

СОГЛАСОВАНО

Декан СПФ



«10» апреля

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УРИКОД

А.В. Иваненко



«10» апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг образовательных программ

Шифр и направление подготовки	44.04.01 Педагогическое образование
Квалификация (степень) выпускника	магистр
Профиль подготовки	Управление в высшем образовании
Форма обучения	Заочная
Выпускающая кафедра	Педагогического и психолого-педагогического образования
Кафедра-разработчик рабочей программы	Педагогического и психолого-педагогического образования

Год набора - 2023

Курс	Трудоемкость (час./зет.)	Лекцион. занятий, (час.)	Практич. Занятий в форме пр.подготовки, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
2	216/6	6	8	-	193	-	Экзамен (9)
Итого:	216/6	6	8	-	193	-	Экзамен (9)

Лист согласования рабочей программы дисциплины

«Маркетинг образовательных программ»
(указывается наименование дисциплины)

Рабочую программу составил (и):

К.п.н., доцент кафедры ПиППО Михалькова О.А. _____



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА:

Заведующий кафедрой _____

подпись



Мушкина И.А.

Ф.И.О.

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

И.О. директора НОБ _____

подпись



Онищенко Е.В.

Ф.И.О.

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям:

Отдел качества образования и
методического обеспечения _____

подпись



Васильченко В.В.

Ф.И.О.

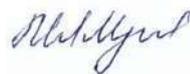
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 2024/-2025 учебный год, протокол № 7 заседания кафедры от 04.03.2024 г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Без изменений

Заведующий кафедрой



И.А. Мушкина

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Маркетинг образовательных программ» является формирование понятий, способов управления маркетинговой деятельностью в сфере образования, приобретения умений в разработке и реализации образовательных программ образовательных организаций, в том числе высшего образования, позволяющим эффективно планировать профессиональную педагогическую деятельность.

Задачи дисциплины:

1. Формировать систему профессиональных знаний о разработке и реализации основных и дополнительных образовательных программ образовательных организаций.
2. Формировать систему профессиональных умений характеризовать, объяснять, прогнозировать коммуникативные ситуации, использовать коммуникацию в решении профессиональных задач маркетинга образовательных программ.
3. Формировать у магистрантов профессиональные навыки определять особенности окружающей маркетинговой среды и рынка образовательных услуг.
4. Стимулировать самостоятельную деятельность магистрантов по освоению содержания дисциплины и развитию профессионально-значимых компетенций.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

Дисциплина «Маркетинг образовательных программ» относится к «Дисциплинам (модули)», часть, формируемая участниками образовательных отношений

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции
Общепрофессиональные компетенции	
ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать основные и дополнительные образовательные программы образовательных организаций, в том числе высшего образования	Профессиональная педагогика Инновационные процессы и технологии в высшем образовании Проектирование и разработка электронных учебных курсов Организация электронной информационно-образовательной среды Методическая практика

3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
Общепрофессиональные компетенции		
ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать основные и дополнительные образовательные программы образовательных организаций, в том числе высшего образования	ПК 2.1. Демонстрирует знание структуры и содержания основных образовательных программ, в том числе высшего образования	<p>Знать: структуру и содержание основных образовательных программ, в том числе высшего образования</p> <p>Уметь: анализировать содержание основных образовательных программ, в том числе высшего образования</p> <p>Владеть: процессом управления маркетинговой деятельностью в сфере образования.</p>
	ПК 2.2. Реализует основные образовательные программы, в том числе высшего образования с применением инновационных образовательных технологий	<p>Знать: особенности маркетинговых коммуникаций</p> <p>Уметь: определять особенности окружающей маркетинговой среды и рынка образовательных услуг</p> <p>Владеть: способами управления маркетинговой деятельностью в сфере образования</p>
	ПК 2.3. Разрабатывает и реализует учебные программы и методическое обеспечение для преподавания управленческих дисциплин	<p>Знать: особенности разработки и реализации учебных программ и методического обеспечения для преподавания управленческих дисциплин</p> <p>Уметь: планировать образовательную деятельность в вузе и методическое обеспечение для преподавания управленческих дисциплин</p> <p>Владеть: способами разработки и реализации учебных программ и методического обеспечения для преподавания управленческих дисциплин в вузе</p>

