



ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ИНТЕНСИВ

Остров 10-22

10-22 ИЮЛЯ 2019



Рынок ДПО: потребности, ценности, участники, STP

Скоробогатых Ирина Ивановна, заведующая кафедрой маркетинга ФГБОУ ВО
«РЭУ им.Г.В.Плеханова», доктор экономических наук, профессор
Skorobogatykh.II@rea.ru

12.07.2019



Рынок ДПО: потребности, спрос (источники) спроса



Системный подход,
Learning organization,
Клиентоориентированный маркетинг, кастомизация,

Импульсы развития программ ДПО в Университете



Изменение карты профессий, запросы рынка на формирование новых компетенций

Концепция непрерывного образования Lifelong Learning, вовлечение взрослого населения для развития собственных профессиональных компетенций, как основная задача развития человеческого капитала и интеллектуального потенциала

Запрос на программы ДПО от бизнеса, государственных и муниципальных учреждений и организаций, субъектов рынка программ ДПО (университеты, бизнес-школы, корпоративные университеты), индивидуальных потребителей

Востребованность программ ДПО российскими рейтингами Университетов воспринимается как степень известности, уровень деловой корпоративной репутации, уровень востребованности вуза в деловом сообществе на уровне страны, города, региона

Непрерывная настройка компетенций персонала компаний, организаций, учреждений в соответствии с запросами рынка, развитием технологий и с трудовыми функциями, зафиксированными в трудовых функциях профессиональных стандартов


Изменение рыночной ситуации и конкурентных сил в связи с появлением множества онлайн курсов, программ, которые комбинирует оффлайн и онлайн образование или только предлагают онлайн обучение

ДПО (дополнительное профессиональное образование) и бизнес-образование: общие черты и отличия (если есть?!)



ДПО- Дополнительное профессиональное образование	Бизнес-образование
<p>Дополнительное образование детей и взрослых направлено на формирование и развитие творческих способностей детей и взрослых, удовлетворение их индивидуальных потребностей в интеллектуальном, нравственном и физическом совершенствовании, формирование культуры здорового и безопасного образа жизни, укрепление здоровья, а также на организацию их свободного времени.</p> <p>(источник: Федеральный Закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 01.05.2019) "Об образовании в Российской Федерации", Статья 75. Дополнительное образование детей и взрослых)</p> <p>Дополнительное профессиональное образование направлено на удовлетворение образовательных и профессиональных потребностей, расширение и обновление знаний и навыков на основе уже имеющейся специальности без изменения уровня образования</p>	<p>Бизнес-образование – это процесс получения теоретических знаний и практических навыков, необходимых для работы в сфере бизнеса. Миссия РАБО (Российской ассоциации бизнес-образования) образование и профессиональная подготовка кадров для российских предприятий и организаций на уровне высоких мировых стандартов.</p> <p>https://www.mba.su/articles/issledovanie_kachestva_uchebnogo_processa_i_udovletvorennosti_vypusknikov_mba/</p> <p>http://www.rabe.ru/</p>

Университет – субъект рынка и программ ДПО и программ бизнес-образования

- 
- **Программы повышения квалификации (далее — ППК)**, предусматривают совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации. По результатам успешного освоения ППК выдается удостоверение о повышении квалификации. Длительность ППК, как правило, составляет от 16 до 72 часов и более.
 - **Программы профессиональной переподготовки (далее — ППП)**, направленные на получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности, приобретение новой квалификации. По результатам успешного освоения ППП выдается диплом о профессиональной переподготовке. Длительность ППП составляет от 250 до 500 часов и более.
 - **Программы бизнес-образования (программы MBA)** — программа профессионального развития дженералистского характера для тех, кто обладает соответствующим значительным опытом практической работы, необходимым для того, чтобы внести вклад в образовательный процесс в рамках своей группы, с акцентом на лидерство, стратегическое управление и профессиональную ориентацию.

