

УДК 378.147

ОСОБЕННОСТИ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

К.В. Лосев, А.Ю. Тихонов

Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения, Санкт-Петербург,
email: kafedra_62@mail.ru, tikhonovicha@gmail.com

Аннотация. Цифровая трансформация российского образования обуславливает изменение содержания, форм и методов подготовки педагогических кадров. В статье рассматривается специфика современного педагогического образования, развивающегося в условиях активного внедрения цифровых технологий и расширения практик маркетинговых коммуникаций образовательных организаций. Раскрываются ключевые направления развития цифровых компетенций будущих педагогов — от освоения искусственного интеллекта и адаптивных обучающих систем до проектирования интерактивных образовательных ресурсов. Проанализированы возможности и риски применения маркетинговых инструментов в продвижении педагогических вузов, влияние цифровой среды на формирование имиджа педагогической профессии, необходимость развития у будущих учителей навыков самопрезентации и взаимодействия с целевыми аудиториями. Показано, что интеграция цифровой дидактики и маркетингового подхода создает принципиально новую образовательную среду, требующую переосмысления традиционных педагогических практик и формирования у выпускников педагогических вузов готовности к работе в условиях высокой конкуренции и постоянных технологических изменений.

Ключевые слова: педагогическое образование, цифровые технологии, маркетинговые коммуникации, цифровая дидактика, искусственный интеллект, адаптивное обучение, профессиональные компетенции педагога.

FEATURES OF TEACHER EDUCATION IN THE CONTEXT OF DIGITAL TECHNOLOGIES AND MARKETING COMMUNICATIONS

K.V. Losev, A.Yu. Tikhonov

Saint-Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, Saint-Petersburg, email: kafedra_62@mail.ru, tikhonovicha@gmail.com

Abstract. The digital transformation of Russian education determines changes in the content, forms and methods of teacher training. The article examines the specifics of modern pedagogical education developing in the context of active implementation of digital technologies and expansion of marketing communication practices in educational organizations. Key directions for the development of digital competencies of future teachers are revealed — from mastering artificial intelligence and adaptive learning systems to designing interactive educational resources. The opportunities and risks of using marketing tools in promoting pedagogical universities, the influence of the digital environment on shaping the image of the teaching profession, and the need to develop self-presentation skills and interaction with target audiences among future teachers are analyzed. It is shown that the integration of digital didactics and marketing approach creates a fundamentally new educational environment that requires rethinking traditional pedagogical practices and forming graduates' readiness to work in conditions of high competition and constant technological changes.

Keywords: pedagogical education, digital technologies, marketing communications, digital didactics, artificial intelligence, adaptive learning, professional competencies of teachers.

Дата поступления статьи в редакцию: 10.07.2026

Дата принятия статьи в печать: 25.08.2026

Введение

Цифровая трансформация общества, протекающая в России, начиная с 2020 года, с беспрецедентной скоростью, кардинально изменила условия функционирования системы образования. Педагогические вузы столкнулись с необходимостью одновременного решения нескольких взаимосвязанных задач: модернизации содержания подготовки будущих учителей с учетом требований цифровой экономики, освоения инновационных образовательных технологий и

инструментов, выстраивания эффективных коммуникаций с целевыми аудиториями в условиях жесткой конкуренции на рынке образовательных услуг. Как фиксируют исследователи Московского городского педагогического университета, истоки значительной части проблем информатизации образования связаны с недостаточным качеством подготовки педагогов к профессиональной деятельности в условиях цифровой трансформации [4].

Актуальность темы обусловлена противоречием между стремительным развитием цифровых технологий, проникающих во все сферы образовательной деятельности, и сохраняющимися традиционными подходами к подготовке педагогических кадров. Одновременно педагогические университеты вынуждены конкурировать за абитуриентов в условиях низкого престижа учительской профессии, что требует активного применения маркетинговых инструментов и выстраивания системных коммуникаций с потенциальными студентами, их родителями, работодателями.

