

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, ЮРИДИЧЕСКИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ И ИНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ

ECONOMIC, LEGAL, SOCIAL
AND OTHER BASES OF MANAGEMENT

УДК 339.138
ББК 65.9 (4Рос) 49-181

ПРОДВИЖЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРАКТИК НА САЙТЕ «ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ БРЕНДЫ ЯМАЛА»

А. В. Конев¹, В. В. Конев²

¹ МАУ «Салехардский центр молодёжи»,
Салехард, Россия

² Тюменский государственный нефтегазовый
университет, Тюмень, Россия

Проведённое исследование влияния сайта «Образовательные бренды Ямала» на продвижение образовательных практик показало, что сайт не способствует продвижению региональных, профессиональных, муниципальных образовательных практик. Согласно проведённому изысканию, в 2016 г. на сайте не было представлено 4 (67 %) региональных, 4 (80 %) профессиональных, 14 (82 %) муниципальных образовательных практик, размещённых в 2014 г.

Ключевые слова: образовательные бренды Ямала; профессиональные, муниципальные, региональные образовательные практики; продвижение образовательных практик.

PROMOTION OF EDUCATIONAL PRACTICES ON THE SITE “EDUCATIONAL BRANDS OF YAMAL”

A.V. Konev¹, V.V. Konev²

¹ Salekhard Center for Youth Municipal Autonomous Institution, Salekhard, Russia

² Tyumen state oil and gas University, Tyumen, Russia

In accordance with the provision on the website “Educational brands of Yamal” (hereinafter referred to as the site), educational practices from educational organizations and local governments administering education in the autonomous region are presented to the education department of the Yamal-Nenets Autonomous District. Next, experts evaluate educational practices. When making a positive decision by the Council on the development of innovative activities in the field of education in the Autonomous District, educational practices are posted on the site to facilitate the acquisition of the best educational practices by all the absolute characteristics of the brand. The analysis of 89 educational practices presented on the site in 2014, 2015, 2016 showed that the site does not contribute to the promotion of educational practices. According to the survey, in 2016, 4 (67 %) regional, 4 (80 %) professional, 14 (82 %) municipal educational practices from 6 regional, 5 professional, 17 municipal educational practices hosted in 2014 were not presented on the website. In 5 educational practices (1 regional, 1 professional, 3 municipal) the name was changed.

Keywords: educational brands of Yamal; professional, municipal, regional educational practices; promotion of educational practices.

С целью популяризации образовательных брендов, отражающих инновационный потенциал региональной и муниципальных систем образования Ямало-Ненецкого автономного округа, создан сайт «Образовательные бренды Ямала» (далее — сайт) [1]. Одной из задач сайта является содействие приобретению лучшими образовательными практиками всеми безусловными характеристиками бренда¹, то есть брендинг образовательных практик.

Анализ научной литературы и литературы по маркетингу показал, что в настоящее время отсутствует единый подход к брендингу [2–10]. При этом исследователи выделяют в процессе брендинга основные этапы: создание бренда, его продвижение и управление [11–15].

На этапе создания бренда проводится исследование; определяется позиция будущего бренда; разрабатывается имя, торговый знак, упаковка бренда и др. На этапе продвижения применяются элементы маркетинговых коммуникаций: реклама, выставочная деятельность, специальные события, а также электронные организационные коммуникации с внешней средой: социальные платформы («ВКонтакте», «Facebook», «Мой мир@mail.ru», «Twitter»), сайты образовательных систем (институциональных, муниципальных, региональных). Этап управление бренда позволяет продукту-бренду быть актуальным и востребованным на рынке товаров и услуг [16; 17].

Между тем, проведённый анализ образовательных практик, представленных на сайте «Образовательные бренды Ямала», не показал, как создаётся образовательный бренд из образовательной практики [18].

В связи с этим, возникает исследовательский вопрос: «Способствует ли сайт “Образовательные бренды Ямала” продвижению образовательных практик?» Это и составило **проблему исследования**.

Обозначенная проблема позволила сформулировать **тему исследования** — «Продвижение образовательных практик на сайте “Образовательные бренды Ямала”».