4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины

№ темы	Наименование темы дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Контактная работа			СРС
			Лекции	Практические занятия в форме пр. подготовки	Лабораторные работы*	
1	Маркетинг в сфере образовательных услуг.	25	2			23
2	Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг.	32		2		30
3	Маркетинговые коммуникации.	34	2	2		30
4	Поведение потребителей образовательных услуг.	32		2		30
5	Качество образовательных услуг.	32	2			30
6	Процесс управления маркетинговой деятельностью в сфере образования.	32		2		30
	Контрольная работа	20				20
	Экзамен	9	-	-		-
ИТОГО:		216	6	8		193

Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Маркетинг в сфере образовательных услуг.	Система маркетинга организаций. Основы маркетинга. Система маркетинга организации. Субъекты и объекты маркетинга образовательных услуг. Функции маркетинга образовательных услуг. Принципы и методы маркетинга образовательных услуг. Элементы системы маркетинга организации.
2	Маркетинговые коммуникации.	Основы рекламной деятельности. Сущность маркетинговых коммуникаций. Основы рекламной деятельности. Стимулирование продаж образовательных услуг. Связи с общественностью. Прямой маркетинг.
3	Качество образовательных услуг.	Структура системы образования. Федеральные государственные образовательные стандарты и федеральные государственные требования. Образовательные стандарты. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. Конкурентоспособность образовательной услуги. Качество образовательной услуги: уровень качества, требование к качеству.

4.1.1 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг.	<i>Практическое занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки</i> 1. Понятие среды образования. 2. Внешняя среда образовательной сферы. 3. Анализ среды окружения (мезосреды) образования. 4. Анализ внутренней среды образовательного учреждения.

		<p>5. Методы количественного анализа рынка образования.</p> <p>6. Матрица STEP - анализа внешней среды.</p> <p>7. Диагностический анализ среды окружения.</p> <p>8. Метод SWOT - анализа внутренней среды.</p>
2	Маркетинговые коммуникации.	<p><i>Практическое занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки</i></p> <p>1. Разработка фирменного стиля образовательных услуг.</p> <p>2. Ярмарочная и выставочная деятельность в сфере образовательных услуг.</p> <p>3. Сотрудничество в системе образования.</p> <p>4. Комплекс маркетинговых коммуникаций.</p> <p>5. Этапы процесса разработки эффективных маркетинговых коммуникаций.</p>
3	Поведение потребителей образовательных услуг.	<p><i>Практическое занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки</i></p> <p>1. Анализ факторов поведения потребителей.</p> <p>2. Принципы изучения потребителей и модель поведения потребителей.</p> <p>3. Типы поведения покупателей в процессе принятия решения о покупке образовательной услуги.</p> <p>4. Процесс принятия решения потребителем образовательной услуги. Иерархия потребностей в отношении образования (личный и групповой).</p>
4	Процесс управления маркетинговой деятельностью в сфере образования.	<p><i>Практическое занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки</i></p> <p>1. Прогнозирование спроса на образовательные услуги.</p> <p>2. Сегментация образовательных услуг.</p> <p>3. Выбор целевых сегментов рынка образовательных услуг. Продвижение образовательных услуг на рынок.</p> <p>4. Стратегии маркетинга в сфере образовательных услуг. Маркетинговый план.</p> <p>5. Обеспечение маркетинговой программы.</p> <p>6. Стратегии выходов на зарубежные рынки.</p> <p>7. Сущность управления маркетингом.</p> <p>8. Маркетинговое управление деятельностью.</p> <p>9. Взаимосвязь функций управления и маркетинговых функций в сфере образования.</p>

