

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.В.ДВ.02.02
(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии продвижения образовательных услуг

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки
44.04.01 Педагогическое образование

направленность (профиль)
Менеджмент в образовании

Форма обучения: очная

Год набора: 2019

Общая трудоемкость: 10 ЗЕ

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	1	Итого
Форма контроля	зачет	
Вид занятий		
Лекции	16	16
Лабораторные		
Практические	80	80
Руководство: курсовые работы (проекты) / РГР		
Промежуточная аттестация	0.25	0.25
Контактная работа	96.25	96.25
Самостоятельная работа	263.75	263.75
Контроль	-	-
Итого	360	360

Рабочую программу составил(и):

Профессор, профессор, докт.пед.наук Непрокина И.В.

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рецензирование рабочей программы дисциплины:

☐

*

Отсутствует

☐

Рецензент

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки (специальности) 44.04.01 Педагогическое образование

Срок действия рабочей программы дисциплины до «31» августа 2021 г.

УТВЕРЖДЕНО

На заседании кафедры «Дошкольная педагогика, прикладная психология»

(протокол заседания №1 от «28» августа 2018 г.).

1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование профессиональной компетенции в области конкурентных стратегий у студентов в сфере образования посредством обучения теоретическим знаниям, умениям и практическим навыкам в вопросах организации и планирования маркетинговой деятельности, а также продвижению образовательных услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины и практики, на освоении которых базируется данная дисциплина: «Инновационные процессы в образовании», «Правовые основы управления образовательной деятельностью», «Система менеджмента качества»

Дисциплины и практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины (учебного курса) – «Управление образовательным учреждением», Производственная практика (Научно-исследовательская работа, подготовка к магистерской диссертации).

3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
УК–2 - Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта	Знать: – цели, задачи, функции и принципы маркетинга, его роль в управлении образовательными организациями; – классификацию образовательных услуг; – основы сегментирования рынка образовательных услуг и выбора целевых сегментов.
	УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения	
	УК-2.3 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и оптимальные способы их решения	Уметь: – осуществлять обоснованный выбор стратегий управления; оценивать организационный контекст при выборе технологий продвижения образовательных услуг. Владеть: – навыками использования приемов и методов прогнозирования,
	УК-2.4 Оценивает решение поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля,	

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
	при необходимости корректирует способы решения задач.	ориентации управления образовательной деятельностью предприятия на рынок.
УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели	Знать: – особенности командообразования для решения задач разработки и реализации образовательного процесса; – особенности использования индивидуальных и групповых технологий принятия решений в процессе руководства группой педагогов, участвующих в реализации образовательного процесса.
	УК-3.2 При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды;	
	УК-3.3 Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата;	Уметь: – организовывать командную работу для решения задач разработки и реализации образовательного процесса; – использовать современные индивидуальные и групповые технологии управления.
	УК-3.4 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели; соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат.	Владеть: – навыками использования индивидуальных и групповых технологий принятия решений в управлении группой педагогов, участвующих в реализации образовательных процессов.
УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы	УК-6.1 Понимает важность планирования целей собственной деятельности с учетом условий, средств,	Знать: – закономерности, техники и технологии планирования целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
ее совершенствования на основе самооценки	личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка.	возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка.
	УК-6.2 Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, выстраивает временную траекторию их достижения с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения	Уметь: – выявлять условия, затрудняющие становление и саморазвитие, профессиональный рост, выстраивает временную траекторию их достижения с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения
	УК-6.3 Осуществляет планирование и выстраивает траекторию личностного и профессионального развития на основе принципов образования в течение всей жизни, используя инструменты непрерывного образования	Владеть: – навыками проектирования и планирования траектории личностного и профессионального развития на основе принципов образования в течение всей жизни, используя инструменты непрерывного образования; – навыками осуществления намеченных целей с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка.
	УК-6.4 Реализует намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка.	
ПК-1 - готовность к разработке системы мониторинга и оценки качества проведения всех видов учебных занятий по курируемым учебным курсам, дисциплинам (модулям)	ПК-1.1 Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их	Знать: – технологию проведения маркетингового исследования

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
	применения	
	ПК-1.2 Составляет план реализации проекта с учетом возможных рисков реализации и возможностей их устранения, планирует необходимые ресурсы	Уметь: – выполнять маркетинговые исследования с целью изучения потенциала образовательной организации
	ПК-1.3 Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта	Владеть: – навыками разработки концепции и программы развития образовательного учреждения;
	ПК-1.4 Способен анализировать рыночные и специфические риски при решении задач управления образовательным процессом	Владеть: – навыками определения способов внебюджетного финансирования, способами оценки рисков при решении задач управления образовательным процессом