В исследовании для решения проблемы выдвинуто **предположение**, что сайт «Образовательные бренды Ямала» способствует продвижению образовательной практики, если образовательная практика легко узнаваема, общеизвестна;

¹ Об утверждении положения об интернет-сайте «Образовательные бренды Ямала»: Приказ департамента образования Ямало-Ненецкого автономного округа от 20 ноября 2014 г. № 1788. URL: http://www.yamaledu.org/documents/prikazy_departamenta_obrazovaniya/prikazy-departamenta-obrazovaniya-arhiv-za-2014-god/10248-prikaz-do-yanao-ot-20141120-1788.html (дата обращения: 14.10.2018).

образовательная практика на протяжении трёх лет (2014, 2015, 2016 гг.) сохраняет свою актуальность и представлена на сайте «Образовательные бренды Ямала».

Для подтверждения или опровержения выдвинутой гипотезы определялось наличие образовательной практики на сайте с 2014 по 2016 гг.; изменение/сохранение названия и содержания образовательной практики с 2014 по 2016 гг.

В соответствии с данными, представленными на сайте «Образовательные бренды Ямала» [1] всего с 2014 по 2016 гг. на сайте размещено 89 образовательных практик (табл. 1).

Таблица 1
Количество образовательных практик по годам, размещённых на сайте «Образовательные бренды Ямала»

Практики	2016	2015	2014	Всего
	Количество практик			
Региональные	6	8	6	20
Муниципальные	19	21	17	57
Профессиональные	4	3	5	12
Итого	29	32	28	89

Анализ региональных образовательных практик (табл. 2), представленных на сайте, показал, что в 2016 г. только 2 образовательные практики («Педагогический статус» и «Новый учитель Ямала») остались на сайте из 6 размещённых в 2014 г. При этом все 6 образовательных практик, размещённых на сайте в 2014 г., также были представлены в 2015 г. У образовательной практики «Сетевой регион», размещённой на сайте в 2014 г., было изменено название в 2015 г. Образовательная практика стала называться «Сетевой регион. Образование». При этом в содержание данной образовательной практики были внесены некоторые дополнения. В 2015 г. на сайте «Образовательные бренды Ямала» всего было представлено 8 образовательных практик (6 образовательных практик, которые были также размещены в 2014 г. и дополнительно ещё 2 образовательные практики). Из 2 дополнительно размещённых образовательных практик («Региональная система оценки качества образования» и «Ямальский педагогический марафон») в 2015 г. ни одна образовательная практика не была представлена в 2016 г. В 2016 г. на сайте представлено 6 образовательных практик, из которых: 2 образовательные практики, которые были размещены в 2014 г.; 3 новые образовательные практики; 1 образовательная практика — «Школа ступеней». У последней образовательной практики — «Школа ступеней» был изменён статус, и данная образовательная практика была перевер-

Региональные образовательных практик по годам,
размещённые на сайте «Образовательные бренды Ямала»

Региональные образовательные практики, представленные на сайте в последующие годы		
2016	2015	2014
Педагогический статус	Педагогический статус	Педагогический статус
Новый учитель Ямала	Новый учитель Ямала	Новый учитель Ямала
	Школа Ямала — территория Wi-Fi	Школа Ямала — территория Wi-Fi
	Кочевая школа — качественное образование и вековые традиции	Кочевая школа — качественное образование и вековые традиции
	Сетевая школа	Сетевая школа
Школа ступеней		
	Сетевой регион. Образование	Сетевой регион
Региональные образовательные практики, не представленные на сайте в последующие годы		
Молодые профессионалы Ямала (WorldSkills Russia Yamal)	Региональная система оценки качества образования	
Модель этнокультурного образования	Ямальский педагогический марафон	
Цифровая школа Ямала		

дена из статуса муниципальной в региональную образовательную практику.

