



Маркетинг преподавателя

Доклад Центра экономики непрерывного образования ИПЭИ - РАНХиГС

...Денег на высшее образование будет выделяться меньше, а оно и так недофинансировано: студентов все меньше из-за демографической ямы и, если не увеличивать расходы в расчете на каждого, развиваться будут в лучшем случае 100–120 вузов...

Колледжам в регионах тоже не хватит средств, они по сути превратятся в ПТУ – либо придется сокращать финансирование школ и детских садов.

[Ведомости, март 2018 г.](#)

Демографический шторм в профобразовании



Конкурентная борьба и ориентация на студентов

В текущих демографических условиях и вузы, и программы, и отдельные преподаватели начинают конкурировать между собой.

Чтобы сохранить нагрузку, нужны студенты...

Юрай

Где ж их взять и как заманить?

Чтобы сохранить нагрузку, нужны студенты...

Юрай

Где ж их взять и как заманить?

Возникают тревожные вопросы...

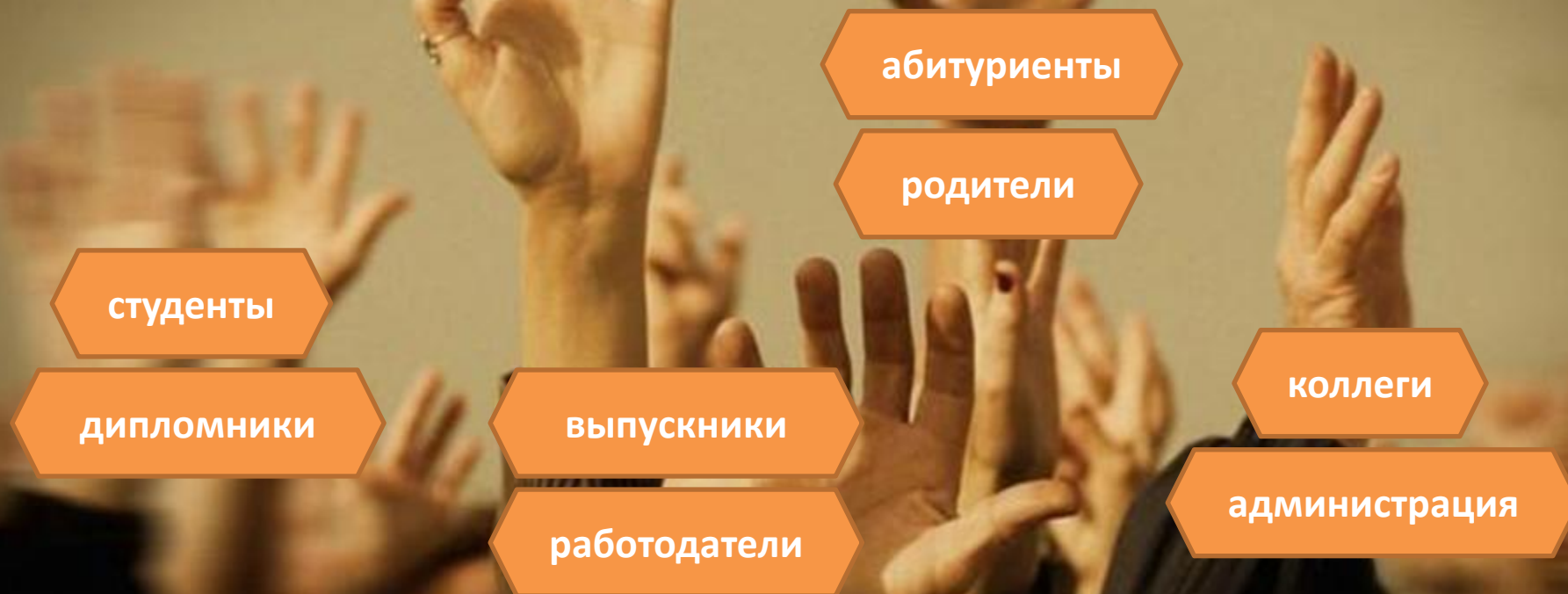
Академ маркетинг



Нужно заниматься академическим маркетингом!

Игнорирование значимости профессионального и индивидуального имиджей со стороны преподавателя несет в себе риски снижения уровня самореализации педагога и эффективности образовательного взаимодействия ([Попова О.И., 2011](#))

Никто лучше Вас о Вас не расскажет. И это проще, чем кажется.



Какова Ваша аудитория?

Есть несколько групп, на которые преподавателю имеет смысл обратить внимание.



Как это сделать?

1. Конструирование и модернизация курса, нейминг
2. Маркетинговые исследования и бенчмаркинг
3. Реклама и пропаганда курса
4. Связи с общественностью, мотивация и стимулирование
5. Директ-маркетинг и лоббирование

Есть много современных бесплатных, простых и полезных инструментов!