

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет естественных наук, математики и технологий
Кафедра Теории и методики профессионального образования, сервиса и технологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Факультет естественных
наук, математики и
технологий

Токарева Юлия Сергеевна

« ____ » _____ 20 ____
г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.01.01 Маркетинг образовательных услуг
на 72 часа(ов), 2 зачетных(ые) единиц(ы)
для направления подготовки (специальности) 44.04.01 - Педагогическое образование

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № ____

Профиль – Менеджмент в образовании (для набора 2023)
Форма обучения: Очная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Формирование у магистрантов компетенций в области управления маркетинговой деятельностью, позволяющих осуществлять эффективное продвижение образовательных услуг

Задачи изучения дисциплины:

- формировать готовность к разработке и реализации методических моделей, методик, технологий и приемов маркетинговой деятельности; к анализу процессов мониторинга, использования его результатов в учреждении для совершенствования управленческой деятельности; - организовать командную работу для решения задач развития образовательной организации на основе маркетингового исследования.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина Б1.В.01.01 «Маркетинг образовательных услуг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, в модуле "Технологии управления образовательными организациями". Освоение данной дисциплины является необходимой основой для практико-ориентированной и профессиональной деятельности, а также же для выполнения научно-исследовательской работы и подготовки магистерской диссертации. Содержание дисциплины представляет интегрированный характер и направлено на актуализацию знаний, умений и навыков, приобретаемых магистрами при изучении базовых дисциплин.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

Виды занятий	Семестр 3	Всего часов
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	30	30
Лекционные (ЛК)	10	10
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	20	20
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	42	42

Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-5	ОПК-5.1. Знает: принципы организации контроля и оценивания образовательных результатов обучающихся, разработки программ мониторинга; специальные технологии и методы, позволяющие разрабатывать и реализовывать программы преодоления трудностей в обучении	Знать: основные понятия образовательного маркетинга; основные теоретические аспекты маркетинга образовательных услуг; методический инструментарий анализа маркетинговой деятельности
ОПК-5	ОПК-5.2. Умеет: применять инструментарий и методы диагностики и оценки показателей уровня и динамики развития обучающихся; проводить педагогическую диагностику трудностей в обучении	Уметь: проводить маркетинговые исследования в образовательной деятельности; разрабатывать программу продвижения образовательного учреждения на рынке образовательных услуг; оценивать конкурентоспособность образовательной организации; использовать полученные знания в образовательной практике
ОПК-5	ОПК-5.3. Владеет: действиями применения методов контроля и оценки образовательных результатов	Владеть: специальной терминологией учебной дисциплины; профильным методическим

	<p>обучающихся, программ мониторинга образовательных результатов обучающихся, оценки результатов их применени</p>	<p>инструментарием. основами командной работы для решения задач развития организации, осуществляющей образовательную деятельность</p>
ПК-3	<p>ПК-3.1. Знает: системно о специфике исследования, организации и оценки управленческих процессов образовательных организаций с помощью различных инновационных технологий менеджмента; интерпретирует принципы менеджмента качества и виды управленческих процессов с позиции их применения в сфере образования</p>	<p>Знать: роль рынка в управлении образовательными услугами, а также рыночные факторы определяющие характер образовательных услуг; принципы разработки и реализации маркетингового комплекса образовательных услуг</p>
ПК-3	<p>ПК-3.2. Умеет: определить и обосновать стратегию развития образовательной организации с учетом ее специфики и имеющихся ресурсов: осуществить обоснованный выбор инновационных технологий менеджмента для исследования, организации и оценки управленческих процессов образовательной организации</p>	<p>Уметь: оперировать ключевыми понятиями; осуществлять PEST, SPACE, SWOT-анализ маркетинговой среды образовательной организации</p>
ПК-3	<p>ПК-3.3. Владеет навыками использования различных инновационные технологии менеджмента для исследования, организации и оценки управленческих процессов образовательных организаций с учетом существующих условий</p>	<p>Владеть: навыками экспертной оценки текущего состояния и тенденций и противоречий потребительского рынка; методами анализа конкурентов, потребителей и поставщиков, инструментами поиска новых рыночных возможностей и их внедрения</p>

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1	Маркетинг в сфере услуг.	Маркетинг в сфере услуг. Система маркетинга организаций. Специфика маркетинга образовательных услуг	14	2	4	0	8
2	2.1	Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг	Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг	14	2	4	0	8
3	3.1	Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг.	Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг. Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности	14	2	4	0	8
4	4.1	Маркетинговая служба в сфере предоставления образовательных услуг.	Маркетинговая служба в сфере предоставления образовательных услуг. Качество образовательных услуг	15	2	4	0	9
	4.2	Продвижение образовательных услуг на рынок	Продвижение образовательных услуг на рынок	15	2	4	0	9
Итого				72	10	20	0	42