Анализ профессиональных образовательных практик (табл. 3) показал, что 1 из 5 практик, размещённых в 2014 г., осталась представленной на сайте в 2016 г. При этом данная образовательная практика («Электронный колледж») не была представлена на сайте в 2015 г. В связи с этим возникает вопрос, как происходил/произошёл ребрендинг образовательной практики «Электронный колледж»? В 2014 г. на сайте была размещена профессиональная образовательная практика «Многопрофильность и многоуровневость колледжа — формула успеха в условиях моногорода». В данной образовательной практике не изменив содержание, в 2015 г. изменили название. Практика стала называться «Многопрофильность колледжа в условиях моногорода».

Анализ муниципальных образовательных практик (табл. 4) показал, что в 2016 г. только 3 образовательные практики остались представленными на сайте из 17, размещённых на сайте в 2014 г. У муниципальной образовательной практики 2014 г. «Кадры для АПК: будущее Ямала создаётся сегодня» в 2015 г. было изменено название практики, и в 2015–2016 гг. практика стала называться «Кадры для агропромышленного комплекса», при этом изменений в содержании образовательной практики не произошло. У другой муниципальной образовательной практики «Классы “Новатэк”», размещённой на сайте 2014–2015 гг., было также изменено название практики. В 2016 г. образовательная практика стала называться «Классы “Новатэк” — выбор будущего успеха». Несмотря

на то что название практики изменилось, содержание образовательной практики осталось прежним. У муниципальной образовательной практики, размещённой на сайте в 2014 г. «Технопарк “Энигма” — ямальское Сколково» было изменено в 2015 г. название, и практика стала называться «Технопарк “Энигма” — пространство профессионального развития». В 2016 г. у этой же практики также было изменено название, и практика уже стала называться «Технопарк “Энигма”: дорога к профессии».

Анализ муниципальных образовательных практик также показал, что 6 практик, размещённых в 2014 г., не были представлены в 2015 г., а 8 новых образовательных практик, размещённых в 2015 г., не были представлены в 2016 г. При этом на сайте в 2016 г. размещено ещё 14 новых образовательных практик.

Результаты проведённого исследования не подтвердили выдвинутую гипотезу и позволяют заключить: сайт «Образовательные бренды Ямала» не способствует продвижению образовательных практик. Проведённый анализ образовательных практик, представленных на сайте «Образовательные бренды Ямала» в 2014, 2015, 2016 гг. показал, что в 2016 г. осталось 2 (33 %) региональные, 1 (20 %) профессиональная, 3 (18 %) муниципальных образовательных практик из 6 региональных, 5 профессиональных, 17 муниципальных образовательных практик, размещённых в 2014 г. на сайте. У 5 образовательных практик (1 региональная, 1 профессиональная, 3 муниципальных) было изменено название. При этом возникает вопрос: «Как проводился ребрендинг образовательных практик, у которых было изменено название?»

Таблица 3

Профессиональные образовательных практик по годам,
размещённые на сайте «Образовательные бренды Ямала»

Профессиональные образовательные практики, представленные на сайте в последующие годы		
2016 год	2015 год	2014 год
	Многопрофильность колледжа в условиях моногорода	Многопрофильность и многоуровневость колледжа — формула успеха в условиях моногорода
Электронный колледж		Электронный колледж
Умный колледж	Умный колледж	
Профессиональные образовательные практики, не представленные на сайте в последующие годы		
Подготовка кадров: новые рубежи сотрудничества	Дружба с работодателями — залог трудоустройства выпускников	Многопрофильность и многоуровневость колледжа — формула успеха в условиях монорегиона
Формула успеха Муравленковского многопрофильного колледжа		Ремесленное образование: взгляд в будущее
		Сотрудничество с работодателями: лучшие практики

Таблица 4

Муниципальные образовательных практик по годам,
размещённые на сайте «Образовательные бренды Ямала»

