.

37. Ванькина, И.В. Маркетинг образования [Текст]: учебное пособие / И.В. Ванькина, А.П. Егоршин, В.И. Кучеренко. - М.: Университетская книга; Логос, 2017. – 336 с.

38. Верба, И.А. Внешкольная работа [Текст] / И. А. Верба // Дополнительное образование. - 2011. - № 7. - С.8.

39. Вербицкая, Н.О. Стратегическое управление образовательным

учреждением [Текст] / Н.О. Вербицкая, Ю.С. Бродский, Е.В. Крупнова - Екатеринбург: Изд-во Дом Учителя, 2016. - 138 с.

40. Вершинин, С.И. Управление проектами в образовании [Текст] / С.И. Вершинин. - М.: Центр новых технологий, 2017. - 39 с.

41. Виханский, О.С. Менеджмент [Текст] / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - М.: Экономист, 2013. - 528 с.

42. Ганаева, Е.А. Маркетинг дополнительного образования [Текст]: учебно-методическое пособие / Е.А. Ганаева. - М.: Издательство МГОУ, 2014. – 118 с.

43. Геворкян, Е.Н. Рынок образовательных ресурсов: аспекты модернизации [Текст] / Е.Н. Геворкян. - М.: Маркет ДС, 2012. - 112 с.

44. Глоссарий (к проекту федерального закона «Об образовании в Российской Федерации») [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pandia.ru/text/79/221/72760.php>

45. Голодок, Д.А. Особенности и функции методического обеспечения деятельности учреждения дополнительного образования [Текст] / Д.А. Голодок // Инновационная наука. - 2016. - № 11-2. - С. 163- 166.

46. Гончаров, М.А. Основы менеджмента в образовании [Текст] / М.А. Гончарова. - М.: КноРус, 2018. - 481 с.

47. Горский, В.А. Педагогические принципы развития системы дополнительного образования детей [Текст] / В.А. Горский, А.Я. Журкина // Дополнительное образование. - 2017. - № 2. - С. 6 - 11.

48. Григораш, В.В. Образовательный маркетинг - новая функция управления учебным заведением [Текст] / В.В. Григораш // Все для администратора школы. – 2014. - № 4. - С. 7- 30.

49. Губина, О.Н. Современные низкзатратные интернет-технологии продвижения образовательных услуг [Текст] / О.Н. Губина // Сервис plus – 2015. - №1 (33). – С.26-29.

50. Гузеев, В. В. Планирование результатов образования и

образовательная технология [Текст]: учеб. пособие для вузов / В. В. Гузеев. - 4 - е изд., спр. и доп. - М. : Народное образование, 2009. - 268 с.

51. Гусаров, В.И. Государственно-общественное образование [Текст] / В.И. Гусаров. - Самара: Изд-во НТЦ, 2016. - 420 с.

52. Гусарова, Е.Н. Современные педагогические технологии [Текст] / Е.Н. Гусарова. - М.: АПК и ПРО, 2014. – 223 с.

53. Данилов, Н.В. Природа образовательной услуги [Текст] / Н.В. Данилов // Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики. - 2012. - №7. – С.18-23.

54. Долятовский, В.А. Стратегическое планирование деятельности вуза на рынке образовательных услуг [Текст] / В.А. Долятовский, О.А. Мазур. - Ростов-на-Дону: РГЭУНИЭУП, 2016. - С. 21-26.

55. Дополнительное образование В 2 ч. Ч. 1. сборник нормативных документов (2009-2012) [Текст] / В. А. Березина. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 106 с.

56. Дополнительное образование детей [Текст]: учеб. пособие / под ред. О. Е. Куркина. - М.: ВЛАДОС, 2018. - 256 с.

57. Дополнительное образование: опыт и перспективы развития [Текст]: учеб. пособие / под ред. С. В. Сальцевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 135 с.

58. Евладова, Е. Б. Дополнительное образование детей [Текст]: учеб. пособие для вузов / Е. Б. Евладова. - М.: ВЛАДОС, 2018. - 352 с.

59. Ермолович, М.М. Менеджмент системы образования. Курс лекций [Текст] / М.М. Ермолович. - Минск: БГУ, 2018. - 61 с.

60. Ефимов, К. PR в системе дополнительного образования [Текст] / К. Ефимов // Дополнительное образование. - 2015. - №5. - С. 8-11.