Лабораторные занятия не предусмотрены УП

Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Маркетинг в сфере образовательных услуг.	Подготовка к контрольному опросу.
2	Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг.	Подготовка к контрольному опросу.
3	Маркетинговые коммуникации.	Подготовка доклада-презентации.
4	Поведение потребителей образовательных услуг.	Подготовка доклада-презентации.
5	Качество образовательных услуг.	Подготовка доклада-презентации.
6	Процесс управления маркетинговой деятельностью в сфере образования.	Подготовка доклада-презентации.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1 Литература

1. Юдина, А. И. Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сферы культуры: оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности : учебное пособие: [16+] / А. И. Юдина ; Кемеровский государственный институт культуры, Факультет социально-культурных технологий, Кафедра управления и экономики социально-культурной сферы. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2018. – 127 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613151> (дата обращения: 13.02.2023). – Библиогр.: с. 92-95. – ISBN 978-5-8154-0425-0. – Текст : электронный.

2. Маркетинговое исследование по предоставлению образовательной услуги: учебно-методическое пособие: [16+] / авт.-сост. Д. В. Бочков. – Изд. 2-е. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 79 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476729> (дата обращения: 13.02.2023). – Библиогр.: с. 68-69. – ISBN 978-5-4475-9461-9. – DOI 10.23681/476729. – Текст : электронный.

3. Топилина, И. И. Развитие маркетинга образовательных услуг вуза на основе адаптивных стратегий / И. И. Топилина ; под ред. О. С. Причина ; Таганрогский государственный педагогический институт. – Таганрог : Таганрогский государственный педагогический институт, 2011. – 216 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615413> (дата обращения: 13.02.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-87976-702-5. – Текст : электронный.

4. Маркетинг в социальной сфере: учебное пособие / О. В. Нотман, Н. Л. Антонова, О. И. Пименова, А. Н. Новгородцева ; под общ. ред. О. В. Нотман ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2017. – 118 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=695618> (дата обращения: 13.02.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7996-2047-9. – Текст : электронный.

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

Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационных справочных систем (ИИС).

№	Наименование СПБД
1	http://www.ucheba.com/ (Образовательный портал «Учеба»)
2	http://metodika.ru/ (Методики)
3	http://www.posobiya.ru/ (Пособия)
4	www.grammar.ru (сайт «Культура письменной речи», созданный для оказания помощи в овладении нормами современного русского литературного языка и навыками совершенствования устной и письменной речи, создания и редактирования текста).
5	www.school-collection.edu.ru (сайт «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов»)
6	www.spravka.gramota.ru (сайт «Справочная служба русского языка»)
7	Образовательный портал для подготовки к экзаменам [Электронный ресурс] URL: https://en-ege.sdangia.ru/
8	www.fcior.edu.ru (Информационные, тренировочные и контрольные материалы)
9	www.gumer.info (Библиотека Гумер)
10	www.edu.ru (Федеральный портал «Российское образование»)
Наименование ИИС	
1	http://jazykoznanie.ru/ (энциклопедия «Языкознание»)
2	http://etymolog.ruslang.ru/ (Этимология и история русского языка)
3	http://window.edu.ru/resource/560/32560 (электронная версия газеты «Русский язык»)
4	https://www.uchportal.ru/ (Учительский портал. Уроки, презентации, контрольные работы, тесты, компьютерные программы, методические разработки по русскому языку и литературе)
5	http://new.gramota.ru/spravka/ (Справочная служба русского языка)

6	http://slovari.ru/start.aspx?s=0&p=3050 (Словари. ру)
7	http://gramota.ru/class/coach/punct/ (Учебник грамоты)
8	http://www.ruscorpora.ru/ (Национальный корпус русского языка – информационно-справочная система, основанная на собрании русских текстов в электронной форме).

4.2.3 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники.

