

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Сочинский государственный университет»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Маркетинг программ дополнительного образования
(указывается наименование дисциплины по учебному плану)

Шифр и направление подготовки	44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр (бакалавр, магистр, и т.п., согласно лицензии)
Профиль подготовки	Начальное образование и дополнительное образование (наименование программы бакалавриата/магистратуры/специалитета)
Форма обучения	очная (очная, заочная, очно-заочная)
Выпускающая кафедра	Кафедра педагогического и психолого-педагогического образования (название)
Кафедра-разработчик рабочей программы	Кафедра педагогического и психолого-педагогического образования (название)
Год набора	2023

Семестр	Трудоемкость (час./зет.)	Лекцион. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
8	108/3	18	18	-	72	-	Зачет
Итого:	108/3	18	18	-	72	-	Зачет

Сочи 2023 г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины «Маркетинг программ дополнительного образования»

Рабочую программу составил (и):

Мазниченко Марина Александровна, доктор педагогических наук, доцент



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА:

Заведующий кафедрой

Muzhikina
подпись

Мушкина И.А.
Ф.И.О.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду СГУ:

Директор НОБ

Славин
подпись

Омшенико В.В.
Ф.И.О.

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям:

Отдел качества образования и методического обеспечения

Васильченко
подпись

Васильченко В.В.
Ф.И.О.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 20__/20__ учебный год.
В программу внесены дополнения и (или) изменения:

(Указывается, в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

Заведующий кафедрой

подпись

Ф.И.О.

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Маркетинг программ дополнительного образования» является освоение студентами сущности и методик маркетинга программ дополнительного образования.

Задачи дисциплины:

- 1) Формирование целостного представления о маркетинге образовательных услуг как одном из направлений управленческой деятельности в образовательной организации.
- 2) Овладение студентами методиками маркетинга программ дополнительного образования
- 3) Формирование умений планирования, организации и контроля маркетинговой деятельности в образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

Дисциплина относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Таблица 1 – Дисциплины, участвующие в формировании компетенции

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции (перечисляются дисциплины, практики, кроме ГЭ, ВКР)
Профессиональные компетенции	
ПК-1. Способен осуществлять педагогическую диагностику результатов образования и воспитания обучающихся, профилировать педагогическую запущенность	Методика обучения русскому языку в начальной школе Методика обучения математики в начальной школе Методика обучения интегративному курсу "Окружающий мир" Методика обучения изобразительной деятельности в начальной школе Методика обучения технологии в начальной школе Теория и методика музыкального воспитания Методическая подготовка педагога дополнительного образования Технологии цифрового образования Основы кибербезопасности Проектирование программ дополнительного образования Педагогическая практика
ПК-2. Способен выстраивать взаимодействие с субъектами образовательного и воспитательного процесса в условиях школы и среды	Методика обучения русскому языку в начальной школе Методика обучения математики в начальной школе Методика обучения интегративному курсу "Окружающий мир" Методика обучения изобразительной деятельности в начальной школе Методика обучения технологии в начальной школе Теория и методика музыкального воспитания Методическая подготовка педагога дополнительного образования Технологии цифрового образования Основы кибербезопасности Проектирование программ дополнительного образования

	образования Педагогическая практика
ПК-4. Способен проектировать, реализовывать и сопровождать программы дополнительного образования детей и взрослых	Методическая подготовка педагога дополнительного образования Проектирование программ дополнительного образования Педагогическая практика Методическая практика