4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Раздел 1. Основы маркетинга в сфере образования	Лекция 1	Теоретические основы современного маркетинга	2	2	–	2	
	Практическое занятие 1-3	Сущность и основы маркетинга в сфере образования.		6	–	6	Реферат 1 Презентация
	Лекция 2	Объекты образовательного маркетинга.		2	–	2	Творческое задание 1
	Практическое занятие 4-6	Субъекты маркетинга ОУ, их функции		6	–	6	Круглый стол, дискуссия
	Лекция 3	Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг.		2			
	Практическое занятие 7-10	Технология управления маркетинговыми исследованиями на рынке образовательных услуг		8	–	2	Задания реконструктивного уровня 1

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
	Лекция 4	Маркетинговая среда образовательного учреждения.		2		8	
	Практическое занятие 11-13	Компоненты окружающей маркетинговой среды и их воздействие на конъюнктуру рынка образовательных услуг.		6	—	2	Круглый стол, дискуссия Творческое задание 2
	Лекция 5	Изучение потребителей образовательных услуг		2	—	6	

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
	Практическое занятие 14-16	Изучение потребителей образовательных услуг		6	—	2	Круглый стол, дискуссия Реферат Презентация
	Лекция 6	Организация и управление маркетинговой деятельностью в сфере образования.		2	—	4	
	Практическое занятие 17-18	Технология разработки стратегии образовательного учреждения		4	—	2	Творческое задание 3
	Лекция 7	Стратегии маркетинга в решении проблемы конкурентоспособности и качества образовательных услуг.		2			

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
	Практическое занятие 19-20	Стратегии сегментирования и позиционирования		4	—	4	Творческое задание 4 Круглый стол, дискуссия Реферат Презентация
	Лекция 8	Сущность стратегического управления		2	—	2	Круглый стол, дискуссия Реферат Презентация
	Практическое занятие 21-23	Типы конкурентных стратегий образовательных учреждений		6	—	6	Круглый стол, дискуссия Реферат Презентация
	Практическое занятие 24-26	Образовательная программа и товарные стратегии		6	—	6	Реферат 2
	Практическое занятие 27-28	Цена и ценовые стратегии		4		4	Творческое задание 5
	Практическое занятие 29-30	Документационное обеспечение управления при организации и продвижении		4		4	

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
	Практическое занятие 31-33	Коммуникации и стратегии продвижения образовательных услуг.		6		6	Проект
	Практическое занятие 34-36	Каналы и стратегии распределения образовательных услуг		6		6	Задание реконструктивного уровня 2
	Практическое занятие 37-38	Технологии внутреннего маркетинга в образовательных учреждениях.		4		4	Творческое задание 6
	Практическое занятие 39-40	Оценка эффективности конкурентных стратегий и самих образовательных учреждений.		4		4	Круглый стол (дискуссия 2)
				16+80		96	
Итого:							

5. Образовательные технологии

Тема	Технологии	Формы и методы обучения
<p>Тема1. Теоретические основы современного маркетинга</p> <p>Тема 1.1. Сущность и основы маркетинга в сфере образования</p>	<p>Информационные технологии</p> <p>Технология: технология обучения в сотрудничестве; технология контекстного обучения</p>	<p>Метод: презентационный метод</p> <p>Форма: визуальная лекция.</p> <p>Форма: практическое занятие в форме обсуждения выделенных проблем</p> <p>Метод: работа с информационными базами; работа в парах</p>
<p>Тема 2. Объекты образовательного маркетинга.</p> <p>Тема 2.1. Субъекты маркетинга ОУ, их функции</p>	<p>Информационные технологии</p> <p>Технология: технология обучения в сотрудничестве; технология контекстного обучения</p>	<p>Метод: презентационный метод</p> <p>Форма: визуальная лекция.</p> <p>Форма: практическое занятие в форме обсуждения выделенных проблем</p> <p>Метод: работа с информационными базами; работа в парах.</p>
<p>Тема 3. Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг.</p> <p>3.1. Технология управления маркетинговыми исследованиями на рынке образовательных услуг.</p>	<p>Информационные технологии</p> <p>Технология: технология обучения в сотрудничестве; технология контекстного обучения</p>	<p>Метод: презентационный метод</p> <p>Форма: визуальная лекция.</p> <p>Форма: практическое занятие в форме обсуждения выделенных проблем</p> <p>Метод: работа с информационными базами; работа в парах.</p>
<p>Тема 4. Маркетинговая среда образовательного учреждения.</p> <p>Тема 4.1. Компоненты окружающей маркетинговой среды и их воздействие на конъюнктуру рынка образовательных услуг.</p>	<p>Информационные технологии</p> <p>Технология: технология обучения в сотрудничестве; технология контекстного обучения</p>	<p>Метод: презентационный метод</p> <p>Форма: визуальная лекция.</p> <p>Форма: практическое занятие в форме обсуждения выделенных проблем</p> <p>Метод: работа с информационными базами; работа в парах.</p>
<p>Тема 5. Изучение потребителей образовательных услуг</p> <p>Тема 5.1. Изучение потребителей образовательных услуг</p>	<p>Информационные технологии</p> <p>Технология: проблемного обучения</p>	<p>Метод: презентационный метод</p> <p>Форма: визуальная лекция.</p> <p>Форма: практическое занятие в форме круглого стола.</p>