Источник:

[https://ioe.hse.ru/data/2018/03/01/1165043209/%D0%A4%D0%9E_1\(16\)_%D1%8D%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9.pdf](https://ioe.hse.ru/data/2018/03/01/1165043209/%D0%A4%D0%9E_1(16)_%D1%8D%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9.pdf)



Миссия дополнительного профессионального образования (ДПО): реализация системы открытого образования, обеспечивающего непрерывность обучения на протяжении всей жизни (longlife learning), что дает возможность любому человеку реализовать право на развитие и свободный выбор различных видов деятельности, в которых происходит личностное и профессиональное самоопределение

Значимость и реализуемость миссии программы ДПО Университета

центр подготовки кадров

центр исследований.

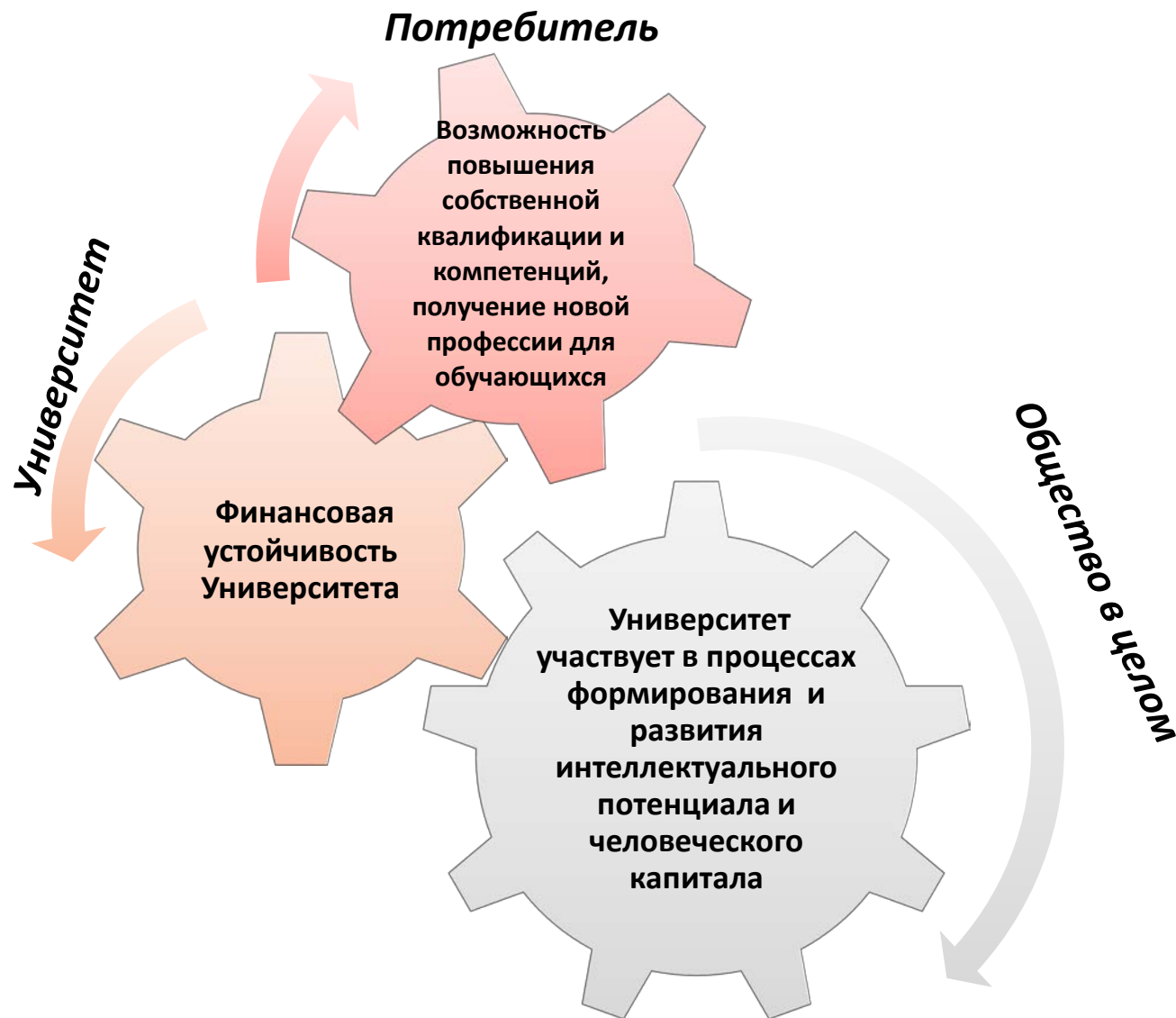
центр инноваций.