Таблица 2 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
Профессиональные компетенции		
ПК-1. Способен осуществлять педагогическую диагностику результатов образования и воспитания обучающихся, профилактировать педагогическую запущенность	ПК-1.1. Использует методы педагогической диагностики результатов образования и воспитания обучающихся, предупреждения отставания в обучении	Знать: методы педагогической диагностики результатов образования и воспитания обучающихся, способы использования результатов диагностики в маркетинге программ дополнительного образования Уметь: применять методы педагогической диагностики результатов образования и воспитания обучающихся с целью маркетинга программ дополнительного образования Владеть: опытом предупреждения отставания в обучении с целью продвижения программ дополнительного образования
	ПК-1.2. Взаимодействует с субъектами процессов образования и воспитания обучающихся в аспекте педагогической диагностики результатов образования и воспитания обучающихся, в том числе по предупреждению педагогической запущенности	Знать: способы взаимодействия с субъектами процессов образования и воспитания обучающихся в проведении педагогической диагностики с целью маркетинга программ дополнительного образования Уметь: организовывать взаимодействие с субъектами процессов образования и воспитания обучающихся в проведении педагогической диагностики с целью маркетинга программ дополнительного образования Владеть: навыками совместного с субъектами процессов образования и воспитания обучающихся проведения педагогической диагностики с целью маркетинга программ дополнительного образования
	ПК-1.3. Применяет методы и технологии педагогической диагностики для определения уровня обученности и предупреждения отставания в обучении	Знать: методы и технологии педагогической диагностики для определения уровня обученности и предупреждения отставания в обучении как основы продвижения программ дополнительного образования Уметь: применять методы и технологии педагогической диагностики для определения уровня обученности и предупреждения отставания в обучении как основу продвижения программ дополнительного образования Владеть: навыками продвижения программ дополнительного образования с учетом результатов педагогической диагностики
ПК-2. Способен взаимодействовать с участниками образовательных отношений в рамках реализации образовательных программ	ПК-2.1. Использует современные методики взаимодействия субъектов образовательного и воспитательного процесса	Знать: современные методики взаимодействия субъектов образовательного и воспитательного процесса в процессе маркетинга программ дополнительного образования Уметь: применять современные методики взаимодействия субъектов образовательного и воспитательного процесса в процессе маркетинга программ дополнительного образования Владеть: навыками построения продуктивного взаимодействия с родителями, коллегами в процессе маркетинга программ дополнительного образования

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	ПК-2.2. Применяет методы предупреждения конфликтов в условиях школы и среды	<p>Знать: методы предупреждения конфликтов в процессе маркетинговой деятельности по продвижению программ дополнительного образования</p> <p>Уметь: применять методы предупреждения конфликтов в процессе маркетинговой деятельности по продвижению программ дополнительного образования</p> <p>Владеть: навыками бесконфликтного общения в процессе маркетинга программ дополнительного образования</p>
	ПК-2.3. Организует интерактивное взаимодействие субъектов образовательного и воспитательного процесса	<p>Знать: роль маркетинговых стратегий в реализации программ дополнительного образования; содержание и специфику выбора маркетинговой стратегии, подходы к разработке и реализации маркетинговых программ</p> <p>Уметь: разрабатывать маркетинговые стратегии продвижения программ дополнительного образования, определять критерии эффективности маркетинговых решений</p> <p>Владеть: навыками выстраивания маркетинговых коммуникаций, в том числе с применением ресурсов ИКТ, основами разработки маркетинговой стратегии продвижения программ дополнительного образования, ее реализации с учетом специфики региональной среды дополнительного образования</p>
ПК-4. Способен проектировать, реализовывать и сопровождать программы дополнительного образования детей и взрослых	ПК-4.1. Демонстрирует знания об особенностях проектирования, реализации и сопровождения образовательного процесса по программам дополнительного образования детей и взрослых	<p>Знать: современные концепции маркетинга в образовании; основные понятия, теоретические и методические основы маркетинга программ дополнительного образования</p> <p>Уметь: отбирать и применять методы образовательного маркетинга в процессе проведения маркетинговых исследований с целью изучения внутренней и внешней среды образовательной организации и определения ее возможностей в реализации программ дополнительного образования</p> <p>Владеть: приемами систематизации и анализа информации, полученной в результате маркетинговых исследований, разработки программ маркетинга программ дополнительного образования</p>
	ПК-4.2. Способен проектировать и осуществлять образовательный процесс по программам дополнительного образования детей и взрослых, в том числе с особыми образовательными потребностями	<p>Знать: нормативно-правовые основы, содержание, способы маркетинговой деятельности, этапы, средства, каналы, факторы маркетинговых коммуникаций с целью продвижения программ дополнительного образования</p> <p>Уметь: создавать комплексы маркетинга, в соответствии с правовыми нормами и имеющимися ресурсами и ограничениями; строить продуктивное взаимодействие с участниками образовательных отношений в процессе реализации маркетинговых мероприятий; выстраивать маркетинговые коммуникации с участниками образовательных отношений</p> <p>Владеть: методами и приемами организации маркетинговых мероприятий на основе групповых и индивидуальных форм организации деятельности,</p>
	ПК-4.3. Осуществляет педагогический контроль и оценку результатов освоения программ дополнительного образования детей и взрослых	<p>Знать: методы педагогического контроля и оценки результатов освоения программ дополнительного образования детей и взрослых с целью их маркетинга</p> <p>Уметь: осуществлять педагогический контроль и оценку результатов освоения программ дополнительного образования детей и взрослых как основу их маркетинга</p> <p>Владеть: навыками использования результатов педагогического контроля и оценки освоения программ дополнительного образования детей и взрослых в деятельности по их продвижению</p>