Впрочем, простое наложение маркетинговых практик на образовательную среду оказывается недостаточным — требуется концептуальное переосмысление всей системы педагогического образования.

Результаты исследования

Становление цифровой дидактики знаменует переход от классической модели трансляции знаний к проектированию образовательного процесса. Исследователи из Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина на основе опроса 420 студентов педагогического направления установили четыре приоритетных направления формирования цифровой готовности будущих педагогов [7]. Первое — развитие компетенций по созданию и использованию интерактивных образовательных ресурсов в системах дистанционного обучения, что предполагает не только техническое владение инструментами, но и понимание дидактических принципов их применения.

Второе направление связано с освоением возможностей искусственного интеллекта и нейросетевых технологий. Студенты педагогических вузов должны научиться работать с генеративными нейросетями, платформами распознавания и синтеза речи, диалоговыми системами и чат-ботами — причем не как пользователи, а как педагоги-проектировщики, способные оценить дидактическую целесообразность применения того или иного инструмента [3]. Согласно данным констатирующего эксперимента, проведенного в нескольких российских вузах в 2024 году, у 89,4% будущих педагогов зафиксирован ознакомительный или начальный уровень компетентности в области искусственного интеллекта, что свидетельствует о масштабе проблемы.

Третье направление — применение технологий анализа больших данных для персонализации обучения. Реализация возможностей таких технологий позволяет выявлять индивидуальные траектории работы каждого обучающегося, его трудности и зоны ближайшего развития, что дает педагогу основания для своевременной корректировки педагогического воздействия. Четвертое направление — проектирование индивидуальных образовательных маршрутов на основе современных цифровых инструментов, включая адаптивные обучающие платформы, системы автоматического подбора контента, инструменты визуализации прогресса учащегося.

Однако массовое внедрение цифровых технологий сталкивается с рядом проблем. Среди преподавателей и студентов сохраняется недостаточно высокий уровень цифровой грамотности, ограниченный доступ к качественному аппаратному и программному обеспечению, низкие дидактические характеристики многих цифровых образовательных ресурсов [4]. Вынужденный массовый переход на дистанционное обучение в 2020 году обнажил эти противоречия, но одновременно дал мощный импульс к развитию цифровых компетенций всех участников образовательного процесса.

В российских педагогических вузах в рамках программ «Приоритет 2030» и «Цифровые кафедры» создаются условия для получения будущими учителями дополнительных компетенций в IT-сфере — начиная с 2022 года студенты педагогических направлений могут параллельно осваивать профессии программиста, разработчика образовательных приложений, специалиста по образовательной аналитике. Подобная интеграция педагогического и технологического образования формирует принципиально новый тип специалиста, способного не просто применять готовые цифровые решения, но и участвовать в их создании с учетом педагогических целей и контекста.

Цифровая дидактика смещает роль учителя от транслятора знаний к проектировщику процесса обучения [6]. Педагог должен уметь: проектировать цели обучения с использованием

высокотехнологичной среды, создавать интерактивное содержание и значимый опыт учения через отбор цифровых инструментов, проектировать действенные способы оценивания в соответствии с поставленными целями. Перечисленные компетенции кардинально отличаются от традиционных требований к учителю и требуют системного обновления содержания педагогического образования.

Специфика маркетинговых коммуникаций педагогических университетов

Педагогические университеты России оказались в сложной ситуации: с одной стороны, государство ставит задачу повышения качества педагогических кадров и престижа учительской профессии, с другой стороны, низкая привлекательность педагогической карьеры для молодежи создает устойчивый дефицит абитуриентов. Исследование специфики продвижения педагогических университетов, проведенное в 2023–2024 годах с участием экспертов из ведущих педагогических вузов России, показало: особенность коммуникационной деятельности таких организаций состоит в необходимости работы в двух направлениях одновременно — повышение имиджа профессии учителя в обществе и продвижение конкретного вуза [1].