хаб коммуникаций

центр компетенций

Системная основа развития программ ДПО в Университете: стратегия, структура управления, процессы, портфель программ (образовательных решений), кадры, ...

Ценность программ ДПО: для потребителей, Университета, общества



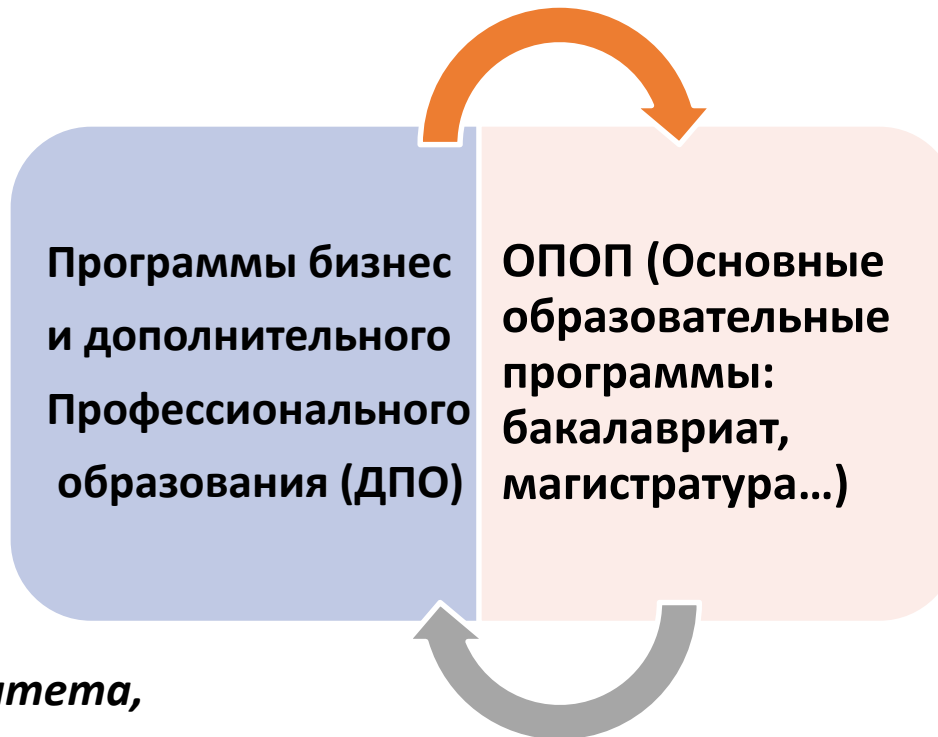
Система дополнительного образования

Университета **создает особые возможности** для развития портфеля дополнительных образовательных программ (ДОП),

и **оказывает прямое положительное воздействие** на эволюцию портфеля основных программ профессионального образования (ОПОП)



*Разнообразие программ ДПО,
Качество, содержание,
организация процессов,
Лучшие специалисты-практики,
Лучшие преподаватели Университета,
Гибкость, новые форматы*



*Имидж, репутация,
портфель программ,*

Два рынка программ ДПО в Университете



Пассивно-выжидательная роль центров ДПО

Внутренний
потребитель

Внешний
потребитель

ППС, НПр,
сотрудники

Обучающиеся:

Индивидуалы

Корпоративные
заказчики (бизнес)

Государственные
учреждения,
организации

ДПО

Проактивный маркетинг



Стратегия развития ДПО – стратегия дифференцированного маркетинга

Разработка стратегии развития и стратегии продвижения программ ДПО (кейс РЭУ им.Г.В.Плеханова, 2017 г.)



Этап 1. Маркетинговый аудит портфеля программ Выявленные проблемы и решения

Пример дублирующих Программ ДПО
(справочник «Бизнес образование
в РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2017)

Проблемы!!!

Путает ЦА



Отказ!