3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины

Таблица 3 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

№ темы	Наименование темы дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Контактная работа			
			Лекции	Практические занятия*	Лабораторные работы*	
1	Основные понятия и концепции маркетинга	12	2	2		8
2	Понятие и концепции маркетинга образовательных услуг	12	2	2		8
3	Маркетинг в дополнительном образовании	12	2	2		8
4	Этапы маркетинговой деятельности в дополнительном образовании	12	2	2		8
5	Система маркетинговой информации и проведение маркетинговых исследований в дополнительном образовании детей и взрослых	12	2	2		8
6	Маркетинговая среда образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования	12	2	2		8
7	Факторы, влияющие на востребованность программ дополнительного образования	12	2	2		8
8	Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование программ дополнительного образования	12	2	2		8
9	Формирование комплекса маркетинга в сфере дополнительных образовательных услуг. Управление маркетинговой деятельностью по продвижению программ дополнительного образования	12	2	2		8
	Зачет	-	-	-		-
ИТОГО:		108	18	18		72

4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Основные понятия и концепции маркетинга	<p>Сущность маркетинга</p> <p>Основные понятия маркетинга: маркетинг, нужда, потребность, личные потребности, производственные потребности, спрос, товар, продукт, услуга, сделка, рынок и др.</p> <p>Значение маркетинга в управлении организацией</p> <p>Становление маркетинга</p> <p>Цель, задачи, принципы маркетинга</p> <p>Функции маркетинга</p> <p>Внешняя и внутренняя среда как контекст маркетинговой деятельности</p> <p>Современные концепции маркетинга:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Комплекс маркетинга "5 P": Product, Price, Place, Promotion, People – Концепция совершенствования товара – Концепция интенсификации коммерческих усилий – Концепция социально-этичного маркетинга. – Концепция маркетинговых отношений. – Концепция холистического маркетинга – Концепция маркетинга партнерских отношений (К. Гронрос и Э.Гуммесон).
2	Понятие и концепции маркетинга образовательных услуг	<p>Маркетинг услуг: основные понятия, особенности.</p> <p>Основные характеристики услуг.</p> <p>Образовательная услуга: понятие, специфические особенности. Характеристики образовательных услуг.</p> <p>Цели и функции образования.</p> <p>Роль маркетинга в образовании.</p> <p>Специфика маркетинга при оказании образовательных услуг.</p> <p>Структурно-функциональная модель маркетинга образовательных услуг.</p>
3	Маркетинг в дополнительном образовании	<p>Современное дополнительное образование детей и взрослых: состояние, особенности развития.</p> <p>Факторы развития маркетинга в системе дополнительного образования:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативно-правовой фактор - демографический фактор - финансирование дошкольного образования <p>Цель, принципы, функции маркетинга программ дополнительного образования</p>
4	Этапы маркетинговой деятельности в дополнительном образовании	<p>Процесс маркетинговой деятельности в образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования</p> <p>Основные этапы маркетинговой деятельности, их характеристика:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализ рыночных возможностей – отбор целевых рынков – создание комплекса маркетинга – управление маркетинговой деятельностью