Тема	Технологии	Формы и методы обучения
		Метод: дискуссия
Тема 6. Организация и управление маркетинговой деятельностью в сфере образования. Тема 6.1. Технология разработки стратегии образовательного учреждения	Информационные технологии Технология: технология обучения в сотрудничестве; технология контекстного обучения	Метод: презентационный метод Форма: визуальная лекция. Форма: практическое занятие в форме обсуждения выделенных проблем Метод: работа с информационными базами; работа в парах.
Тема 7. Стратегии маркетинга в решении проблемы конкурентоспособности и качества образовательных услуг. Тема 7.1. Стратегии сегментирования и позиционирования	Информационные технологии Технология: технология обучения в сотрудничестве; технология контекстного обучения	Метод: презентационный метод Форма: визуальная лекция. Форма: практическое занятие в форме обсуждения выделенных проблем Метод: работа с информационными базами; работа в парах.
Тема 8. Сущность стратегического управления Тема 8.1 Типы конкурентных стратегий образовательных учреждений	Информационные технологии Технология: технология обучения в сотрудничестве; технология контекстного обучения	Метод: презентационный метод Форма: визуальная лекция. Форма: практическое занятие в форме обсуждения выделенных проблем Метод: работа с информационными базами; работа в парах.
Тема 9. Образовательная программа и товарные стратегии	Технология: технология обучения в сотрудничестве; технология контекстного обучения	Форма: практическое занятие в форме обсуждения выделенных проблем Метод: работа с информационными базами; работа в парах
Тема 10. Цена и ценовые стратегии.	Технология: технология обучения в сотрудничестве; технология контекстного обучения	Форма: практическое занятие в форме обсуждения выделенных проблем Метод: работа с информационными базами; работа в парах.
Тема 11. Документационное обеспечение управления при организации и	Технология: технология обучения в сотрудничестве; технология контекстного	Форма: практическое занятие в форме обсуждения выделенных проблем

Тема	Технологии	Формы и методы обучения
продвижении образовательных услуг.	обучения	
Тема 12. Коммуникации и стратегии продвижения образовательных услуг.	Технология: технология проектного обучения	Форма: практическое занятие с использованием проекта Метод: метод защиты проекта
Тема 14. Технологии внутреннего маркетинга в образовательных учреждениях.	Технология: проблемного обучения	Форма: практическое занятие в форме круглого стола. Метод: дискуссия

6. Методические указания по освоению дисциплины

Дисциплина (учебный курс) включает лекционные и практические занятия. В освоении дисциплины важное место занимают практические занятия. Для раскрытия каждой темы имеется план их рассмотрения с использованием основной обязательной литературы. Кроме обязательной литературы для каждого занятия предусмотрен материал для самостоятельной работы.

После изучения предложенной литературы, материала для самостоятельной работы студентам предлагаются индивидуальные задания для более глубокого осмысления прочитанного и изученного. Даны практические задания, предполагающие систематизацию знаний, сравнительные таблицы, задания по подготовке презентации.

Изучение дисциплины предполагает написание рефератов. Их тематика затрагивает основные проблемы управленческой деятельности в образовательных организациях различного типа, инновационные процессы, происходящие в образованных организациях в современных условиях. Заканчивается изучение дисциплины зачетом.

7. Оценочные средства

7.1. Паспорт оценочных средств

Семестр	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Темы рефератов 1-6,9 Вопросы к зачету 2,31,42,49 Творческое задание 1 Дискуссия 1
	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Вопросы к зачету 28,32,38,40 Темы рефератов 4,5,7 Презентации Творческое задание 2 Дискуссия 2
	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Темы рефератов 10,15,21, Вопросы к зачету 23-38 Творческое задание 3 Дискуссия 1 Задание реконструктивного уровня 1
	ПК-1 Готовность к разработке системы мониторинга и оценки качества проведения всех видов учебных занятий по курируемым учебным курсам, дисциплинам (модулям)	Проект Темы рефератов 11,15-19 Вопросы к зачету 50,70-80 Творческое задание 4,5 Дискуссия 2 Задание реконструктивного уровня 2 Презентации

7.2. Типовые задания или иные материалы, необходимые для текущего контроля

7.2.1. Темы письменных работ (рефератов)

№ п/п	Темы
1	Организационно-правовые проблемы и перспективы развития образовательных услуг.
2	Правовые основы экономической деятельности при продвижении образовательных услуг.
3	Государственное регулирование порядка работы с наличными денежными средствами.
4	Порядок получения и расходования бюджетных средств для продвижения образовательных услуг.
5	Основные этапы организации и продвижения образовательных услуг.
6	Административная ответственность должностных лиц при продвижении образовательных услуг.