Каннибализм и
Снижение прибыли



Негативное влияние на имидж
университета и качество
предоставляемых программ,
создает впечатление плохой
организации и путаной
организационной структуры



«МАРКЕТИНГ» (526 часов)	«МАРКЕТИНГ» (434 часа)
<p>Слушателям предстоит овладеть новым видом профессиональной деятельности в области маркетинга, получить реальные знания и практические навыки. В программу входит изучение общепрофессиональных дисциплин (основы менеджмента, экономика предприятия и др.), специальных дисциплин (маркетинг, маркетинговые коммуникации, поведение потребителя, маркетинговые исследования и др.), а также подробное знакомство с маркетингом в различных сферах деятельности (торговый маркетинг, маркетинг услуг, маркетинг международной деятельности и др.)</p>	<p>Цель программы состоит в формировании знаний и практических компетенций, необходимых для эффективного управления маркетинговой деятельностью организации, разработки маркетинговой стратегии компании, и подготовке к оперативному решению нестандартных задач любого уровня.</p> <p>В процессе обучения на программе слушатели познакомятся с современными концепциями, методами и средствами маркетинга в организации - с последними российскими и зарубежными разработками, теориями, практическими подходами и алгоритмами решения задач маркетинга и брендинга. В рамках программы предусмотрено интенсивное изучение внутренней и внешней среды организации, внешнеэкономической деятельности компании, методов исследования рынка и работы с разными группами потребителей. Большое внимание уделяется применению интернет-маркетинга в компаниях, а также разработке рыночных стратегий и составлению конкретных стратегических проектов маркетингового развития компаний. По факту завершения программы слушатель будет владеть набором профессиональных компетенций и навыков для организации и реализации эффективной маркетинговой деятельности и осуществления ее эффективного контроля и обеспечения рационального использования ресурсов и инструментов маркетинга в разных отраслях и сферах, имеющих различный масштаб деятельности.</p>
<p>Форма и время обучения: Форма обучения: очно-заочная. Срок обучения: 9 месяцев. Трудоемкость обучения: 526 академических часов.</p>	<p>Форма и время обучения: Форма обучения: очно-заочная. Срок обучения: 9 месяцев. Трудоемкость обучения: 434 академических часа.</p>
<p>Документ об окончании обучения: Слушателям, успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается диплом РЭУ им. Г. В. Плеханова о профессиональной переподготовке, который предоставляет право на ведение профессиональной деятельности в сфере маркетинга.</p>	<p>Документ об окончании обучения: Слушателям, успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается диплом РЭУ им. Г. В. Плеханова о профессиональной переподготовке, который предоставляет право на ведение профессиональной деятельности в сфере маркетинга.</p>
<p>Стоимость: 115 000 рублей</p>	<p>Стоимость: 120 000 рублей.</p>
<p>Время и место проведения занятий: Занятия проходят три раза в неделю (по будням с 19:00 до 22:10, в субботу - с 13:30 до 20:00 или с 10:00 до 16:40) в РЭУ им. Г. В. Плеханова (Стремянный переулок, 36; Большой Строченовский переулок, 7).</p>	<p>Время и место проведения занятий: Занятия проводятся 2-3 раза в неделю с 19:00 до 22:00 в РЭУ им. Г. В. Плеханова (Стремянный переулок, 28).</p>
<p>Контакты: Факультет дополнительного профессионального образования Контактные лица: Декан факультета: д.э.н., профессор Говорин Анатолий Анатольевич Начальник отдела: Данилова Марина Николаевна Мурзенова Динара Хасиновна Большой Строченовский переулок, 7, корп. 7 офис 401 Телефоны: +7-495-959-69-97, +7-495-959-70-03 E-mail: pp_kbro@rea.ru</p>	<p>Контакты: Факультет «Плехановская школа бизнеса «Integral» Контактные лица: Директор центра развития и междисциплинарной интеграции управленческих дисциплин к.э.н., доцент Толстякова Ольга Валентиновна Заместитель директора Центра организации управленческой подготовки Невертединов Ильядар Нюрулович Стремянный пер., 28, корп. 1 Телефоны: +7-499-216-32-06; +7-495-958-21-56 E-mail: mbaint@rea.ru, Tolstyakova.OV@rea.ru</p>

Маркетинговый аудит портфеля программ ДПО в РЭУ им. Г.В.Плеханова (2017 г.)