5	Система маркетинговой информации и проведение маркетинговых исследований в дополнительном образовании детей и взрослых	<p>Информация: понятие, роль информации в принятии управленческих решений.</p> <p>Создание системы маркетинговой информации в дополнительном образовании</p> <p>Источники маркетинговой информации, необходимой образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования</p> <p>Организация маркетинговых исследований в образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования: цель, задачи, основные направления.</p> <p>Этапы маркетингового исследования, их характеристика.</p> <p>Методы маркетинговых исследований в образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования: наблюдение, эксперимент, проекционные методы, опрос</p> <p>Требования к составлению анкет</p>
6	Маркетинговая среда образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования	<p>Маркетинговая среда как объект маркетингового исследования.</p> <p>Понятие маркетинговой среды дополнительного образования.</p> <p>Макро-факторы маркетинговой среды дополнительного образования.</p> <p>Микро-факторы маркетинговой среды дополнительного образования</p> <p>Конкурентная позиция образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования, на рынке образовательных услуг</p> <p>Исследование конкурентной ситуации на рынке услуг дополнительного образования: основные задачи, методы изучения</p> <p>Построение конкурентного профиля образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования</p> <p>Методы конкурентной борьбы</p>
7	Факторы, влияющие на востребованность программ дополнительного образования	<p>Понятие «потребности», «образовательные потребности»</p> <p>Виды образовательных потребностей</p> <p>Образовательные потребности различных возрастных и социальных групп</p> <p>Способы выявления образовательных потребностей детей и взрослых в дополнительном образовании</p> <p>Понятия «потребитель образовательной услуги», «заказчик образовательной услуги», «покупатель образовательной услуги»</p> <p>Причины исключения из нормативно-правовых документов Российской Федерации понятия «образовательная услуга» и замены его термином «реализация образовательной программы»</p> <p>Родитель как покупатель образовательной услуги дополнительного образования детей</p> <p>Процесс принятия родителями решения о</p>

		приобретении платной образовательной услуги Особенности покупательского поведения родителей на различных этапах принятия решений Факторы, влияющие на покупательское поведение родителей
8	Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование программ дополнительного образования	Сегментация рынка: сущность, значение Процесс сегментации рынка услуг дополнительного образования Критерии и условия эффективности сегментации рынка услуг дополнительного образования Подходы к сегментации рынка услуг дополнительного образования Преимущества и трудности использования различных подходов к сегментации рынка образовательных услуг дополнительного образования. Позиционирование услуг дополнительного образования на рынке.
9	Формирование комплекса маркетинга в сфере дополнительных образовательных услуг. Управление маркетинговой деятельностью по продвижению программ дополнительного образования	Планирование маркетинговой деятельности в образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования Распределение обязанностей между сотрудниками в процессе планирования Организация маркетинговой деятельности Маркетинговая служба в образовательной организации Распределение обязанностей между сотрудниками образовательной организации по реализации маркетинговых мероприятий Направления контроля и анализа маркетинговой деятельности образовательной организации Задачи формирования комплекса маркетинга в образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования Коммуникативная политика образовательной организации. Факторы определения коммуникативной политики. Этапы маркетинговой коммуникации. Средства и каналы маркетинговой коммуникации. Формирование комплекса продвижения услуг. Реклама программ дополнительного образования

4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Основные понятия и концепции маркетинга	1. Работа со словарями, энциклопедиями, справочной литературой: анализ определений основных понятий теории маркетинга: маркетинг, нужда, потребность, личные потребности, производственные потребности, спрос, товар, продукт, услуга, сделка, рынок и др. 2. Представление и обсуждение устных докладов студентов с презентацией отечественных и зарубежных концепций маркетинга

2	Понятие и концепции маркетинга образовательных услуг	<p>1. Работа со словарями, энциклопедиями, справочной литературой: анализ определений основных понятий маркетинга образовательных услуг: образовательная услуга, образовательные потребности, образовательный продукт, рынок образовательных услуг, образовательная услуга дополнительного образования, рынок услуг дополнительного образования</p> <p>2. Дискуссия по вопросам:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Нужен ли в дополнительном образовании маркетинг? – Какой маркетинг нужен в дополнительном образовании? – Как влияет конкурентная среда на качество дополнительного образования? – Образовательная услуга или реализация образовательных программ?
3	Маркетинг в дополнительном образовании	<p>Дискуссия по вопросам:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Особенности конкурентной среды на рынке дополнительного образования детей и взрослых – Кто определяет спрос на дополнительное образование детей и взрослых? – Должна ли государственная образовательная организация ставить задачу получения прибыли от оказания дополнительных образовательных услуг? – Как влияет конкуренция на качество дополнительного образования? – Нужно ли образовательным организациям ориентироваться только на запросы родителей относительно программ дополнительного образования? – Кто в образовательной организации должен заниматься маркетингом образовательных услуг? – Каким должен быть маркетинг программ дополнительного образования?
4	Этапы маркетинговой деятельности в дополнительном образовании	<p>1. Представление и обсуждение докладов студентов о процедурах и практическом опыте реализации маркетинговой деятельности в сфере дополнительного образования, ее отдельных этапов:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализ рыночных возможностей – отбор целевых рынков – создание комплекса маркетинга – управление маркетинговой деятельностью <p>2. Работа в малых группах: проектирование этапов маркетинговой деятельности по продвижению программ дополнительного образования</p>
5	Система маркетинговой информации и проведение маркетинговых исследований в дополнительном образовании детей и взрослых	<p>1. Представление и обсуждение докладов студентов о видах, источниках, методах получения маркетинговой информации в дополнительном образовании</p> <p>2. Работа в малых группах: разработка программы маркетингового исследования в области дополнительного образования; составление анкеты для родителей (потенциальных слушателей программ)</p>