7	Оптимизация налогообложения результатов финансово-хозяйственной деятельности при организации и продвижении образовательных услуг.
8	Применение стандартов документационного обеспечения управления при организации и продвижении образовательных услуг.
9	Организационно-правовое обеспечение деятельности образовательной организации при продвижении услуг.
10	Привлечение дополнительных источников финансирования для продвижения образовательных услуг.
11	Особенности рынка образования и их влияние на технологии продвижения образовательных услуг.
12	Условия, способствующие появлению рынка образовательных услуг в России.
13	Основные методы государственного воздействия на состояние рынка образовательных услуг в России.
14	Современное состояние научного изучения проблематики продвижения товаров и услуг.
15	Основные научные подходы к решению проблем продвижения товаров и услуг.
16	Цели и задачи пресс-службы.
17	Место пресс-службы в структуре организации.
18	Опыт работы со СМИ некоммерческих организаций.
19	Реальная потребность вуза в собственной пресс-службе и условия для ее создания.
20	Организация работы пресс-службы ТГУ.
21	Аналитическая работа в области взаимодействия со СМИ.
22	Организация работы школы со СМИ.
23	Общая характеристика работы СМИ с образовательной информацией.
24	Освещение образовательной информации в российских СМИ.

Краткое описание и регламент выполнения

Написание реферата включает в себя следующее:

- сбор информации: отбор источников, конспектирование;
- составление плана;
- письменное оформление реферата;
- подготовка устного выступления на 3-5 минут;
- защита реферата (лучше не читать, а рассказывать, выделяя наиболее важные положения и наиболее яркие примеры).

Схема устной презентации реферата:

- Представление автора или группы авторов.
- Тема работы.
- Актуальность и значимость темы (почему? для кого? зачем?).
- Источники. Обзор используемой литературы.
- Основное содержание. Ключевые идеи.
- Выводы и заключение. Практическое значение.

Критерии оценки:

- «отлично» – учебный материал изучен глубоко и основательно в соответствии с основной и дополнительной литературой. Реферат представлен содержательно. Сделан анализ, выводы. Содержание всех структурных компонентов представлено полно. Студент свободно владеет материалом, может обосновать свой ответ.

- «хорошо» – учебный материал изучен частично. Реферат представлен содержательно не полно. Сделан анализ. Выводы не полные. Содержание структурных компонентов представлено не в полном объеме. Ответ студента частично формален. Слабая ориентировка в материале.
- «удовлетворительно» – учебный материал изучен частично. Реферат представлен неполно. Студент не владеет материалом, не может обосновать свой ответ.
- «неудовлетворительно» – учебный материал не изучен, задание не выполнено.

7.2.2. Темы творческих заданий

Задание 1.

Тема: «Субъекты маркетинга ОУ, их функции»

1. Составьте глоссарий терминов и понятий маркетинга в сфере образования.

Задание 2.

Тема: «Компоненты окружающей маркетинговой среды и их воздействие на конъюнктуру рынка образовательных услуг»

2. Выполните SWOT - анализ Вашего образовательного учреждения. Сделайте соответствующие выводы.

Задание 3.

Тема: «Технология разработки стратегии образовательного учреждения».

1. Разработайте должностную инструкцию специалиста квалификации «педагог – маркетолог» образовательного учреждения, изучив ГОС ВПО по специальности 061500 «Маркетинг»

Примерная должностная инструкция специалиста квалификации педагог - маркетолог образовательного учреждения:

Основная цель работы педагога - маркетолога:

Должностные обязанности:

- a) _____
- b) _____

Задание 4.

Тема: «Стратегии сегментирования и позиционирования на рынке образовательных услуг»

1. Разработайте карту позиционирования «цена – качество», осуществите позиционирование образовательных услуг известных вам образовательных учреждений.

Задание 5.

Тема: «Цена и ценовые стратегии на образовательные услуги»

1. Постройте графики спроса и предложения рыночного равновесия. Как на данном графике можно изобразить дефицит и избыток товара?

7.2.3. Задания реконструктивного уровня.

Задания реконструктивного уровня 1.

Тема: «Технология управления маркетинговыми исследованиями на рынке образовательных услуг»

1. Заполните сравнительную таблицу «Характеристика производственно - ориентированного образовательного учреждения и образовательного учреждения, ориентированного на рынок».

Задания реконструктивного уровня 2.

Тема: «Каналы и стратегии распределения образовательных услуг»

1. Заполните описательную таблицу «Каналы и стратегии распределения образовательных услуг»

7.2.4.Круглый стол(дискуссия)

Круглый стол (дискуссия) 1

Тема: «Изучение потребителей образовательных услуг»

Дискуссионные вопросы:

1. Как меняется структура потребления в зависимости от этапа жизненного цикла семьи?
2. Каковы основные типы личности и к какому из них вы относите себя? Почему?
3. Как связаны факторы «стиль жизни» и «представление о самом себе» с понятием «персональный имидж»?