Муниципальные образовательные практики, представленные на сайте в последующие годы		
2016 год	2015 год	2014 год
Кадры для агропромышленного комплекса	Кадры для агропромышленного комплекса	Кадры для АПК: будущее Ямала создаётся сегодня
Классы «НОВАТЭК» — выбор будущего успеха	Классы «НОВАТЭК»	Классы «НОВАТЭК»
Образовательный консорциум «Технопарк»	Образовательный консорциум «Технопарк»	
Образовательный муниципалитет: реальность и возможности	Образовательный муниципалитет	
Технопарк «ЭНИГМА»: дорога к профессии	Технопарк «Энигма» — пространство профессионального развития	Технопарк «ЭНИГМА» — ямальское Сколково
	Детский орден милосердия	Детский орден милосердия
	Образование детей особой заботы — единство всех и уникальность каждого	Образование детей особой заботы — единство всех и уникальность каждого
	Робот-Сити — конструирование: от пропедевтики к профилизации	Робот-сити. Конструирование: от пропедевтики к профилизации
	Трудовая подготовка в школах-интернатах: залог успешности каждого ребёнка	Трудовая подготовка в школах-интернатах: залог успешности каждого ребёнка
	Центр управления карьерами	Центр управления карьерами
	Школа Анны Неркаги	Школа Анны Неркаги
	Школьный музей — основа любви к Родине	Школьный музей — основа любви к Родине
	Школы ступеней: опыт создания возрастной образовательной среды	Школы ступеней: опыт создания возрастной образовательной среды
Муниципальные образовательные практики, не представленные на сайте в последующие годы		
Видеть мир сердцем	Авангард (программа дошкольной подготовки)	Активное социальное партнерство — детерминанта успешной деятельности

Муниципальные образовательные практики, не представленные на сайте в последующие годы		
2016 год	2015 год	2014 год
«Вытерко»: сетевое этнокультурное образование	Информационно-технический центр «Polygon»	Кадетство без границ — традиции и современность
Кочевой воспитатель	Виртуальный музей «Память сердца»	Мотопробег «Приполярный марш» — техническое творчество детей
«Мангазея»: к истокам народных традиций	Сезонная кочевая начальная школа	Поддержка юных талантов — высокие результаты одаренных детей
Образовательный конструктор — мотиватор ребёнка к познанию	Секрет победителя — в стремлении к познанию!	Сетевое образование — преодоление трудностей
Образовательное пространство для детей-инофонов	Спортивный туризм в Красноселькупе	Чум как центр этнокультурного образования
«Сударушка»: воспитание души	Хореографическая школа Александра Гулака	
Турнир юных физиков: от игры к профильному обучению	Юные инспекторы движения	
Школьное подворье		
Школа — поликультурный образовательный центр		
Школа равных возможностей		
Школьный квартал		
Этнографический комплекс школы-интерната		
Sept mêlèzes: профессионализм международного уровня		

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Департамент образования Ямало-Ненецкого автономного округа // Образовательные бренды Ямала. — URL: <http://www.praktiki.yamaledu.org/#section1> (дата обращения: 14.10.18).
2. Волков, А. Стратегический бренд-менеджмент и капитализация организации / А. Волков // Маркетинг. — 2006. — №4 (89). — С. 19–29.
3. Зозулев А. Бренддинг в схемах. Модели бренддинга: классификация и краткая характеристика / А. Зозулев, Ю. Нестерова // Маркетолог. — 2006. — № 10. — Ноябрь. — С. 11–12.
4. Демченко, С. Г., Юсупова Г. Р. Особенности бренддинга в сфере услуг / С. Г. Демченко, Г. Р. Юсупова // Актуальные проблемы экономики и права. — 2008. — № 3. — С. 28–32.
5. Конев, А. В. Особенности формирования образовательного бренда общего образования. [Электронный ресурс] / А. В. Конев // Образование Ямала. — URL: <http://yamal-obr.ru/articles/osobennosti-formirovaniya-obrazovatelnog> (дата обращения: 14.10.2018).
6. Пьянзина, М. Е. Современные бренд-технологии в сфере высшего профессионального образования / М. Е. Пьянзина // ИнВестРегион. — 2013. — № 4.1. — С. 32–36.
7. Рэнделл, Д. Бренддинг: краткий курс / Р. Рэнделл ; пер с англ. Р. Захарчева. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2003.
8. Самойленко, И. В. Этапы построения бренддинга / И. В. Самойленко // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2010. — № 11. — С. 98–103.
9. Тульчинский Г. Л. Бренд-интегрированный менеджмент: каждый сотрудник в ответе за бренд./ Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — М. : Вершина, 2006.
10. Heaney, J., Services Branding Strategies: Using Corporate Branding to Market Educational Institutions / J. Heaney M. Heaney // Academy of World Business, Marketing and Mangement Development Conference. — 2008. — Vol. 3. — No. 1. — July. — P. 166–176.
11. Гусева, О. Концепция брэндинга/ О. Гусева // Рекламные идеи. — 1998. — № 3. — С. 6–13.
12. Комарова, Ю. В. Этапы бренддинга как процесса создания и развития товарного бренда / Ю. В. Комарова // Молодой ученый. — 2012. — № 8. — С. 106–108.
13. Конев, А. В. К вопросу о бренддинге образовательной услуги в условиях кризиса / А. В. Конев // Молодежь и наука: реальность и будущее : материалы III Всерос. студен. науч.-практ. конф. / под ред. Т.А. Исмаилова. — Махачкала : Дальневосточ. гос. техн. ун-т, 2017. С. 54–57.
14. Уиллер, А. Индивидуальность брэнда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брэндов : пер. с англ. / А. Уиллер. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2004.