Выявленные Проблемы:

- Дублирование содержания программ при разном названии
- Отсутствие единства в информации о программах ДПО
- Отсутствие единства в ценообразовании
- Минимальное количество программ для школьников
- Отсутствие предложений для слушателей из регионов

Анализ ЦА



Тенденции	Опасности	Рекомендации
Неоднородность слушателей программ ДПО с точки зрения уровня базовых знаний у поступающих на программу, ожиданий от программы, принадлежности слушателей к различным отраслям экономики.	Вынужденная конкуренция с корпоративными университетами крупных компаний; рост спроса на узкоспециализированные краткосрочные программы и как результат – конкуренция с независимыми учебными центрами и бизнес-школами, предлагающими мастер-классы для корпоративных клиентов и краткосрочные программы повышения квалификации; снижение спроса на дженералистские программы и необходимость дополнения их узконаправленными профессиональными дисциплинами; развитие узкоспециализированных программ.	Развитие взаимоотношений с КУ (на принципах коопетиции) расширение ассортимента краткосрочных узкоспециализированных программ под задачи отдельных ЦА; Развитие программ, допускающих формирование индивидуальных траекторий студентов
Расширение управленческого мировоззрения среди целевых аудиторий. Потребность со стороны работодателей и самих слушателей в развитии основных умений и навыков, знаний в основной области, включение в программы дисциплин по развитию междисциплинарных знаний, умений и навыков.	Конкуренция со стороны других вузов и бизнес-школ, предлагающих подобные программы.	Формировать спрос на дженералистские программы ДПО университета; Разработать регламент модульного образования
• • •		

Анализ конкурентов, программ ДПО, ценовой политики и политики продвижения



Конкуренты:

1. Финансовый Университет при правительстве РФ и Международная бизнес-школа ФУ
2. Государственный Университет Управления
3. РАНХиГС (ИБДА)
4. РУДН
5. Академия PwC.

Изучены все ценовые предложения на различные программы и системы скидок

Предложения по ценовой политике для системы ДПО РЭУ: программы ДПО, ПП, ПК, МВА:

Общий размер скидки может варьироваться от 5 до 20% (для каждого типа программы ДПО)
Разработаны предложения по ценовой политике

Стратегия развития системы ДПО Университета – стратегия дифференцированного маркетинга.

Портфель программ дополнительного образования включает блоки программ, специально разработанных для различных целевых сегментов потребителей, а также различных форм обучения.

Стратегия продвижения: формирование имиджа университета непрерывного образования. **«Чтобы быть успешным, надо постоянно учиться».** Использование интегрированных маркетинговых коммуникаций с акцентом на продвижение в сети Интернет.

Централизация управления программами ДПО в едином центре, формирование конкурентоспособного портфеля программ, определение направления развития (эволюции) портфеля ДПО,

Разработка консолидированного продвижения всей системы и программ ДПО,

Формирование гибкой системы ценообразования для программ ДПО.

Структура Дополнительного и бизнес-образования в РЭУ им.Г.В.Плеханова: <https://www.rea.ru/ru/pages/additionaleducation.aspx>



Дополнительное и бизнес-образование



Программы MBA и DBA



Программы профессиональной
переподготовки



Программы повышения квалификации



Программы профессионального обучения



Дополнительные общеразвивающие
программы



Семинары и тренинги



Подготовка водителей
транспортных средств
категории В



Программы повышения
квалификации аудиторов и
бухгалтеров



Аттестация специалистов
финансового рынка



Тестирование по русскому
языку

В 2018 г.
в РЭУ
им.Г.В.Плеханова
создан факультет
Бизнеса и
дополнительного
образования



Сценарии будущей программы ДПО

«СОХРАНЕНИЕ СЛОЖИВШЕГОСЯ ТРЕНДА»

☐

«ДОГОНЯЮЩАЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ»

☐

«ЛОКАЛЬНОЕ ЛИДЕРСТВО»

☐

«СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ЛИДЕРСТВО»

☐

Создание научно-образовательных
продуктов полного жизненного цикла

☐

Применение технологии «продуктового
ряда» программы ДПО

☐

Возможность коммерциализации
программы ДПО

☐



Алгоритм формирования программ повышения квалификации для студентов РЭУ им. Г. В. Плеханова

Этап 1.
Выделить
список
наиболее
востребован
ных рабочих
специальностей

<https://hh.ru/>;
<https://career.ru/> или
[SuperJob.ru](https://superjob.ru/).