№	Наименование интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база дан-ных. – Сочи, [2017-]. – URL: http://lib.sutr.ru/ (дата обращения: 13.02.2023). – Текст : электронный.
2	ScienceDirect : полнотекстовая база данных / издательство Elsevier. – URL: https://www.sciencedirect.com/ (дата обращения: 13.02.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3	SpringerNature : полнотекстовая база данных / SpringerNatureSwitzerland AG. PartofSpringerNature. – URL: https://link.springer.com/ (дата обращения: 13.02.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4	Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов, [2010-]. – URL: http://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения: 13.02.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
5	Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ. – Москва, [2004-]. – Ре-жим доступа: https://rusneb.ru (дата обращения: 13.02.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6	Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, [1997-]. – URL https://polpred.com/ (дата обращения: 13.02.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
7	КонсультантПлюс : справочно-правовая система / Компания «Консультант-Плюс». – Москва, [1997-]. – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
8	КиберЛенинка : научная электронная библиотека открытого доступа / ООО «Итеос». – Электрон.дан. – Москва, [2014-]. – URL: https://cyberleninka.ru/ (дата обращения: 13.02.2023). – Текст : электронный.
9	eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека / Компания «Научная элек-тронная библиотека» (eLIBRARY.RU). – Москва, [2000-]. – URL: https://elibrary.ru/ (дата обращения: 13.02.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

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;
- контрольная работа;
- критерии оценивания;
- шкалы оценивания.

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации:

1. Маркетинг в сфере образовательных услуг. Система маркетинга организаций.
2. Основы маркетинга. Система маркетинга образовательной организации.
3. Субъекты и объекты маркетинга образовательных услуг.
4. Функции маркетинга образовательных услуг. Принципы и методы маркетинга образовательных услуг.
5. Рынок образовательных услуг. Конкуренция на рынке образовательных услуг.
6. Социальные основы маркетинга. Иерархия потребностей личности в отношении образования.
7. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг.
8. Понятие среды образования. Анализ среды окружения (мезосреды) образования.
9. Анализ внутренней среды образовательного учреждения.
10. Матрица STEEP - анализа внешней среды.
11. Диагностический анализ среды окружения.
12. Метод SWOT - анализа внутренней среды.
13. Сущность маркетинговых коммуникаций. Основы рекламной деятельности.
14. Стимулирование продаж образовательных услуг. Связи с общественностью.
15. Разработка фирменного стиля образовательных услуг. Ярмарочная и выставочная деятельность в сфере образовательных услуг.
16. Сотрудничество в системе образования. Комплекс маркетинговых коммуникаций.
17. Этапы процесса разработки эффективных маркетинговых коммуникаций.
18. Поведение потребителей образовательных услуг.
19. Анализ факторов поведения потребителей.
20. Принципы изучения потребителей и модель поведения потребителей.
21. Процесс принятия решения потребителем образовательной услуги.
22. Типы поведения покупателей в процессе принятия решения о покупке образовательной услуги.
23. Иерархия потребностей в отношении образования (личный и групповой).
24. Качество образовательных услуг.
25. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. Конкурентоспособность образовательной услуги.
26. Качество образовательной услуги: уровень качества, требование к качеству.
27. Процесс управления маркетинговой деятельностью в сфере образования. Прогнозирование спроса на образовательные услуги.
28. Сегментация образовательных услуг. Выбор целевых сегментов рынка образовательных услуг.
29. Продвижение образовательных услуг на рынок.
30. Стратегии маркетинга в сфере образовательных услуг.
31. Маркетинговый план. Обеспечение маркетинговой программы.
32. Сущность управления маркетингом.
33. Маркетинговое управление деятельностью.
34. Взаимосвязь функций управления и маркетинговых функций в сфере образования.

Примерные критерии оценивания результатов освоения дисциплины «Маркетинг образовательных программ» при проведении промежуточной аттестации:

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

Студент знает теоретические основы маркетинга образовательных программ, особенности реализации основных образовательных программ, в том числе высшего образования с применением инновационных образовательных технологий.

Умеет анализировать содержание основных образовательных программ, в том числе высшего образования, планировать образовательную деятельность в вузе и методическое обеспечение для преподавания учебных дисциплин.

Владеет способами разработки содержания и структуры основных образовательных программ, в том числе высшего образования, стратегии маркетинга в сфере образовательных услуг, а так же способами управления маркетинговой деятельностью в сфере образования.