61. Завалько, Н.А. Проблемы маркетинга образования в аспекте продвижения образовательных услуг [Текст] / Н.А. Завалько // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». - 2016. - №3. - С. 119-123.

62. Затепакин, О.А. Экономическая природа образовательного продукта [Текст] / О.А. Затепакин // Экономика эффективность организации производства: сборник мат-лов VIII Междунар. науч.-техн. конф. - Брянск: Брянская государственная инженерно-технологическая академия, 2018. – С.328-330.

63. Захарова, И.В. Маркетинг образовательных услуг [Текст] / И.В. Захарова. - Ульяновск: УлГТУ, 2008. - 170 с.

64. Захарова, И.В. Образовательные услуги в России: проблемы качества и сбыта [Текст] / И.В. Захарова // Стратегия качества в промышленности и образовании. Материалы III Международной конференции 1-8.06 2017 г. – Варна, Болгария. - Том 2. - 2017. - С.140-142.

65. Захарова, И.В. Тенденции рынка образовательных услуг России [Текст] / И.В. Захарова // Современные проблемы науки, образования и производства. Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции 19.04.2018 / Университет Российской академии образования, Нижегородский филиал. – Нижний Новгород, 2018. – С.72-76.

66. Захарова, И.В. Экономические механизмы управления качеством в образовании [Текст] / И.В. Захарова // Стратегия качества в промышленности и образовании. Материалы IV Международной конференции. – Т.1. – 2018. – Варна, Болгария. – С.221-224.

67. Интеграция общего и дополнительного образования [Текст]: практическое пособие / Под. ред. Е.Б. Евладовой, А.В. Зюютаревой, С.А.Паладьева. - М.: АРКТИ, 2016. - 296 с.

68. Ипатов, Ю.М. Состояние рынка образовательных услуг в современной России (экономический аспект) [Текст] / Ю.М. Ипатов // Человек и образование. - 2010. - №4. - С. 39-43.

69. Каверина, Е.А. Организация рекламной деятельности вуза [Текст]: учебное пособие / Е.А. Каверина. – СПб.: ООО «Книжный Дом», 2017. – 184 с.

70. Как продвигать образовательные услуги? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wiseeconomist.ru/poleznoe/4640-prodvgat-obrazovatelnye-uslugi>
71. Калышенко, В.Н. Основы маркетинга услуг [Текст]: учеб. пособие / В.Н. Калышенко. – Самара: Изд. СГЭА, 2015. – 92 с.
72. Калюжнова, Н.Я. Маркетинг: общий курс [Текст] / Н.Я. Калюжнова. - М.: Омега-Л, 2016. - 476 с.
73. Каменский, А. М. Программа развития образовательного учреждения: новые подходы к составлению и реализации. [Текст] / А.М. Каменский // Завуч. - 2016. - № 6. - С. 73.
74. Капитонова, Т.А. Менеджмент в образовании [Текст] / Т.А. Капитонова, С.В. Лебедева. - Саратов: УЦ «Новые технологии в образовании», 2017. - 124 с.
75. Ковалева, Н.В. Спрос и предложение на рынке дополнительного профессионального образования [Текст] / Н.В. Ковалева, Д.Р. Бородина, Л.Э. Ковалева // Дополнительное профессиональное образование в стране и в мире. - 2013. - №6(6). – С.42-48.
76. Козырьков, Р.В. К вопросу о специфике экономических отношений на рынке образовательных услуг [Текст] / Р.В. Козырьков // Проблемы современной экономики. - 2011. - №2. - С.23-25.
77. Король, А.Н. Образовательные услуги военного вуза: сущность, классификация, особенности [Текст] / А.Н. Король, Г.В. Ампилогов // Вестник Тихоокеанского государственного университета. - 2012. - № 1. - С. 159-166.
78. Коротков, Э.М. Управление качеством образования [Текст]: учебное пособие для вузов / Э.М. Коротков - М.: Академический Проект: Мир, 2016. - 320 с.
79. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст]/ Ф. Котлер, Г. Армстронг - М.: Экзамен, 2003. -- 1200 с.

80. Кошкарева, Н.В. Мониторинг сети процессов системы менеджмента качества образовательной организации: монография [Текст] / Н.В. Кошкарева. – Красноярск: Изд-во Сиб. гос. технолог. ун-та, 2016. – 120 с.