Этап 2.
Сформировать
список
профессиональных
компетенций
для
каждой
рабочей
специальности

Этап 3.
Сформировать
список
дисциплин
для
развития
выделенных
компетенций

Этап 4.
Сгруппировать
дисциплины
в
программы
повышения
квалификации
для
каждой
рабочей
специальности

Этап 5.
Описание
дисциплин
программы
повышения
квалификации

Каждая дисциплина программы ПК описывается в едином формате:

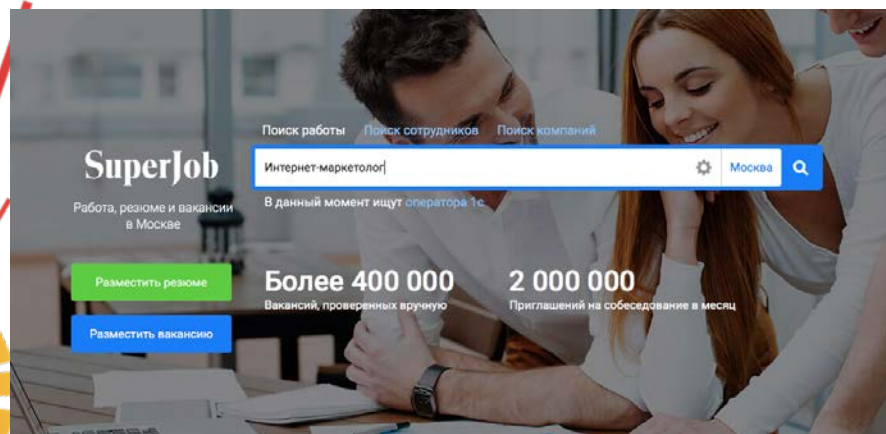
- анонс;
- цель дисциплины;
- содержание дисциплины;
- необходимое оборудование;
- целевая аудитория.

Пример формирования списка профессиональных компетенций и списка дисциплин/мастер-классов для развития профессиональных компетенций.