3.2. Содержание разделов дисциплины

3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Маркетинг в сфере услуг.	Сущность маркетинга. Система маркетинга организации. Понятие маркетинга образования. Определение образовательных услуг с позицией маркетинга. Маркетинговые исследования как вид маркетинговой деятельности образовательных учреждений. Роль, функции и общая схема исследований в маркетинге	2
2	2.1	Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг	Понятие среды образования. Внешняя среда образовательной сферы. Анализ среды окружения (мезосреды) образования.	2
3	3.1	Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг.	Сущность маркетинговых коммуникаций. Основы Сущность маркетинговых коммуникаций. Основы рекламной деятельности. Связи с общественностью. Прямой маркетинг.	2
4	4.1	Маркетинговая служба в сфере предоставления образовательных услуг.	Анализ факторов поведения потребителей. Процесс принятия решения потребителем образовательной услуги. Прогнозирование спроса на образовательные услуги. Элементы системы управления маркетингом. Анализ рынка образовательных услуг. Разработка плана маркетинга образовательного учреждения. Маркетинг услуг, в том числе образовательных. Маркетинг и общество. Международный маркетинг. Реализация плана маркетинга. Конкретная ситуация. Стратегия конкуренции. Качество образовательных услуг Маркетинг и общество. Современные технологии контроля качества образовательных услуг	2

	4.2	Продвижение образовательных услуг на рынок	Инструменты и методы коммуникаций, используемые при продвижении образовательных услуг на рынке. Жизненный цикл кооперации образовательных учреждений Т. Лаптона.	2
--	-----	--	--	---

3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Маркетинг в сфере услуг.	Основные характеристики услуг. Специфические особенности образовательных услуг. Специфика маркетинга образовательных услуг	4
2	2.1	Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг	Классификация методов исследования. Характеристика методов исследования. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях	4
3	3.1	Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг.	Анализ внутренней среды образовательного учреждения. Методы количественного анализа рынка образования. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг Ярмарочная и выставочная деятельность в сфере образовательных услуг. Окружающая маркетинговая среда. Рынок образовательных услуг.	4
4	4.1	Маркетинговая служба в сфере предоставления образовательных услуг.	Стимулирование продаж образовательных услуг. Связи общественностью. Прямой маркетинг. Сегментация образовательных услуг. Исследование мнения студентов о качестве образования.	4
	4.2	Продвижение образовательных услуг на рынок	Метод пробной покупки. Бренд – особенности использования метода в условиях продвижения образовательных услуг на рынок. PR-методы продвижения образовательных услуг на рынок.	4

3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Маркетинг в сфере услуг. Система маркетинга организаций. Специфика маркетинга образовательных услуг	Составление конспекта, Подготовка электронной презентации. Написание эссе по изученной проблематике	8
2	2.1	Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг	Реферативное изложение (написание рефератаконспекта, рефератарезюме, реферата- обзора, реферата-доклада и т.п.) Написание эссе по изученной проблематике.	8
3	3.1	Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг. Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности	Написание эссе по изученной проблематике	8
4	4.1	Маркетинговая служба в сфере предоставления образовательных услуг. Качество образовательных услуг	Подготовка сообщений и докладов	9
	4.2	Продвижение образовательных услуг на рынок	Написание эссе по изученной проблематике	9

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам

освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг образовательных услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 330 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). <https://biblioonline.ru/book/69FE7B08-2D2C-4815-BB21-45164602020A>

2. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 408 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). <https://biblio-online.ru/book/7BFFFE8C-2720-4138-A588-21E1A3065865>

3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). <https://biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF834B-973D452A4D33>

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Диденко, Н. И. Международный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 409 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). <https://biblio-online.ru/book/16525970-F49C4C0C-8D58-AC31838B951C>

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
ЭБС «Лань»	https://e.lanbook.com/
ЭБС «Юрайт»	https://urait.ru/
ЭБС «Консультант студента»	https://www.studentlibrary.ru/

ЭБС «Троицкий мост»	http://www.trmost.ru/
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки.	http://diss.rsl.ru/
Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	https://elibrary.ru/
Федеральный портал «Российское образование»	http://www.edu.ru
Вестник образования России	http://vestniknews.ru
Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»	http://ecsocman.hse.ru/
Универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия «Кругосвет»	http://www.krugosvet.ru/
Природа России	http://www.priroda.ru
Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных Интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования.	http://window.edu.ru

6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	

Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

1. Общие методические рекомендациям по изучению дисциплины Несмотря на наличие учебников, которые для студентов являются основным источником информации, лекции остаются основной формой обучения. При существовании разнообразных концепций по отдельным темам лекции необходимы для их объективного освещения. Поэтому посещение лекций по дисциплине обязательно для студентов.