Эксперты отмечают: вузы популярных направлений подготовки конкурируют между собой за уже профессионально ориентированных абитуриентов, тогда как педагогические университеты должны сначала привлечь молодых людей в саму профессию, сформировать у них мотивацию стать учителем, а уже потом конкурировать с другими педагогическими вузами. Это принципиальное отличие определяет специфику контента, каналов коммуникации и инструментов продвижения.

Наиболее эффективным каналом продвижения все без исключения эксперты назвали интернет-коммуникации, особенно в социальных сетях (100% ответов) [1]. Аргументация связана с близостью соцсетей к целевым аудиториям, особенностями современных абитуриентов как представителей цифрового поколения, оперативностью и широкими коммуникационными возможностями социальных сетей. Анализ коммуникации педагогических университетов показал: наиболее активной площадкой является ВКонтакте, следующая по количеству подписчиков — Instagram (до 2022 года). С 2023 года активно развиваются коммуникации в Telegram-каналах и чатах, позволяющих выстраивать более персонализированное взаимодействие с потенциальными абитуриентами.

Около 80% педагогических вузов используют интернет-рекламу, около 70% — организацию специальных мероприятий: дни открытых дверей, образовательные интенсивы, профориентационные школы, конкурсы для школьников. Интересная деталь: публикации в СМИ и рассылку пресс-релизов в качестве инструмента продвижения назвали представители только двух вузов из обследованных. Это свидетельствует о смещении фокуса коммуникаций в цифровую среду и снижении значимости традиционных PR-инструментов для данной целевой аудитории.

Контент-анализ групп педагогических университетов в социальных сетях выявил преобладание информационных сообщений о внутренних событиях вуза, достижениях сотрудников и студентов. Однако только часть университетов систематически включают в коммуникацию профильную педагогическую информацию: сведения о профессии педагога, интервью с учителями-выпускниками, анонсы педагогических конкурсов, материалы о социальной миссии учительства. Между тем именно такой контент способен формировать позитивное восприятие педагогической профессии и постепенно повышать ее престиж среди молодежи [1].

Среди основных проблем продвижения педагогических вузов эксперты назвали недостаточное финансирование маркетинговой деятельности, сложность изменения общественного мнения относительно учительской профессии, недостаточное осознание руководством вузов необходимости системного продвижения. Последний фактор особенно важен: в условиях, когда многие педагогические университеты воспринимают себя прежде всего как образовательные организации, выполняющие государственный заказ, маркетинговая функция часто рассматривается как второстепенная или даже чуждая академической среде.

Интеграция цифровых технологий и маркетингового подхода в подготовке педагогов

Формирование у будущих педагогов маркетинговых компетенций становится не менее важным, чем освоение цифровых технологий. Современный учитель должен уметь позиционировать себя как профессионала, выстраивать коммуникацию с различными целевыми аудиториями (учащиеся, родители, коллеги, администрация, социальные партнеры), формировать и поддерживать собственный профессиональный имидж. Это особенно актуально в контексте

развития частного репетиторства, онлайн-школ, образовательных платформ — сфер, где педагог выступает не только как специалист-предметник, но и как самостоятельный субъект рынка образовательных услуг.

Цифровые маркетинговые коммуникации открывают для педагогических вузов и их выпускников новые возможности. Среди преимуществ: преодоление географических и временных границ коммуникации с целевой аудиторией, снижение культурных и языковых барьеров, обеспечение интерактивного взаимодействия, сбор информации об интересах и поведении целевой аудитории, формирование и укрепление положительного имиджа [5]. Модель цифровых маркетинговых коммуникаций, разработанная для университетов, включает использование поисковых систем, социальных сетей, мессенджеров, электронной почты, мобильных приложений, онлайн-СМИ, виртуальных мероприятий, сотрудничество с лидерами мнений и блогерами.

Применительно к педагогическому образованию это означает необходимость включения в образовательные программы дисциплин, формирующих у студентов понимание принципов цифрового маркетинга, умение создавать образовательный контент для различных платформ, навыки работы с обратной связью в цифровой среде, способность анализировать эффективность собственной коммуникации. В ряде педагогических вузов России с 2023 года введены модули «Самопрезентация педагога в цифровой среде», «Основы образовательного маркетинга», «Продвижение образовательных проектов».