Круглый стол (дискуссия) 2

Тема: «Технологии внутреннего маркетинга в образовательных учреждениях»

1. Поясните, в чем заключается разница между техническими навыками и навыками взаимодействия для персонала образовательных учреждений?
2. Объясните, есть ли различия в структуре и функциях кадровой службы на промышленном предприятии и в образовательном учреждении? Если да, то в чем они будут состоять?
3. Представьте стратегии стимулирования сбыта образовательных услуг. Корпоративные подарки образовательного учреждения.
4. Что такое «информационная открытость образовательного учреждения». Абсолютная достоверность фактов и их умелая интерпретация в интересах организации как основа взаимодействия образовательного учреждения со СМИ.

7.2.5.Проект

Темы групповых проектов:

1. Разработайте проект плана рекламной деятельности образовательного учреждения и подготовьте необходимую документацию для ведения рекламных проектов.
2. Разработайте проект плана работы пресс-службы по связям с общественностью образовательного учреждения.
3. Разработайте проект плана организации и проведения специальных событий образовательного учреждения.
4. Разработайте проект плана развития и продвижения торговой марки образовательного учреждения.
5. Разработайте проект плана стимулирования сбыта продукции образовательного учреждения.
6. Разработайте проект плана развития и продвижения бренда образовательного учреждения.

7.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.3.1.

Формы текущего контроля	Условия допуска	Критерии и нормы оценки
Реферат 1,2	Подготовленный реферат	«отлично» выставляется студенту, если он представляет доклад (сообщение), характеризующееся самостоятельностью, представляющий собой краткое изложение изучаемого вопроса, студент раскрывает

Формы текущего контроля	Условия допуска	Критерии и нормы оценки
		<p>суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, обосновывает свою точку зрения; материал доступен для слушателей, студент в процессе презентации проявляет владение материалом;</p> <p>«хорошо» выставляется студенту, если его доклад самостоятельный, представляющий собой краткое изложение изучаемого вопроса, студент раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, недостаточно аргументированы собственная позиция; есть замечания к манере подачи материала в ходе презентации;</p> <p>«удовлетворительно» выставляется студенту, если его доклад недостаточно самостоятельный, представляет собой краткое изложение изучаемого вопроса, студент недостаточно раскрывает сущность проблемы, недостаточно обосновывает выбор источников, есть замечания к манере подачи материала в ходе презентации;</p> <p>«неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не подготовил доклад.</p>
Творческое задание 1	Выполненные задания	<p>«отлично» – выставляется студенту, если соблюдены требования к структуре и объему; содержание отличается новизной, кратко, точно представляет характеристику заданий в соответствии с глоссарием терминов и понятий маркетинга в сфере образования; проявлено творчество, оформлено в соответствии с требованиями;</p> <p>«хорошо» – выставляется студенту, если соблюдены требования к структуре; содержание отличается новизной; представляет перечень заданий в соответствии с глоссарием терминов и понятий маркетинга в сфере образования; требования к оформлению в целом соблюдены;</p> <p>«удовлетворительно» – выставляется студенту, если представлены основные структурные компоненты; содержание недостаточно полно и точно отражает вид глоссарий терминов и понятий маркетинга в сфере образования,</p>

Формы текущего контроля	Условия допуска	Критерии и нормы оценки
		<p>требования к данному виду работы и оформлению выполнены частично; «неудовлетворительно» – выставляется студенту, если задание не соответствует требованиям.</p>
Творческое задание 2	Выполненные задания	<p>«отлично» – выставляется студенту, если соблюдены требования к структуре и объему; содержание отличается новизной, кратко, точно представляет характеристику заданий в соответствии с SWOT анализом образовательного учреждения контрольной работы; проявлено творчество, оформлено в соответствии с требованиями;</p> <p>«хорошо» – выставляется студенту, если соблюдены требования к структуре; содержание отличается новизной; представляет перечень заданий в соответствии с SWOT анализом образовательного учреждения; требования к оформлению в целом соблюдены;</p> <p>«удовлетворительно» – выставляется студенту, если представлены основные структурные компоненты; содержание недостаточно полно и точно отражает вид SWOT анализа образовательного учреждения, требования к данному виду работы и оформлению выполнены частично;</p> <p>«неудовлетворительно» – выставляется студенту, если задание не соответствует требованиям.</p>
Творческое задание 3	Выполненные задания	<p>«отлично» – выставляется студенту, если соблюдены требования к структуре и объему; содержание отличается новизной, кратко, точно представляет характеристику заданий в соответствии с должностной инструкцией; проявлено творчество, оформлено в соответствии с требованиями;</p> <p>«хорошо» – выставляется студенту, если соблюдены требования к структуре; содержание отличается новизной; представляет перечень заданий в соответствии с должностной инструкцией; требования к оформлению в целом соблюдены;</p> <p>«удовлетворительно» – выставляется студенту, если представлены основные структурные компоненты;</p>