81. Ксенофонтова, О.Л. Специфика образовательных услуг: маркетинговый аспект [Текст] / О.Л. Ксенофонтова // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. - 2016. - № 2. - С. 45-49.

82. Куревина, О.А. Концепция образования: современный взгляд [Текст] / О.А.Куревина, Л.Г. Петерсон. - М.: АПКИПРО, 2014. -136 с.

83. Куркин Е. Б. Управление образованием в условиях рынка [Текст]: учеб. пособие / Е. Б. Куркина. - 3 - е изд., испр. и доп. - М. : Новая школа, 2007. - 153 с.

84. Ларионова, Д.С. Специфика PR-технологий в образовательной сфере [Текст] / Д.С. Ларионова. – М.: Наука, 2015. - 98 с.

85. Лашкова, Е.Г. Организация и проведение коммуникационных кампаний [Текст]: учебник для студ. учреждений высш. проф / Е.Г. Лашкова, А.И. Куценко. –М.: Академия, 2014. - 272 с.

86. Лебедев, Ю.Д. Дополнительное образование [Текст]: учеб. пособие / Ю.Д. Лебедев. 3 - е изд., испр. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 204 с.

87. Лебедева, С.С., Маневцова Л. М. Проблемы управления инновационным дошкольным образовательным учреждением в условиях социального партнерства [Текст] / С.С. Лебедева, Л.М. Маневцова. - СПб.: ДЕТСТВО-ПРЕСС, 2016. - 96 с.

88. Левчук, О.В. Особенности продвижения образовательных услуг [Электронный ресурс] / О.В. Левчук. – Режим доступа: <https://nsportal.ru/shkola/raznoe/library/2013/12/08/osobennosti-prodvizheniya-obrazovatelnykh-uslug>

89. Лукашенко, М. «Конкуренция» на рынке образовательных услуг

[Текст] / М. Лукашенко // Высшее образование в России. - 2012. - № 9. - С.25-28.

90. Макарова, Л. П. Программа развития: опыт работы инновационного образовательного учреждения [Текст] / Л.П. Макарова, Е. Г. Гордияш - Волгоград: Учитель, 2018. - 266 с.

91. Малеин, В.М. Экономическая природа образовательной услуги как доверительного блага [Текст] / В.М. Малеин // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. - 2010. - № 2. - С. 67-72.

92. Малиновская, О.П. Перспективы платных образовательных услуг [Текст] / О.П. Малиновская // Народное образование. - 2012. - № 2. - С. 39-43.

93. Малыгина, Л.Б. Концепция развития дополнительного образования детей [Текст] / Л.Б. Малыгина // Дополнительное образование и воспитание. - 2011. - № 11. - С.7-15.

94. Мальцева, Т.И. Система управления персоналом образовательного учреждения [Текст] / Т.И. Мальцева// Проблемы и перспективы развития образования: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Пермь, май 2012 г.). - Пермь: Меркурий, 2016. - С. 43-44.

95. Мамонтов, С.А. Сфера образования как многоуровневая маркетинговая система [Текст] / С.А. Мамонтов // Маркетинг в России и за рубежом. - 2001. - № 2. - С. 12-15.

96. Маркетинг образовательных услуг [Текст]: учебное пособие / Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус, М.П. Соловейкина, Л.В. Чебыкина / Под ред. Н.А. Пашкус. - СПб.: ООО «Книжный Дом», 2017. - 112 с.

97. Мартюшева, Е.А. Пути повышения конкурентоспособности образовательного учреждения путем формирования и укрепления имиджа (на примере МБОУ «Средняя общеобразовательная школа №7») [Текст] / Е.А. Мартюшева // Актуальные проблемы экономики, права, образования: история и современность: материалы II Международной научно-практической конференции (Каменск-Уральский, март 2013): ч. III. -

Екатеринбург: Изд-во Уральского института экономики, управления и права, 2013. - С.321- 325.

98. Мацкевич, С.А. Менеджмент в системе образования. Теория и практика инновационной подготовки профессионалов [Текст] / С.А. Мацкевич. - Минск: И.П. Логвинов, 2011. - 260 с.

99. Менеджмент в образовании: управление образовательной организацией в условиях реализации ФГОС. Хрестоматия [Текст]. – М.: Финиум, 2015. - 34 с.