Примерная шкала оценивания ответов обучающегося при проведении промежуточной аттестации по дисциплине «Маркетинг образовательных программ» (экзамен):

Оценка **«отлично»** выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, чётко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приёмами выполнения практических задач, правильно и точно подтверждает сделанные при решении практических заданий выводы соответствующими нормативными документами, точно и правильно про- изводит расчет показателей, демонстрирует полноту и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

Оценка **«хорошо»** выставляется обучающемуся, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приёмами их выполнения.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного мате- риала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, затрудняется подтвердить сделанные при решении практических заданий выводы хотя бы одним нормативным доку- ментом, допускает ошибки при проведении расчетов показателей, неточно использует основные процедуры и действия в предложенном практическом задании.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины «Маркетинг образовательных программ»

В течение семестра магистранты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы магистрантов 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 магистрантов к практическим занятиям.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине магистрантам 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 в форме практической подготовки магистранты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и подготовить доклады-презентации 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 доклад-презентацию.

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 так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за

разъяснениями.

Методические рекомендации магистрантам по подготовке к экзамену.

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

На *экзамене* магистрант должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. При подготовке к ответу на *экзамене* магистранту разрешено пользоваться рабочей программой дисциплины. Если магистрант при ответе на вопросы затрудняется с самостоятельным изложением материала, преподаватель имеет право задать ему ряд вопросов, побуждающих и направляющих магистрантов к полному высказыванию по данной теме, в случае, если ответы на эти вопросы исчерпывают тему, оценка за ответ не снижается. Высказывания магистрантов 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.

Организация самостоятельной работы студента по дисциплине «Маркетинг образовательных программ».

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по направлениям:

- анализ литературы по темам и подготовка доклада-презентации;
- со стороны преподавателя магистранту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и подготовки к контрольным опросам и подготовки доклада-презентации;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненной текущей работы.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются:

- наличие учебно-методических материалов, тем докладов со списком рекомендуемой литературы, рекомендаций по выполнению презентаций.

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 – совместное обсуждение вопросов в группе под руководством преподавателя, с демонстрацией доклада-презентации.

- Самостоятельная работа студента, предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от студента обработки полученной ранее информации и представление в форме доклада-презентации по заявленным темам требующим творческого подхода.

- Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и 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 возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

5.2 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные занятия: аудитория, оснащенная презентационной техникой.

Практические занятия: презентационная техника (ноутбук, проектор), программное обеспечение:

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.

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

Microsoft Windows

Архиватор 7-zip.

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.

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

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а также 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.

44.04.01 Педагогическое образование

Магистерская программа: Управление в высшем образовании

АННОТАЦИЯ

**«Маркетинг образовательных программ
»заочная
заочная**

Дисциплина – часть, формируемая участниками образовательных отношений

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	108/3
Цель изучения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Маркетинг образовательных программ» является формирование понятий, способов управления маркетинговой деятельностью в сфере образования, приобретении умений в разработке и реализации образовательных программ образовательных организаций, в том числе высшего образования, позволяющим эффективно планировать профессиональную педагогическую деятельность.
Содержание дисциплины (основные темы, разделы, модули)	Маркетинг в сфере образовательных услуг. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг. Маркетинговые коммуникации. Поведение потребителей образовательных услуг. Качество образовательных услуг. Процесс управления маркетинговой деятельностью в сфере образования.
Формируемые компетенции (коды)	ПК-2
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПК-2.1. Демонстрирует знание структуры и содержания основных образовательных программ, в том числе высшего образования ПК-2.2. Реализует основные образовательные программы, в том числе высшего образования с применением инновационных образовательных технологий ПК-2.3. Разрабатывает и реализует учебные программы и методическое обеспечение для преподавания управленческих дисциплин
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Профессиональная педагогика Инновационные процессы и технологии в высшем образовании Проектирование и разработка электронных учебных курсов Организация электронной информационно-образовательной среды Методическая практика
Образовательные технологии	Лекция, практические занятия, СРС, контрольная работа
Форма промежуточной аттестации (экзамен, зачет с оценкой, зачет)	Экзамен.