Цифровизация создает условия для персонализации не только обучения, но и профессионального развития педагога. Адаптивные обучающие платформы, используемые в системе повышения квалификации и профессиональной переподготовки, позволяют выстраивать индивидуальные траектории освоения новых компетенций с учетом исходного уровня подготовки, профессиональных дефицитов, карьерных целей конкретного специалиста [2]. Системы на основе искусственного интеллекта анализируют прогресс педагога, предлагают релевантные образовательные ресурсы, формируют рекомендации по дальнейшему развитию.

Важно отметить этические аспекты применения цифровых технологий и маркетинговых инструментов в педагогическом образовании. Сбор и обработка больших данных о студентах, использование алгоритмов для прогнозирования их образовательных траекторий, применение персуазивных технологий в коммуникации с абитуриентами — все это порождает вопросы о границах допустимого, защите персональных данных, предотвращении манипулятивных практик. Будущие педагоги должны не только владеть цифровыми и маркетинговыми инструментами, но и понимать связанные с ними риски, уметь критически оценивать этическую сторону тех или иных технологических решений.

Перспективы и вызовы развития педагогического образования

Анализ современного состояния педагогического образования в России позволяет выделить несколько ключевых направлений его развития в ближайшие годы. Первое — дальнейшая интеграция цифровых технологий в содержание подготовки педагогов с акцентом на освоении инструментов искусственного интеллекта, виртуальной и дополненной реальности, технологий анализа образовательных данных. Прогнозируется, что к 2030 году базовые навыки работы с ИИ-ассистентами, адаптивными платформами, системами автоматической проверки заданий станут обязательными для всех выпускников педагогических вузов [7].

Второе направление — развитие гибридных и модульных образовательных программ, позволяющих студентам самостоятельно конструировать траекторию профессиональной подготовки из множества предложенных модулей, включая междисциплинарные и практико-ориентированные. Подобная модель реализуется в нескольких ведущих педагогических университетах России с 2024 года и показывает позитивные результаты: студенты демонстрируют более высокую мотивацию, осознанность выбора специализации, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности.

Третье направление связано с усилением практической составляющей педагогического образования через расширение сетевого взаимодействия вузов со школами, создание университетских школ и лицеев как площадок для профессиональных проб студентов, внедрение моделей распределенной практики, когда студент с первого курса включается в реальную педагогическую деятельность под руководством наставника.

Четвертое направление — формирование у будущих педагогов предпринимательских компетенций и навыков самомаркетинга, что особенно важно в условиях развития негосударствен-

ного сектора образования, онлайн-образования, проектной деятельности. Современный учитель все чаще выступает как автор образовательных продуктов (онлайн-курсов, методических пособий, обучающих игр), организатор образовательных событий, что требует понимания основ образовательного предпринимательства и умения продвигать результаты своей профессиональной деятельности.

Вместе с тем существует ряд рисков и вызовов. Стремительность цифровой трансформации создает опасность поверхностного освоения технологий без глубокого понимания их педагогического потенциала и ограничений. Увлечение маркетинговыми инструментами может привести к коммерциализации педагогического образования, когда критерием успешности вуза становится не качество подготовки специалистов, а количество привлеченных абитуриентов и объем внебюджетных средств. Цифровое неравенство между регионами России угрожает усилением разрыва в качестве педагогического образования: столичные вузы получают доступ к самым современным технологиям и практикам, тогда как региональные остаются в рамках традиционных подходов.

Принципиальным вызовом остается проблема привлечения в педагогическую профессию талантливой молодежи. Никакие маркетинговые усилия вузов не решат эту задачу без системных мер государственной политики по повышению социального статуса и материального положения учителей. Как справедливо отмечают эксперты, специфика продвижения педагогических университетов определяется не технологическими, а содержательными особенностями: необходимостью последовательного формирования позитивного образа педагогической профессии в общественном сознании [1]. Эта работа невозможна усилиями одних только вузов и требует координации на уровне министерств, региональных органов управления образованием, профессионального сообщества.