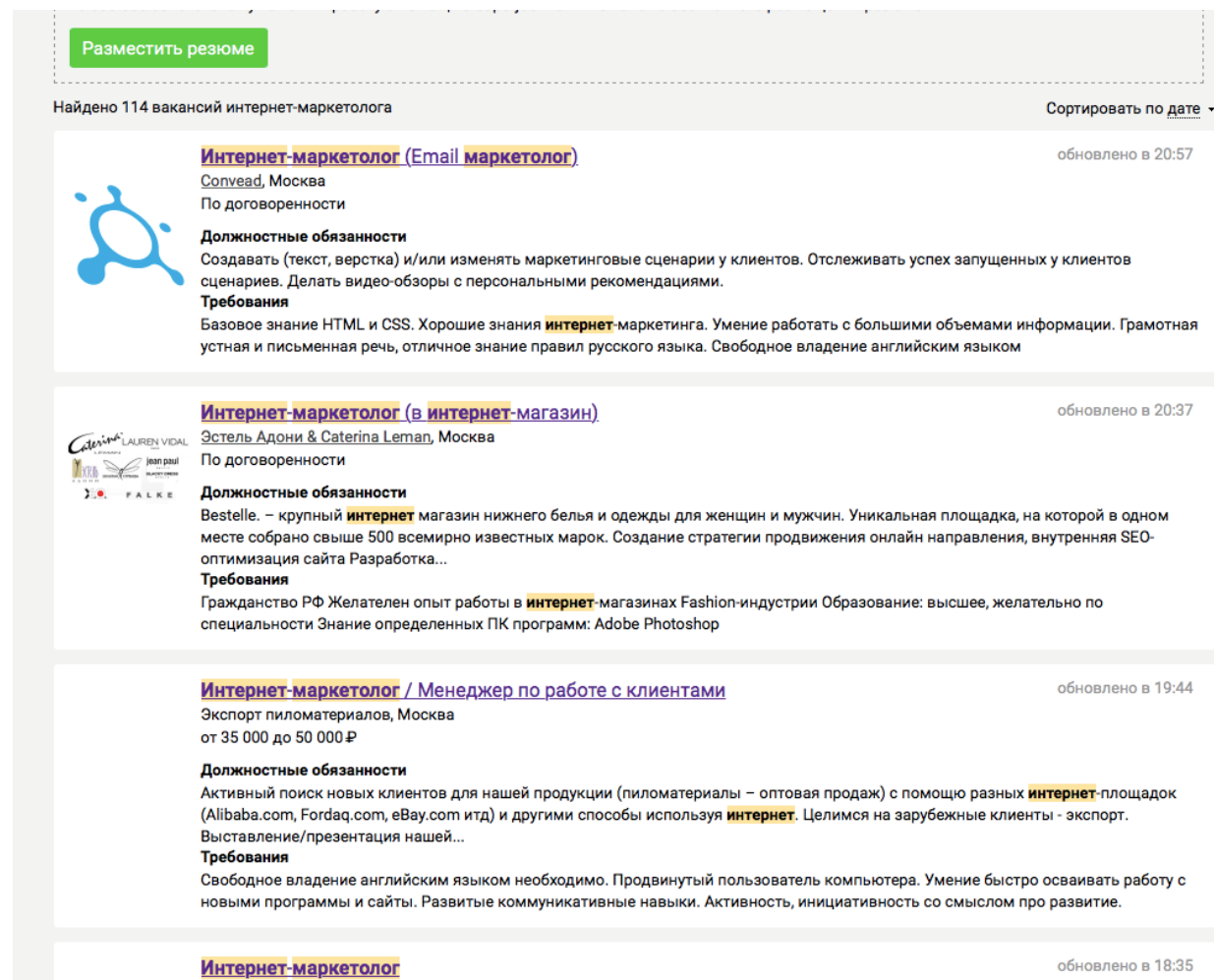
Этап 1. Выделить список наиболее востребованных рабочих специальностей.



Шаг 1.



Шаг 2.



Этап 2. – формируем список компетенций



Вакансия № 30285824 **Аналитик-маркетолог**

3level Москва

по договоренности, опыт работы от 1 до 3 лет, высшее образование

Должностные обязанности:

- Анализ конкурентов и рынка;
- Выстраивание единой маркетинговой стратегии, призванной решить текущие задачи компании;
- Управление платными/бесплатными каналами продаж;
- Автоматизация регулярной отчетности по веб-аналитике и ее поддержание;
- Ведение ассортиментной политики;
- Настройка и автоматизация директ-е-mail рассылок;
- Аналитика рекламных компаний;
- Управление ценообразованием;
- Контроль и оптимизация рекламных расходов;
- Реализация маркетингового плана.

Требования:

- Высшее образование;
- Обязателен опыт в E-commerce;
- Знание основ интернет – маркетинга: CPC, CPA, ROI, LTV, Ремаркетинг, A/B тестирования
- Знание основ SEO оптимизации сайта
- Опыт работы с «битрикс»
- Опыт глубокой работы с инструментами веб-аналитики (Google Analytics, Яндекс. Метрика);
- Умение работать с большими объемами данных.
- Легкость в общении, неконфликтность, креативность.

Проводим анализ 5-10 вакансий, выделяем основные компетенции, условия труда, требования работодателей

Этап 3. Сформировать список дисциплин для развития выделенных компетенций.

Шаг 1. Устраняем дублирование и структурируем по однородности области знаний.

Клиенты	.Интернет	Спец. дисциплины
Разработка стратегии e-mail-маркетинга и развитие поведенческих цепочек рассылок	Внутренняя SEO-оптимизация сайта	Базовое знание HTML и CSS
Запуск email-маркетинга	Контекстная реклама в Google Adwords и «Яндекс.Директ». Настройка рекламных кампаний в поисковой сети	Подготовка LP, A/B- тестирования
Проведение маркетингового аудита: анализ продукта, ЦА, конкурентов; формирование стратегии и плана продвижения	Создание сайтов и лендингов: самостоятельно на конструкторе и с командой с нуля (дизайнер, программист)	Настройка аналитики: «Яндекс Метрика», Google Analyitcs, GTM, сквозная аналитика. Опыт работы с инструментами автоматизации контекстной рекламы: elama/r-broker/k-50/origami
Разработка стратегии роста SMM, создание таргетированной рекламы и управление рекламными кампаниями	Написание ТЗ веб-разработчикам	Базовые знания html/css/js/php и умение работать с CMS-Битрикс, Wordpress, UMI на уровне контент-менеджера

Этап 4. Сгруппировать дисциплины в программы повышения квалификации для каждой рабочей специальности.