Формы текущего контроля	Условия допуска	Критерии и нормы оценки
		<p>содержание недостаточно полно и точно отражает вид должностной инструкции, требования к данному виду работы и оформлению выполнены частично;</p> <p>«неудовлетворительно» – выставляется студенту, если задание не соответствует требованиям.</p>
Творческое задание 4	Выполненные задания	<p>«отлично» – выставляется студенту, если соблюдены требования к структуре и объему; содержание отличается новизной, кратко, точно представляет характеристику заданий в соответствии с картой позиционирования «цена – качество», проявлено творчество, оформлено в соответствии с требованиями;</p> <p>«хорошо» – выставляется студенту, если соблюдены требования к структуре; содержание отличается новизной; представляет перечень заданий в соответствии с картой позиционирования «цена – качество»;; требования к оформлению в целом соблюдены;</p> <p>«удовлетворительно» – выставляется студенту, если представлены основные структурные компоненты; содержание недостаточно полно и точно отражает вид карты позиционирования «цена – качество», требования к данному виду работы и оформлению выполнены частично;</p> <p>«неудовлетворительно» – выставляется студенту, если задание не соответствует требованиям.</p>
Творческое задание 5	Выполненные задания	<p>«отлично» – выставляется студенту, если соблюдены требования к структуре и объему; содержание отличается новизной, кратко, точно представляет характеристику заданий в соответствии с графиком спроса и предложения рыночного равновесия, проявлено творчество, оформлено в соответствии с требованиями;</p> <p>«хорошо» – выставляется студенту, если соблюдены требования к структуре; содержание отличается новизной; представляет перечень заданий в соответствии с графиком спроса и предложения рыночного равновесия; требования к оформлению в целом</p>

Формы текущего контроля	Условия допуска	Критерии и нормы оценки
		<p>соблюдены;</p> <p>«удовлетворительно» – выставляется студенту, если представлены основные структурные компоненты; содержание недостаточно полно и точно отражает вид графика спроса и предложения рыночного равновесия, требования к данному виду работы и оформлению выполнены частично;</p> <p>«неудовлетворительно» – выставляется студенту, если задание не соответствует требованиям.</p>
Задания реконструктивного уровня 1,2	Выполненные задания	<p>«отлично» выставляется студенту, если он составил таблицу, которая содержит 4 столбца, содержание таблицы представлено полно;</p> <p>«хорошо» выставляется студенту, если он составил таблицу, которая содержит 3 столбца, содержание таблицы представлено полно;</p> <p>«удовлетворительно» выставляется студенту, если он составил таблицу, которая содержит 2 столбца, содержание таблицы представлено формально;</p> <p>«неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не выполнил задание.</p>
Круглый стол (дискуссия) 1,2	Допускаются все студенты	<p>«отлично» выставляется студенту, если активно участвует в дискуссии, свои мысли аргументирует, пользуется современной научной лексикой, свободно ориентируется в современных проблемах науки и образования, всегда самостоятелен в высказываниях, может податься мыслям ведущего;</p> <p>«хорошо» выставляется студенту, если он участвует в дискуссии, свои мысли старается аргументировать, использует научную лексику, свободно ориентируется в современных проблемах науки и образования, однако не всегда самостоятелен в высказываниях, может податься мыслям ведущего;</p> <p>«удовлетворительно» выставляется студенту, если он участвует в дискуссии, отсутствует система научных знаний, что затрудняет свободно высказать свои мысли по рассматриваемой проблеме и аргументировать;</p> <p>«неудовлетворительно» выставляется</p>

Формы текущего контроля	Условия допуска	Критерии и нормы оценки
		студенту, если он не участвует в дискуссии
Проект	Подготовленный проект	<p>«отлично» выставляется группе студентов, если запланированы пути достижения цели проекта, тема проекта целостно раскрыта, использованы разнообразные источники информации, доказана их целесообразность, выбранные способы взаимодействия соответствуют цели и содержанию проекта, авторы проекта проявили личную заинтересованность, творчески подошли к работе, внесли элементы новизны, оформление письменной части проекта соответствует имеющимся требованиям, презентация проекта выполнена качественно;</p> <p>«хорошо» выставляется группе студентов, если запланированы пути достижения цели проекта, тема проекта целостно раскрыта, использованы разнообразные источники информации, доказана их целесообразность, выбранные способы взаимодействия соответствуют цели и содержанию проекта, авторы проекта проявили личную заинтересованность, однако не совсем творчески подошли к работе, отсутствуют элементы новизны, оформление письменной части проекта соответствует имеющимся требованиям, презентация проекта выполнена качественно;</p> <p>«удовлетворительно» выставляется группе студентов, если запланированы пути достижения цели проекта, тема проекта раскрыта недостаточно глубоко, не использованы разнообразные источники информации, выбранные способы взаимодействия соответствуют цели и содержанию проекта, авторы проекта проявили личную заинтересованность, творчески подошли к работе, внесли элементы новизны, оформление письменной части проекта соответствует имеющимся требованиям, презентация проекта выполнена с замечаниями;</p> <p>«неудовлетворительно» выставляется группе студентов, если проект не представлен.</p>