15. Spirina, N. A. Algorithmization of the process of brand building of higher educational institution: methodological aspect / N. A. Spirina // *Вопр. управления*. — 2016. — № 2 (39). — URL: <http://vestnik.uapa.ru/en/issue/2016/02/34> (дата обращения: 14.10.2018).

16. Завалько, Н. А. Проблемы маркетинга образования в аспекте продвижения образовательных услуг / Н. А. Завалько // *Вестн. Омск. ун-та. Сер. Экономика*. — 2011. — № 3. — С. 119–123.

17. Квочкина, И. А. Сущность брендинга образовательной организации / И. А. Квочкина // *Современное общество и власть*. — URL: <http://gmanagement.ru/index.php/ru/arxiv/06-2015r/296-kvochkina-062015>. (дата обращения: 14.10.2018).

18. Конев, А. В. К вопросу о создании образовательного бренда Ямала на основании образовательной практики / А. В. Конев // *Теоретические и прикладные исследования социально-экономических систем в условиях интеграции России в мировую экономику : материалы VI Междунар. заоч. науч.-практ. конф.* — Тюмень : Тюмен. гос. ун-т, 2017. — С. 28–34.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Конев Анатолий Валерьевич — начальник отдела молодёжных проектов и инициатив МАУ «Салехардский центр молодёжи». Konev2020@mail.ru

Конев Виталий Валерьевич — кандидат технических наук, доцент кафедры «Транспортные и технологические системы» Тюменского государственного нефтегазового университета. Konev@tsogu.ru

REFERENCES

1. *Departament obrazovaniya Jamalo-Nenetskogo avtonomnogo okruga. Obrazovatel'nye brendy Jamala* [Department of Education of the Yamal-Nenets Autonomous District. Educational brands of Yamal]. Available at: <http://www.praktiki.yamaledu.org/#section1>, accessed 14.10.2018. (In Russ.).

2. Volkov A. Strategicheskiiy brand management i kapitalizaciy organizacii [Strategic brand management and capitalization of the organization]. *Marketing* [Marketing], 2006, no. № 4 (89), pp. 19–29. (In Russ.).

3. Zozulyov A., Nesterova J. Branding v sxemax. Modeli brandinga: klasifikaciy i kratkay charakteristika [Branding in the schemes. Branding models: classification and brief characteristics]. *Marketolog* [Marketer], 2006, no. 10, pp. 11–12. (In Russ.).

4. Demchenko S.G., Yusupova G.R. Osobennosti brandinga v svere uslug [Features of branding in the service sector]. *Aktualnie problemi ekonomiki i prava* [Actual problems of economics and law], 2008, no. 3, pp. 28–32. (In Russ.).