Маркетолог в области маркетинговых коммуникаций (Marketing communication manager)

Профессиональные компетенции для развития программ ДПО (дисциплины, мастер-классы, вебинары):

- навыки ведения переговоров (серия мастер-классов, 12 часов, очно/дистанционно);
 - навыки организации мероприятий (8 часов, очно/дистанционно);
 - навыки проектной деятельности (8 часов, очно/дистанционно);
 - маркетинговое планирование (8 часов, очно/дистанционно);
 - навыки формирования плана маркетинговых коммуникаций (8 часов, очно/дистанционно);
 - навыки ведения маркетинговой отчетности (8 часов, очно/дистанционно);
 - нестандартная реклама как метод продвижения продукта, услуги, идеи, информации (мастер-класс, 8 часов, очно/дистанционно);
 - Entertainment-маркетинг как действенный инструмент маркетинговых коммуникаций (мастер-класс, 4 часа, очно/дистанционно в формате вебинара);
- внутренний маркетинг (серия мастер-классов, 8 часов, очно/дистанционно);
- навыки письменной речи (умение составлять пресс-релизы, статьи, рекламные сообщения) – русский язык (16 часов, очно/дистанционно);
- английский язык для маркетолога (навыки устной и письменной речи) (36 часов, очно/дистанционно);
- тайм-менеджмент (навыки самоорганизации) (12 часов, очно/дистанционно).

Выбрать программу ДПО для проектного задания

☐

1 вариант

развитие имеющихся компетенций в традиционных профессиях. Результат улучшение навыков и умений реализует существующий потенциал университета.

Выбрать существующие образовательные продукты программы ДПО.

☐

2 вариант

формирование новых компетенций в традиционных профессиях посредством программ расширения квалификации

Выбрать изменения в продуктах программы ДПО

☐

3 вариант

формирование новых квалификаций в новых профессиях - практический консалтинг заказчика с обучением предметной области

Выбрать новый продукт программы ДПО (РИД в предметной области)

Опишите предметную область выбранной программы ДПО

Определите драйверы развития продуктов ДПО

Заполняйте колонку по выбранному варианту!

Драйверы	1 вариант
Доступ к целевым клиентам	
Потребность в инвестициях в маркетинг	
Потребность в инвестициях в продукт программы ДПО	
Квалификация преподавателей	
Конкуренция	
Назовите другой драйвер	

Кастомизированные программы ДПО под нужды клиента



Marketing excellence university Microsoft-RUS

1. **Professional Diploma in Marketing.** Программа ПК для специалистов отделов маркетинга и продаж Microsoft-RUS. В согласовании с syllabus института CIM (Chartered Institute of Marketing) – **Professional Diploma in Marketing** (Программа, зачетное задание в виде проектной работы, темы сформулированы Директором по маркетингу)
2. **Школа SIMPLE-Marketing. Очно-заочная** программа ПК для специалистов отделов бренд-маркетинга и торгового маркетинга (всего обучено 100 чел). Зачетное задание в виде проекта, темы и задания сформулированы директором по маркетингу компании
3. Компания «МАЙ»: консалтинг и обучение. Аудит процессов маркетинга, стратегического планирования и продаж компании, подготовка отчета, выявление проблем, путей решений (по стандартам CIM – Chartered Institute of Marketing). Обучение специалистов (тьюторство) для подготовки к сдаче экзаменов международной сертификации



**Скоробогатых Ирина Ивановна,
Д.э.н., профессор,
Заведующая кафедрой маркетинга
ФГБОУ ВО «РЭУ им.Г.В.Плеханова»
Skorobogatykh.II@rea.ru**