100. Менеджмент, маркетинг и экономика образования [Текст]: учебное пособие / под ред. А.П. Егоршина, Н.Д. Никандрова. - Н. Новгород: НИМБ, 2014. - 526 с.

101. Митина, А. Дополнительное образование в России (исторический аспект) [Текст] / А. Митина // Новые знания. - 2010. - №2. - С. 39-45.

102. Мозалевский, А.Г. Управление сферой образовательных услуг региона в рамках интеграционного подхода: автореф. дис. ... канд. экон. наук [Текст] / А.Г. Мозалевский. - Тольятти, 2009. – 213 с.

103. Морозов, Ю.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст]: учебник / Ю.В. Морозов / под ред. В.А. Алексунина. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 446 с.

104. Науменко, Ю.А. Разработка и реализация образовательной услуги [Текст] / Ю.А. Науменко // Молодой ученый. - 2013. - №5. - С. 748-752.

105. Николаева, Е.М. Формирование рынка образовательных услуг и его регулирование: автореф. дис. ... канд. экон. наук [Текст] / Е.М. Николаева. М., 2006. – 112 с.

106. Обручникова, А.А. Образовательные услуги общественной организации как объект организационно-педагогического проектирования: автореф. дис. канд. пед. наук: 13.00.01[Текст] / А.А. Обручникова. - М., 2012. - 25 с.

107. Ожерельева, Т.А. Анализ образовательных услуг методами маркетинга [Текст] / Т.А. Ожерельева // Управление образованием: теория и практика. - 2014. - № 4. - С. 76-86.
108. Панкрухин, А.П. Маркетинг образовательных услуг [Текст] / А.П. Панкрухин // Маркетинг в России и за рубежом. - 2017. - № 7-8. - С.34-39.
109. Панкрухин, А.П. Маркетинг образовательных услуг. Справочник менеджера образования [Текст] / А.П. Панкрухин. - М.: Новая школа, 2015. - 295 с.
110. Панкрухин, А.П. Маркетинг образования [Текст] / А. П. Панкрухин. - М.: Новая школа, 2017. - 240 с.
111. Панкрухин, А.П. Философские аспекты маркетингового подхода к образованию [Текст] / А. П. Панкрухин // Alma Mater. - 2017. - №1. – С.33-39.
112. Патрахина, Т.Н. Менеджмент в образовании [Текст]: учебное пособие / Т.Н. Патрахина. - Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гуманит. ун-та, 2011. - 123 с.
113. Педагогика дополнительного образования: Приоритеты духовности, здоровья и творчества [Текст]: учеб. пособие / под ред. В.И. Андреева, А.И. Щетинской. - 2-е изд., доп. и перераб. - Казань: Центр инновационных технологий, 2009. - 328 с.
114. Пенягина, В.И. Роль и место дополнительного образования детей в реализации образовательных стандартов нового поколения [Электронный ресурс] / В.И. Пенягина. – Режим доступа: <http://dopobr.68edu.ru/archives/2388>
115. Пернай, Н.В. Проблемы образовательного менеджмента. Три трактата [Текст] / Н.В. Пернатай – М.: Институт развития профессионального образования, 2014. - 198 с.
116. Петрович, Т.А. Дополнительные образовательные услуги [Электронный ресурс] / Т.А. Петрович. – Режим доступа: открытыйурок.рф

117. Платные образовательные услуги в школе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <https://www.menobr.ru/article/65212-qqq-17-m3-platnye-obrazovatelnye-uslugi-v-shkole>

118. Постановление Правительства РФ от 15.08.2013 № 706 «Об утверждении Правил оказания платных образовательных услуг» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.consultant.ru

119. Поташник, М.М. Управление качеством образования: учебник для вузов [Текст] / М.М. Поташник. - М.: Новая школа, 2016. – 354 с.

120. Потеева, М.И. Основы маркетинга в сфере образования [Текст] / М.И. Потеева. - СПб.: Питер, 2012. - 58 с.

121. Реморенко, И.М. Разное управление для разного образования [Текст] / И.М. Реморенко. – СПб: Агентство образовательного сотрудничества, 2015. – 368 с.

122. Рыбалева, И.А. Десять шагов к развитию системы дополнительного образования [Текст] / И.А. Рыбалева // Дополнительное образование и воспитание. - 2016. - №3. - С. 3-5.