Заключение

Педагогическое образование в современной России переживает период глубокой трансформации, обусловленной конвергенцией цифровых технологий и маркетинговых практик. Формирование у будущих педагогов цифровых компетенций — от владения инструментами искусственного интеллекта до проектирования адаптивных образовательных сред — становится императивом профессиональной подготовки. Одновременно педагогические вузы и их выпускники вынуждены осваивать логику маркетинговых коммуникаций, учиться позиционировать себя в конкурентной среде, выстраивать эффективное взаимодействие с множественными целевыми аудиториями.

Интеграция цифровой дидактики и маркетингового подхода создает новые возможности для развития педагогического образования: гибкие образовательные траектории, персонализация обучения, расширение географии взаимодействия, повышение привлекательности педагогической профессии через современные форматы коммуникации. В то же время этот процесс порождает риски: цифровое неравенство, коммерциализацию образования, поверхностное освоение технологий, этические проблемы использования персональных данных.

Успешность трансформации педагогического образования зависит от нескольких факторов: системной государственной поддержки педагогических вузов и повышения престижа учительской профессии; готовности преподавателей педагогических вузов к освоению цифровых и маркетинговых инструментов; создания современной инфраструктуры — от высокоскоростного интернета до адаптивных обучающих платформ; формирования этических стандартов применения цифровых технологий в образовании; развития научных исследований эффективности новых подходов к подготовке педагогов.

Перспективы развития педагогического образования связаны с переходом от модели транслирующего обучения к проектной, исследовательской, предпринимательской деятельности студентов в цифровой образовательной среде. Будущий педагог должен быть готов не просто применять готовые технологические решения, но и участвовать в их создании, критически оценивать их педагогический потенциал, адаптировать под конкретные образовательные контексты. Одновременно ему необходимы навыки профессиональной самопрезентации, понимание принципов образовательного маркетинга, способность выстраивать долгосрочные коммуникации с различными участниками образовательных отношений.

Литература

1. Вагенляйтнер Н.В., Вакула А.П. Исследование специфики продвижения педагогических университетов // Вопросы журналистики, педагогики и языкознания. 2021. № 40 (3). С. 335- 346. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-3-335-346 EDN: SUREXW.
2. Везиров Т.Г. Роль адаптивного обучения с использованием цифровых технологий в подготовке магистров педагогического образования // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Психолого-педагогические науки. 2024. Т. 18. № 4. DOI: 10.31161/1995-0659-2024-18-4-26-29 EDN: FMMGYW.
3. Водяненко Г.Р., Шипицын В.Д., Некрасова Г.Н. Проблема формирования цифровой педагогической компетентности будущих учителей и пути ее решения средствами лабораторного практикума по искусственному интеллекту // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2025. № 12. С. 350-364. DOI: 10.24412/2304-120X-2025-11254 EDN: PCJTXE.
4. Гриншкун В.В., Суворова Т.Н. Особенности подготовки педагогов в условиях цифровой трансформации системы образования // Вестник Московского университета. Серия 20. Педагогическое образование. 2024. Т. 22, № 1. С. 95-110. DOI: 10.55959/LPEJ-24-05 EDN: BCERXQ.
5. Дербинская Е.А. Инновационные подходы к продвижению бренда университета в цифровой среде // Вестник Брестского государственного технического университета. 2024. № 1. С. 198-205. DOI: 10.36773/1818-1112-2024-133-1-198-203 EDN: RCVHGA.
6. Петрова Е.В. Цифровая дидактика: проектирование процесса обучения и его сопровождение // Современное педагогическое образование. 2018. № 4. С. 141-144. EDN: YUSQOD.
7. Фулин В.А., Иванова Д.С., Костикова Л.П. Ключевые направления подготовки будущих педагогов в контексте цифровой трансформации образования // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2025. № 8. С. 244-257. DOI: 10.24412/2304-120X-2025-11162 EDN: SQHKDE.