Вопросы к зачету

1. Рынок образовательных услуг: его место в системе рыночных отношений, структура и инфраструктура.
2. Роль государства в формировании и развитии рынка образовательных услуг в России.
3. Тенденции развития рынка образовательных услуг.
4. Проектирование системы менеджмента качества образовательных услуг как условия конкурентоспособности организации.
5. Маркетинг в сфере образования: определение, значение, становление.
6. Концепции маркетинга.
7. Назовите субъекты маркетинга образовательных услуг.
8. Перечислите объекты маркетинга образовательных услуг.
9. Каковы особенности услуги как объекта маркетинга?
10. Назовите отличительные черты образовательных услуг.
11. Каковы функции маркетинга образовательных услуг?
12. В чем заключаются отличия производственно ориентированного образовательного учреждения от ОУ, ориентированного на рынок?
13. Перечислите принципы маркетинга образовательных услуг.
14. Методические основы проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг.
15. Основные положения системного и ситуационного анализа.
16. Назовите этапы и методы проведения маркетинговых исследований.
17. Перечислите основные объекты маркетинговых исследований.
18. Раскройте понятие маркетинговой среды. Какова ее структура?
19. Какие факторы включает в себя маркетинговая макросреда?
20. Каковы особенности воздействия макросреды на образовательное учреждение?
21. Какие методы применяются для анализа макросреды?
22. Какие данные являются исходными для анализа внешней среды?
23. Чем объясняется важность анализа внутренней среды?
24. Дайте характеристику методам СТЕР – анализ и SWOT-анализ.
25. Дайте определение сегментации рынка, целевого рынка, целевого сегмента рынка, позиционирования.
26. Какой тип сегментации является более распространенным? Почему?
27. С какой целью применяется сегментация по параметрам образовательных услуг?
28. Целевые аудитории образовательного учреждения и специфика взаимодействия с ними.
29. Изучение потребителей образовательных услуг.
30. Продукт на рынке образовательных услуг и его классификация.
31. Оценка конкурентоспособности образовательной услуги (на примере конкретной организации).
32. Организационные структуры управления маркетинговой деятельностью ОУ.
33. Модель планирования потребности в образовательных услугах (на примере конкретной организации).
34. Факторы повышения эффективности предоставления образовательных услуг.
35. Права потребителя и исполнителя при организации образовательных услуг.
36. Этапы процесса становления нового продукта – новой образовательной программы.
37. Матрица Ансоффа.
38. Матрица «Доля рынка – темпы роста» Бостонской консультативной группы.
39. Матрица «Привлекательность - конкурентоспособность».
40. Особенности ценообразования на рынке образовательных услуг (на примере конкретной организации).

41. Ценовая стратегия образовательного учреждения, основные этапы ее разработки.
42. Налогообложение образовательной деятельности (на примере конкретной организации).
43. Продвижение образовательных услуг: внутренний рынок, экспорт, импорт.
44. Бизнес-план продвижения образовательных услуг конкретной образовательной организации.
45. Формирование и управление бюджетом образовательного учреждения при продвижении услуг.
46. Организация внутреннего аудита финансово-экономической деятельности при продвижении образовательных услуг (на примере конкретной организации).
47. Правила документационного оформления локальных актов, создаваемых при продвижении образовательных услуг (на примере конкретной организации).
48. Назовите особенности образовательной рекламы?
49. Что представляет собой стимулирование сбыта образовательных услуг?
50. Как организуются связи с общественностью в сфере образования?
51. Каковы преимущества использования прямого маркетинга при продвижении образовательных услуг?
52. Почему образовательному учреждению следует разрабатывать свой фирменный стиль?
53. В чем отличие выставки и ярмарки? Какие преимущества участие в них дает образовательному учреждению?
54. В чем заключается важность сотрудничества в сфере образования?
55. Как формируется бренд образовательного учреждения?
56. В чем состоит ключевая компетенция образовательного учреждения?
57. Какими методами осуществляется продвижение образовательного бренда на глобальный рынок?
58. Какие особенности рынка образования и их влияние на технологии продвижения вы знаете?
59. Сущность организации рекламных кампаний.
60. Разработка креативных идей для решения рекламных задач.
61. Ведение документации по рекламным кампаниям.
62. Создание и работа отдела рекламы/развития.
63. Формирование и управление рекламным бюджетом.
64. Медиапланирование: анализ медиаканалов и медианосителей.
65. Создание и управление корпоративным сайтом образовательного учреждения.
66. Фирменный стиль образовательного учреждения.
67. Дизайн информационно-рекламных материалов образовательного учреждения.
68. Корпоративные подарки образовательного учреждения.
69. Выставочная деятельность образовательного учреждения.
70. Корпоративные вузовские СМИ как ресурс продвижения.
71. Оценка эффективности рекламной деятельности.
72. Место пресс-службы в системе общественных связей.
73. Задачи и функции пресс-служб образовательного учреждения.
74. Взаимодействие пресс-службы с другими отделами ректората вуза, распределение функциональных обязанностей и сфер ответственности.
75. Возможности получения первичной информации внутри образовательного учреждения, ее проверка и необходимость доведения до сведения общественности.
76. Общие принципы взаимодействия образовательного учреждения со СМИ.
77. Понятие коммуникативной стратегии образовательного учреждения.
78. Информационная открытость образовательного учреждения.
79. Абсолютная достоверность фактов и их умелая интерпретация в интересах организации как основа взаимодействия образовательного учреждения со СМИ.
80. Основные мероприятия, организуемые для прессы.