123. Сагинова, О.В. Маркетинг образовательных услуг [Текст] / О.В. Сагинова // Маркетинг в России и за рубежом. - 2016. - № 3. - С. 48-59.

124. Светенко, Т. В., Инновационный менеджмент в управлении школой [Текст]: учебное пособие / Т.В. Светенко, Г.В. Галковская. - М.: АПКиППРО, 2014. - 92 с.

125. Скок, Г.В. Формирование ценностей и норм как основы построения системы качества образования [Текст] / Г.В. Скок // Качество образования: концепции, проблемы: мат-лы III Междунар. науч.-метод. конф. Новосибирск, 2013. – С.212-217.

126. Словарь-справочник терминологии в дополнительном образовании детей [Текст] / сост. Л. Н. Буйлова. - М.: ИНТИ-ДАНА, 2009. - 48 с.

127. Соболева, Т.Н. Интернет-маркетинг образовательных услуг

[Текст] / Т.Н. Соболева // Междисциплинарные диалог. - 2014. - №5 (20). - С.43-49.

128. Софронова, Н. В. Организация научно-методической деятельности в учреждении дополнительного образования детей [Текст]: учебно-методическое пособие / Н. В. Софронова, Н. В. Бакшаева. - Чебоксары: Клио, 2018. - 228 с.

129. Справочник менеджера образования [Текст] / авт.-сост. В.С. Гирмович. - М.: Новая школа, 2015. - 230 с.

130. Старовойтова, Т. А. Формирование и развитие рынка образовательных услуг в России [Электронный ресурс] / Т.А. Старовойтова // Научные записки НГУЭУ (электронный научный журнал). - 2009. - № 2. - Режим доступа: http://www.nsuem.ru/science/publications/science_notes/issue.php?ELEMENT_ID=1009

131. Суздалева, Г.Р. Инструменты продвижения товаров и услуг: учебное пособие [Текст] / Г.Р. Суздалева, Е.А. Дробышева. – Пермь: Изд-во Перм. нац. политехн. ун-та, 2012. – 216 с.

132. Сыроваткина, Т.Н. Основы экономики образования [Текст] / Т.Н. Сыроваткина. – Оренбург: Университет, 2013. – 133 с.

133. Татарина, И.П. Образовательные услуги профессиональной школы: сущность и мониторинг [Текст] / И.П. Татарина, В.В. Шевцова // Альманах современной науки и образования. - 2012. - № 4. - С. 207-211.

134. Технологии продвижения образовательных услуг на рынок [Текст]: учебно-методический комплекс. - СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2017. - 206 с.

135. Толстяков Р.Р. Образовательная услуга как объект маркетинговой деятельности [Текст] / Р.Р. Толстяков, Н.И. Мяскина // Социально-экономические явления и процессы. - 2016. - №7. - С.34-40.

136. Управление и организация в сфере услуг: Теория и практика [Текст] / Хаксвер К., Рендер Б., Рассел Р.С., Мердик Р.Г. - СПб: Питер, 2012. -

752 с.

137. Ходунова, Л.Н. Совершенствование управления процессом дополнительного образования: методические рекомендации [Текст] / Л. Н. Ходунова. - Магнитогорск: МаГУ, 2018. - 52 с.

138. Царева, В.Д. Проблемы продвижения образовательных услуг на рынок АТР и пути совершенствования международной коммуникативной деятельности российских вузов (на примере Дальнего Востока) [Текст]: монография / В.Д. Царева, Е.Б. Кметь, Н.А. Юрченко. – Владивосток: Дальнаука, 2009. – 272 с.

139. Чекмарев, В.В. Система экономических отношений в сфере образования [Текст]: монография / В.В. Чекмарев. - Кострома: Издательство Костромского госпедуниверситета им. Н. А. Некрасова, 2018. – 276 с.

140. Черноусенко, Т.И. Моделирование системы дополнительного образования (на примере инновационного образовательного учреждения). Автореф. дис. к.п.н. [Текст] / Т.И. Черноусенко. – Саратов, 2013. – 23 с.

141. Шекова, Е.Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций [Текст]: учебник / Е.Л. Шекова. – СПб: Лань, 2014. – 192 с.