		дополнительного образования)
6	Маркетинговая среда образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования	<p>1. Заслушивание и обсуждение результатов выполнения студентами практического задания: описание факторов маркетинговой макро- и микросреды конкретной образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования</p> <p>2. Работа в малых группах: анализ маркетинговой среды образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования</p>
7	Факторы, влияющие на востребованность программ дополнительного образования	<p>1. Представление и обсуждение докладов студентов о факторах, влияющих на востребованность программ дополнительного образования</p> <p>2. Анализ практических ситуаций востребованности программ дополнительного образования, оценка применяемых маркетинговых стратегий</p>
8	Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование программ дополнительного образования	<p>1. Работа в малых группах:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализ результатов проведенного исследования рынка программ дополнительного образования – разработка стратегии позиционирования программ дополнительного образования – составление «карты позиционирования» программы дополнительного образования <p>2. Анализ практических ситуаций позиционирования программ дополнительного образования</p>
9	Формирование комплекса маркетинга в сфере дополнительных образовательных услуг. Управление маркетинговой деятельностью по продвижению программ дополнительного образования	<p>Работа в малых группах:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Разработка коммуникативной политики образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования – Анализ рекламных обращений образовательной организации – Составление рекламного описания программы дополнительного образования – Распределение обязанностей по реализации маркетинговых мероприятий в образовательной организации – Составление плана маркетинговой деятельности образовательной организации по продвижению программ дополнительного образования

4.1.3 Лабораторные занятия не предусмотрены

4.1.4 Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Основные понятия и концепции маркетинга	Работа со словарями и энциклопедиями: составление словаря основных понятий маркетинга Подготовка электронной презентации и устного доклада с презентацией одной из отечественных или зарубежных концепций маркетинга
2	Понятие и концепции маркетинга	Работа со словарями и энциклопедиями: составление словаря основных понятий маркетинга образовательных

	образовательных услуг	услуг Подготовка к дискуссии по теме «Маркетинг образовательных услуг»
3	Маркетинг в дополнительном образовании	Подготовка к дискуссии по теме «Маркетинг в дополнительном образовании»
4	Этапы маркетинговой деятельности в дополнительном образовании	Подготовка электронной презентации и устного доклада с представлением опыта реализации маркетинговой деятельности в образовательной организации, ее отдельных этапов:
5	Система маркетинговой информации и проведение маркетинговых исследований в дополнительном образовании детей и взрослых	Составление таблицы «Методы сбора данных в ходе маркетингового исследования» Составление анкеты для родителей, потенциальных слушателей программ дополнительного образования, работодателей, направленной на выявление их образовательных запросов
6	Маркетинговая среда образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования	Сбор и анализ статистических данных, характеризующих изменения социально-экономической, демографической ситуации в городе Сочи, оценка их влияния на развитие муниципальной системы дополнительного образования
7	Факторы, влияющие на востребованность программ дополнительного образования	Разработка анкеты, направленной на оценку удовлетворенности освоенной программой дополнительного образования
8	Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование программ дополнительного образования	Составление «карты позиционирования» программы дополнительного образования Составление таблицы «Возможности различных видов рекламы для продвижения программы дополнительного образования».
9	Формирование комплекса маркетинга в сфере дополнительных образовательных услуг. Управление маркетинговой деятельностью по продвижению программ дополнительного образования	Составление рекламного описания программы дополнительного образования Разработка Положения о маркетинговой службе образовательной организации