Для успешного овладения дисциплиной необходимо выполнять следующие требования:

- 1) посещать все лекционные и практические занятия, поскольку весь тематический материал взаимосвязан между собой и теоретического овладения пропущенного недостаточно для качественного усвоения знаний по дисциплине;
- 2) все рассматриваемые на лекциях и практических занятиях темы и вопросы обязательно фиксировать (либо на бумажных, либо на машинных носителях информации);
- 3) обязательно выполнять все домашние задания, получаемые на лекциях или практических занятиях;
- 4) проявлять активность на интерактивных лекциях и практических занятиях, а также при подготовке к ним;
- 5) в случаях пропуска занятий по каким-либо причинам, необходимо обязательно самостоятельно изучать соответствующий материал.

2. Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Для успешного проведения практических занятий с творческой дискуссией нужна целенаправленная предварительная подготовка магистранта. Магистранты получают от преподавателя конкретные задания на самостоятельную работу в форме проблемно сформулированных вопросов, которые потребуют от них не только поиска литературы, но и выработки своего собственного мнения, которое они должны суметь аргументировать и защищать. Семинар в сравнении с другими формами обучения требует от студентов высокого уровня самостоятельности в работе с литературой, инициативы, а именно: умение работать с несколькими источниками, осуществление сравнение того, как один и тот же вопрос излагается различными авторами, формулирование собственных обобщений и выводов. В ходе семинара магистрант учится публично выступать, видеть реакцию слушателей, логично и ясно излагать свои мысли, приводить доводы, формулировать аргументы в защиту своей позиции. На семинаре каждый обучающийся имеет возможность критически оценить свои знания, сравнить со знаниями и умениями их излагать других студентов, сделать выводы о необходимости более углубленной и ответственной работы над обсуждаемыми проблемами. Поэтому семинарское занятие эффективно тогда, когда проводится как заранее подготовленное совместное обсуждение выдвинутых вопросов каждым участником семинара. Готовясь к семинару, студенты должны:

1. Познакомиться с рекомендуемой преподавателем литературой;
2. Рассмотреть различные точки зрения по изучаемой теме, используя все доступные источники информации;
3. Выделить проблемные области и неоднозначные подходы к решению поставленных вопросов;

4. Сформулировать собственную точку зрения;

5. Предусмотреть возникновение спорных ситуаций при решении отдельных вопросов и быть готовыми сформулировать свой дискуссионный вопрос.

3. Методические рекомендации по подготовке докладов и сообщений на семинарах

Подготовка доклада требует от магистранта большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы. Она включает несколько этапов и предусматривает длительную, систематическую работу студентов и помощь педагогов по мере необходимости:

- составляется план доклада путем обобщения и логического построения материала доклада;
- подбираются основные источники информации;
- систематизируются полученные сведения путем изучения наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, возможно, дает сам преподаватель;
- делаются выводы и обобщения в результате анализа изученного материала, выделения наиболее значимых для раскрытия темы доклада фактов, мнений разных ученых и требования нормативных документов.

Доклад по укрупненной теме может выполняться несколькими магистрантами, между которыми распределяются вопросы выступления. Обычно в качестве тем для докладов преподавателем предлагается тот материал учебного курса, который не освещается в лекциях, а выносится на самостоятельное изучение студентами.

Построение доклада, как и любой другой научной работы, традиционно включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении обозначается актуальность исследуемой в докладе темы, устанавливается логическая связь ее с другими темами. В заключении формулируются выводы, делаются предложения и подчеркивается значение рассмотренной проблемы. При проведении семинарских занятий методом развернутой беседы по отдельным вопросам может выступить заранее подготовленное сообщение. Сообщения отличаются от докладов тем, что дополняют вопрос фактическим материалом, примерами.

4. Порядок организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа бакалавров по данной дисциплине предполагает:

- самостоятельный поиск ответов и необходимой информации по предложенным вопросам;
- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- изучение теоретического и лекционного материала, а также основной и дополнительной литературы при подготовке к семинарским занятиям, научным дискуссиям, написании докладов;
- самостоятельное изучение отдельных вопросов, не рассматриваемых на практических занятиях, по перечню, предусмотренному рабочей программой дисциплины.
- подготовка к контрольным работам по темам, предусмотренным программой данного курса;

Объем заданий рассчитан максимально на 2-4 часа в неделю. Алгоритм самостоятельной работы студентов:

1 этап – поиск в литературе и изучение теоретического материала на предложенные преподавателем темы и вопросы;

2 этап – осмысление полученной информации из основной и дополнительной литературы, освоение терминов и понятий, механизма решения задач;

3 этап – составление плана ответа на каждый вопрос или алгоритма решения задачи.

Разработчик/группа разработчиков:
Нина Ивановна Рыжова

Типовая программа утверждена

Согласована с выпускающей кафедрой
Заведующий кафедрой

_____ «___» _____ 20__ г.