142. Шемятихина, Л.Ю. Возможности информационных технологий в развитии маркетинга образовательных услуг [Текст] / Л.Ю. Шемятихина // Научно-технический журнал. - 2005. - № 1 (10). - С. 119-122.

143. Шемятихина, Л.Ю. Маркетинг в образовании: учебно-методический комплекс [Текст] / Л.Ю. Шемятихина. - ГОУ ВПО «УрГПУ». - Екатеринбург, 2017. - 80 с.

144. Шемятихина, Л.Ю. Управление развитием образования: технологии маркетинга в образовании / Современные ценности и эффективность моделей образовательных систем [Текст] / Л.Ю. Шемятихина. - Международ. научн.-практ. конф. В 3-х ч. Ч. 3. - Новосибирск: Изд-во НИПКИПРО, 2016. - С. 260-263.

145. Шемятихина, Л.Ю. Формирование имидж-пространства

образовательной организации как условие деятельности в новых экономических условиях [Текст] / Л.Ю. Шемятихина. - Международ. науч.-практ. конф. В 5ч.: Ч.2. - Казань: Изд-во Института экономики, управления и права, 2015. - С. 97-101.

146. Шемятихина, Л.Ю., Маркетинговое управление качеством образования [Текст] / Л.Ю. Шемятихина, Г.В. Голоднева, Л.Н. Черемухина // Управление качеством образования: проблемы непрерывного образования: Сб. науч. статей. - В 2 ч. Ч. 1. Пле-нарные и секционные доклады/ Под науч. ред. А.А. Симоновой, Э.Э. Сы-манюк. - Екатеринбург: Изд-во УрГПУ, 2016. - С.50-54.

147. Шинкарева, Л.В. Дополнительные образовательные услуги в дошкольном учреждении: понятие, виды, особенности реализации [Текст] / Л.В. Шинкарева, А.А. Воробьева // Проблемы и перспективы развития образования: материалы Междунар. науч. конф. (г. Пермь, апрель 2011 г.).Т.І. - Пермь: Меркурий, 2011. - С. 92-95.

148. Щербова, Т.В. Управление школой: маркетинговый подход: Учебно-методическое пособие [Текст] / Т.В. Щербакова. - СПб.: СПбАППО, 2014. - 80 с.

149. Эхов, С.Ф. Программа дополнительного образования детей: Логика развития и методическое обеспечение [Текст] / С.Ф. Эхов // Методист. - 2012. - № 4. - С. 7 - 9.

150. Южакова, О.В. Об определении образовательной услуги [Электронный ресурс] / О.В. Южакова. – Режим доступа:<http://www.pandia.ru/text/77/201/30089.php>

Выпускная квалификационная работа выполнена мной самостоятельно.
Использованные в работе материалы из опубликованной научной литературы
и других источников имеют ссылки на них. Работа прошла проверку через
систему антиплагиат.

Отпечатано в 2 экземплярах.

Библиография 150 наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру.

(подпись)

(Ф.И.О.)

« ____ » _____ 2018г.

Нормоконтроль пройден

(подпись)

(Ф.И.О.)

« ____ » _____ 2018г.

Анкета

Дорогой друг!

Будем очень рады, если ты уделишь немного своего внимания и заполнишь эту анкету. Для нас это очень важно и надеемся, поможет сделать нашу школу лучше

1. Посещаешь ли ты какие-нибудь дополнительные занятия помимо школы?

- да;

- нет

2. Знаешь ли ты о тех дополнительных образовательных услугах, которые предлагаются в твоей школе? Назови их.

3. Посещаешь ли ты дополнительные занятия, которые предлагаются в твоей школе?

- да;

- нет

4. Для тех, кто отрицательно ответил на предыдущий вопрос: почему ты не посещаешь дополнительные занятия, предлагаемые школой?

- у меня нет времени;

- они не интересны для меня;

- в моей семье нет возможности оплачивать для меня дополнительные занятия;

- я пробовал ходить, но мне не понравилось;

- я не знал об их существовании;

- другое

5. Какие дополнительные образовательные занятия на базе школы было бы интересно посещать тебе? Можно приложить несколько вариантов.

6. Есть ли у тебя страница в социальной сети? В какой?

7. Сколько приблизительно времени в день ты проводишь в социальной сети?

- меньше часа;
- 1-3 часа;
- 4-6 часов;
- 7-9 часов;
- больше 9 часов.

Спасибо за сотрудничество!