4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1. Литература

Коблева, А. Л. Маркетинг образовательных услуг: функции, технологии и опыт : учебное пособие / А. Л. Коблева, Т. Ф. Маслова. — Ставрополь : Ставролит, 2019. — 58 с. — ISBN 978-5-907161-21-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/117430.html> (дата обращения: 26.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Маркетинг услуг : учебно-методическое пособие для обучающихся 3 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / составители В. Ю. Лунина, В. Е. Малиненко, В. Н. Ардачев. — Донецк : Донецкая академия управления и государственной службы, 2020. — 125 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/123482.html> (дата обращения: 26.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Слонимская, М. А. Доступный маркетинг: рынок услуг / М. А. Слонимская, Г. А. Яшева, Ю. Г. Вайлунова. — Минск : Вышэйшая школа, 2021. — 224 с. — ISBN 978-985-06-3314-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119979.html> (дата обращения: 26.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.2.2. Современные профессиональные базы данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИСС)

Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИСС)

№	Наименование СПБД
1	ScienceDirect : полнотекстовая база данных : сайт / издательство Elsevier. – URL: https://www.sciencedirect.com/ (дата обращения: 26.06.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2	SpringerNature : полнотекстовая база данных: сайт / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. – URL: https://link.springer.com/ (дата обращения: 26.06.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, 2017 – . – URL: http://lib.sutr.ru/ (дата обращения: 26.06.2023). – Текст : электронный.
	Наименование ИСС
1	КонсультантПлюс : справочно-правовая система: сайт / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, 1997. – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.

4.2.3. Нормативные документы

1. Российская Федерация. Законы. Об образовании в Российской Федерации : Федеральный закон № 273-ФЗ : текст с изменениями и дополнениями на 2 декабря 2019 года : принят Государственной Думой 21 декабря 2012 года : одобрен Советом Федерации 26 декабря 2012 года. – Москва : Эксмо, 2018 – 144 с. – ISBN 978-5-392-26365-3. – URL: <http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/zakonodatelstvo/federalnyy zakon-ot-29-dekabrya-2012-g-no-273-fz-ob-obrazovanii-v-rf/> (дата обращения: 26.06.2023). – Текст : электронный.

Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники

№	Наименование интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1.	Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов, 2010 – . – URL: http://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения: 26.06.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001 – . – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&view=main_ub (дата обращения: 26.06.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Образовательная платформа Юрайт : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F (дата обращения: 26.06.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4.	Сетевая электронная библиотека классических университетов «Лань» : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, 2009 – . – URL: https://e.lanbook.com/ (дата обращения: 26.06.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
5.	Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ. – Москва, 2004 – . – Режим доступа: https://rusneb.ru (дата обращения: 26.06.2023). – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.

4.2 Текущая и промежуточная аттестации по дисциплине

Для оценки сформированности компетенций разрабатываются оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине;
- критерии оценивания;
- шкалы оценивания.

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (вопросы к зачету):

1. Сущность маркетинга
2. Основные понятия маркетинга
3. Значение маркетинга в управлении организацией
4. Становление маркетинга
5. Цель, задачи, принципы маркетинга
6. Функции маркетинга
7. Внешняя и внутренняя среда как контекст маркетинговой деятельности
8. Комплекс маркетинга "5 P"
9. Концепция совершенствования товара
10. Концепция интенсификации коммерческих усилий
11. Концепция социально-этичного маркетинга.
12. Концепция маркетинговых отношений.
13. Концепция холистического маркетинга
14. Концепция маркетинга партнерских отношений (К. Гронрос и Э.Гуммессон).
15. Маркетинг услуг: основные понятия, особенности.
16. Образовательная услуга: понятие, специфические особенности, характеристики
17. Роль маркетинга в образовании.
18. Специфика маркетинга при оказании образовательных услуг.
19. Структурно-функциональная модель маркетинга образовательных услуг.
20. Факторы развития маркетинга в системе дополнительного образования:
21. Цель, принципы, функции маркетинга программы дополнительного образования
22. Основные этапы маркетинговой деятельности образовательной организации, их характеристика
23. Информация: понятие, роль информации в принятии управленческих решений.
24. Источники маркетинговой информации, необходимой для продвижения программ дополнительного образования
25. Организация маркетинговых исследований в образовательной организации: цель, задачи, основные направления.
26. Этапы маркетингового исследования, их характеристика.
27. Методы маркетинговых исследований в образовательной организации
28. Понятие маркетинговой среды образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования
29. Макро-факторы маркетинговой среды образовательной организации.
30. Микро-факторы маркетинговой среды образовательной организации
31. Конкурентная позиция образовательной организации на рынке услуг дополнительного образования
32. Исследование конкурентной ситуации на рынке дополнительного образования: основные задачи, методы изучения
33. Построение конкурентного профиля образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования

34. Методы конкурентной борьбы
35. Понятие и виды образовательных потребностей
36. Способы выявления образовательных потребностей обучающихся, их родителей, работодателей
37. Особенности покупательского поведения на различных этапах принятия решений об освоении программы дополнительного образования
38. Факторы, влияющие на покупательское поведение обучающихся по программам дополнительного образования
39. Критерии и условия эффективности сегментации рынка услуг дополнительного образования
40. Подходы к сегментации рынка услуг дополнительного образования, преимущества и трудности различных подходов
41. Позиционирование программ дополнительного образования на рынке.
42. Планирование маркетинговой деятельности образовательной организации
43. Маркетинговая служба в образовательной организации
44. Распределение обязанностей между сотрудниками образовательной организации по реализации маркетинговых мероприятий
45. Направления контроля и анализа маркетинговой деятельности образовательной организации
46. Задачи формирования комплекса маркетинга в образовательной организации
47. Коммуникативная политика образовательной организации. Факторы определения коммуникативной политики.
48. Этапы маркетинговой коммуникации.
49. Средства и каналы маркетинговой коммуникации.
50. Формирование комплекса продвижения программ дополнительного образования

Примерные критерии оценивания результатов освоения дисциплины при проведении промежуточной аттестации:

Нормы оценки знаний предполагают учёт индивидуальных особенностей обучающихся, дифференцированный подход к обучению, проверке знаний, умений, уровня формирования компетенций.

В устных и письменных ответах обучающихся при выполнении практических заданий учитываются: глубина знаний, владение необходимыми умениями (в объеме программы), логичность изложения материала, включая обобщения, выводы, соблюдение норм литературной речи, владение навыками и приемами выполнения практических заданий, подтверждение сделанных при решении практических заданий выводов соответствующими нормативными документами, правильность расчета показателей, полнота и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

Примерная шкала оценивания ответов обучающегося при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (экзамен/дифференцированный зачет):

Оценка «**зачтено**» - ответ на вопросы полный и правильный, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Изложение материала при ответах на вопрос построено грамотно, в определенной логической последовательности. Обучающийся показывает владение всеми индикаторами достижения компетенций дисциплины.

Оценка «**не зачтено**» - обучающийся не отвечает на вопросы или допускает грубые, существенные ошибки при ответах, не демонстрирует владения индикаторами достижения компетенций по дисциплине.

5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки освоения ими учебных заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов.

Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с литературой. Изучение дисциплины предполагает в том числе отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в конспект основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников.

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения литературы. В период изучения литературных источников необходимо также вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету.

При подготовке к зачету следует руководствоваться РПД. Студент должен иметь в виду, что некоторые вопросы, имеющиеся в программе, выносятся на самостоятельное изучение.

На зачете студент должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. При подготовке к ответу на зачете студенту разрешено пользоваться рабочей программой дисциплины. Если студент при ответе на вопросы затрудняется с самостоятельным изложением материала, преподаватель имеет право задать ему ряд вопросов, побуждающих и направляющих студента к полному высказыванию по данной теме. В случае, если ответы на эти вопросы исчерпывают тему, оценка за ответ не снижается. Высказывания студентов должны соответствовать сути вопроса, быть логически выстроенными, доказательно раскрывать отношение отвечающего к излагаемой проблеме, выявлять личную точку зрения на использование тех или иных положений теоретического курса в практической работе.

Промежуточная аттестация может быть выставлена студенту по результатам федерального интернет-тестирования (ФЭПО, интернет-тренажеры).