7.3.2. Критерии и нормы оценки

Семестр	Форма проведения промежуточной аттестации	Критерии и нормы оценки	
1	Зачет	«зачтено»	Все индивидуальные задания выполнены в срок. На практических занятиях студент принимает активное участие в обсуждении вопросов с опорой на подготовленный материал, присутствует мотивированность и обоснованность выступлений, систематическое участие в дискуссиях. Ответы полные, точные, аргументированные, с использованием современной научной лексики. При ответе на дополнительные вопросы студент демонстрирует свободное владение содержанием курса. На практических занятиях предлагается самостоятельный и оригинальный проект решения, который может быть реализован на практике. Тесты проверки знаний выполнялись, набрано более 75% правильных ответов.
		«не зачтено»	Индивидуальные задания выполнены не в срок. Много пропусков занятий. На практических занятиях не участвует регулярно в обсуждении вопросов, отсутствует мотивированность и обоснованность выступлений. Ответы не полные, не точные, без использования современной научной лексики. При ответе на дополнительные вопросы студент содержанием курса не владеет. Тесты проверки знаний не выполнялись или выполнялись, но набрано менее 75% правильных ответов.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Обязательная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Непрокина И.В. Ценева М.А. Грабарник А.М.	Конкурентные стратегии образовательных учреждений	учебно-методическое пособие	2017	Репозиторий ТГУ
2	Наумов В. Н.	Стратегический маркетинг	учебник	2020	ЭБС «Znanium.com»
3	Латышев Д. В.	Маркетинговые технологии и стратегии в управленческой деятельности организации	учебное пособие	2019	ЭБС "IPRbooks"
4	Скляр Е. Н.	Маркетинговые исследования	практикум	2020	ЭБС «Znanium.com»
5	Бердышев С. Н.	Информационный маркетинг	практическое пособие	2019	ЭБС "IPRbooks"

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
	Папкина О. В.	Деловые коммуникации	учебник	2019	ЭБС «Znanium.com»
	Зубкова Н. В.	Маркетинг инноваций	учебно-методическое пособие	2019	Репозиторий ТГУ

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно- методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
	Стешин А. И.	Информационные системы в маркетинге	учебное пособие	2019	ЭБС "IPRbooks"

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Интернет – ресурсы:

- WebofScience [Электронный ресурс] : мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia: ClarivateAnalytics, 2016– . – Режим доступа : apps.webofknowledge.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Scopus [Электронный ресурс] : реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004– . – Режим доступа : scopus.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Elibrary [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва : НЭБ, 2000– . – Режим доступа : elibrary.ru. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

8.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно
2	Office Standart	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно; Договор № 727 от 20.07.2016г., срок действия - бессрочно

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
1	У-205 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации	Ноутбук; проектор; интерактивная доска; столы ученические двухместные (моноблок), стол преподавательский угловой столик, стулья, доска аудиторная (магнитно-маркерная, передвижная), кафедра
2	У-208 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для практических занятий. Учебная аудитория для выполнения учебных, курсовых и дипломных работ. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения	Стол ученические двухместные моноблок, стол преподавательский, стул преподавательский, доска аудиторная (меловая) .

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
	курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации.	
3	У-117 Учебно-методический кабинет	Столы ученические, стулья, стол конференции, ПК.
4.	У-213 Компьютерный класс. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для проведения лабораторных работ. Учебная аудитория для практических занятий. Учебная аудитория для выполнения учебных, курсовых и дипломных работ. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение для самостоятельной работы.	Столы ученические двухместные, стол преподавательский, стулья, доска аудиторная (меловая), компьютеры с выходом в сеть Интернет