5. Konev A.V. Osobennosti formirovaniy obrazovatel'nogo brenda obcheva obrazobaniy [Features of formation of educational brand of general education]. *Obrazovanie Yamala* [Education of Yamal]. Available at: <http://yamal-obr.ru/articles/osobennosti-formirovaniya-obrazovatel'nog>, accessed 14.10.2018. (In Russ.).

6. Pyazina M.E. *Sovremennye brend-texnologii v svere vishego professional'nogo obrazovaniy* [Modern brand-technologies in the sphere of higher professional education]. *InvestRegion* [InvestRegion], 2013, no.4.1, pp. 32–36. (In Russ.).

7. Randell D. *Branding: kratkiy kurs* [Branding: a short course]. Moscow, FAIR PRESS Publ., 2003. (In Russ.).

8. Samoylenko I.V. Itapi postroeniy brandinga [Stages of building branding]. *Aktualnie problemi gumanitarnix i estestvennix nauk* [Actual problems of humanities and natural sciences], 2010, no. 11, pp. 98–103. (In Russ.).

9. Tulchinsky G.L, Terentyev V.I *Brend-integrirovanniy menedjment: kajdiy sotrudnik v otvete za brend* [Brand-integrated management: each employee is responsible for the brand]. Moscow, Vershina, 2006. (In Russ.).

10. Heaney J., Heaney M. Services Branding Strategies: Using Corporate Branding to Market Educational Institutions. *Academy of World Business, Marketing and Mangement Development Conference*, 2008, vol. 3, no. 1, July, pp. 166–176.

11. Guseva O. *Koncepciy brandinga* [The concept of branding]. *Reklamnie idei* [Advertising ideas], 1998, no. 3, pp. 6–13. (In Russ.).

12. Komarova Yu.V. Etapi brandinga kak processa sozdaniy i razvitiy tovarnogo brenda [Stages of branding as a process of creating and developing a commodity brand]. *Molodoy student* [Young Scientist], 2012, no. 8, pp. 106–108. (In Russ.).

13. Konev A.V. K voprosu o brandinge obrazovatel'noy uslugi v usloviykh krizisa [On the issue of branding educational services in crisis conditions]. *Molodej i nauka: realnost i buduchee* [Youth and Science: Reality and the Future]. Makhachkala, Far Eastern State Technical University Publ., 2017. Pp. 54–57. (In Russ.).

14. Wheeler A. *Individualnost Brenda. Rukovodstvo po sozdaniy, prodvijeniy i podderjke silnix brendov* [Brand identity. Guide to the creation, promotion and support of strong brands]. Moscow, Alpina Business Books Publ., 2004. (In Russ.).

15. Spirina N.A. Algorithmization of the process of brand building of higher educational institution: methodological aspect. *Voprosy upravleniya* [Journal of management], 2016, no. 2 (39). Available at: <http://vestnik.uapa.ru/en/issue/2016/02/34/>, accessed 14/10/2018.

16. Zavalko N.A. Problemi marketinga obrazovaniy v aspekte prodvijeniy obrazovatelnix uslug [Problems of marketing education in the aspect of promoting educational services]. *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya Ekonomika* [Messenger of Omsk University. Series Economy], 2011, no. 3, pp. 119–123. (In Russ.).

17. Kvochkina I.A. Suchnost brendinga obrazovatelnoy organizacii [The essence of the branding of an educational organization]. *Sovremennoe obchestvo i vlast* [Journal of modern society and power]. Available at: <http://gmanagement.ru/index.php/en/arxiv/06-2015r/296-kvochkina-062015>, accessed 14.10.2018. (In Russ.).

18. Konev A.V. K voprosu o sozdanii obrazovatel'nogo brenda Yamala na osnovanii obrazovatel'noy praktiki [On the issue of creating the educational brand of Yamal on the basis of educational practice]. *Teoreticheskie i prikladnie issledovaniy socialno-ekonomicheskix system v usloviyax integracii Rossii v mirivuy ekonomiku* [Theoretical and applied research of socio-economic systems in conditions of Russia's integration into the world economy]. Tyumen, Tyumen State University Publ., 2017. Pp. 28–34. (In Russ.).