5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и выполнения практических заданий, подготовки устных докладов;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненных практических заданий.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются:

- наличие помещений для СРС;
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие раздаточного материала, комплектов индивидуальных заданий, учебно-методических материалов, рекомендаций по освоению дисциплины, образцов отчетов о выполнении СРС и т.п.;
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы.

5.3 Особенности преподавания дисциплины

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

- Лекция – учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

- Практическая работа – совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого объединения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

- Самостоятельная работа студента – предусматривает выполнение заданий, которые требуют от студента воспроизведения и/или обработки полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.

- Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития науки, педагогической деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможны с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Лекционные занятия: комплект электронных презентаций/слайдов, аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

2. Практические занятия: презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук), пакеты программного обеспечения (ПО) общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы).

3. Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде, выполнения СРС.

4. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Таблица 6 – Перечень программного обеспечения

№	Перечень ПО
1	Microsoft Windows
2	Архиватор 7-zip. Бесплатное программное обеспечение.
3	Справочно-правовая система Консультант Плюс

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СГУ.

5.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а так же с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype) , что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

**Приложение к рабочей программе дисциплины
Маркетинг образовательных услуг**

Шифр, наименование направления подготовки:

44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Уровень профессионального образования:

бакалавриат

Профиль (специализация), программа:

Дошкольное образование и Управление дошкольным образованием

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Маркетинг программ дополнительного образования

дисциплина части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений
форма обучения – очная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	108/3
Цель изучения дисциплины	Освоение студентами сущности и методик маркетинга программ дополнительного образования
Содержание дисциплины	Основные понятия и концепции маркетинга Понятие и концепции маркетинга образовательных услуг Маркетинг в дополнительном образовании Этапы маркетинговой деятельности в дополнительном образовании Система маркетинговой информации и проведение маркетинговых исследований в дополнительном образовании детей и взрослых Маркетинговая среда образовательной организации, реализующей программы дополнительного образования Факторы, влияющие на востребованность программ дополнительного образования Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование программ дополнительного образования Формирование комплекса маркетинга в сфере дополнительных образовательных услуг. Управление маркетинговой деятельностью по продвижению программ дополнительного образования
Формируемые компетенции (коды)	ПК-1, ПК-2, ПК-4
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПК-1.1. Использует методы педагогической диагностики результатов образования и воспитания обучающихся, предупреждения отставания в обучении ПК-1.2. Взаимодействует с субъектами процессов образования и воспитания обучающихся в аспекте педагогической диагностики результатов образования и воспитания обучающихся, в том числе по предупреждению педагогической запущенности ПК-1.3. Применяет методы и технологии педагогической диагностики для определения уровня обученности и предупреждения отставания в обучении ПК-2.1. Использует современные методики взаимодействия субъектов образовательного и воспитательного процесса ПК-2.2. Применяет методы предупреждения конфликтов в условиях школы и среды ПК-2.3. Организует интерактивное взаимодействие субъектов образовательного и воспитательного процесса ПК-4.1. Демонстрирует знания об особенностях проектирования, реализации и сопровождения образовательного процесса по

	<p>программам дополнительного образования детей и взрослых</p> <p>ПК-4.2. Способен проектировать и осуществлять образовательный процесс по программам дополнительного образования детей и взрослых, в том числе с особыми образовательными потребностями</p> <p>ПК-4.3. Осуществляет педагогический контроль и оценку результатов освоения программ дополнительного образования детей и взрослых</p>
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	<p>Методика обучения русскому языку в начальной школе</p> <p>Методика обучения математики в начальной школе</p> <p>Методика обучения интегративному курсу "Окружающий мир"</p> <p>Методика обучения изобразительной деятельности в начальной школе</p> <p>Методика обучения технологии в начальной школе</p> <p>Теория и методика музыкального воспитания</p> <p>Методическая подготовка педагога дополнительного образования</p> <p>Технологии цифрового образования</p> <p>Основы кибербезопасности</p> <p>Проектирование программ дополнительного образования</p> <p>Педагогическая практика</p> <p>Методическая практика</p>
Образовательные технологии	лекционные и практические занятия; проблемное обучение, выполнение практических заданий
Форма промежуточной аттестации	Зачет