МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Юридический факультет

УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

Программа дисциплины

Маркетинг в сфере образовательных услуг Б1.ДВ.2

Направление подготовки: 050100.62 - Педагогическое образование
Профиль подготовки: Право и иностранный язык (английский)
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский

Автор(ы):
Ермосина В.П. , Ибрагимова Е.М.

Рецензент(ы):

СОГЛАСОВАНО:
Заведующий(ая) кафедрой: Ибрагимова Е. М.
Протокол заседания кафедры No ___ от "____" _____ 201__г
Учебно-методическая комиссия Юридического факультета:
Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__г

Регистрационный No 864615

Казань
2015

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, б/с Ермосина В.П. Кафедра теории и методики обучения праву Юридический факультет , Vera.Ermosina@kpfu.ru ; заведующий кафедрой, д.н. (профессор) Ибрагимова Е.М. Кафедра теории и методики обучения праву Юридический факультет , Elena.Ibragimova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Основной целью освоения дисциплины "Маркетинг в сфере образовательных структур" являются глубокие теоретические и практические знания, умения и навыки по формированию научных основ маркетинга, управлению системными маркетинговыми инструментами для удовлетворения потребностей как отдельно взятой личности, так и общества в целом, достижения целей хозяйствующего субъекта на рынка с учетом последних достижении в области маркетинга образования.

Основными образовательными задачами дисциплины "Маркетинг образования" являются:

- обучение студентов современным подходам, формам и методам маркетинговой деятельности в образовании;

- формирование у студентов понимания роли и значения действий профессиональных менеджеров по маркетингу, направленных на совершенствование деятельности современных образовательных учреждений;

- изучение студентами взаимоотношений субъектов рынка образовательных услуг;

- освоение студентами основных концепций маркетинга;

- формирование у студентов понимания социальной основы маркетинга, профессиональной ответственности за свои решения и действия.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.ДВ.2 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 050100.62 Педагогическое образование и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 5 семестр.

Дисциплина "Маркетинг в сфере образования" относится к профессиональному циклу дисциплин направления подготовки: 050100.62- педагогическое образование, профиля подготовки: право и иностранный язык (английский) , степени - бакалавр. Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплин "Менеджмент в сфере образования", "Экономика образования".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-4 (профессиональные компетенции)	-готовностью к профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми документами сферы образования
ПК-10 (профессиональные компетенции)	способностью проектировать траектории своего профессионального роста и личностного развития
ПК-4 (профессиональные компетенции)	-способен использовать возможности образовательной среды, в том числе информационной, для обеспечения качества учебно-воспитательного процесса

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-5 (профессиональные компетенции)	-способностью осуществлять педагогическое сопровождение социализации и профессионального самоопределения обучающихся
ПК-9 (профессиональные компетенции)	способностью проектировать индивидуальные образовательные маршруты обучающихся
ОК1-2 (общекультурные компетенции)	- владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения; - способен анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые педагогические проблемы;

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- структуру современного рынка образовательных услуг и объекты рыночных отношений в образовании;
- функциональные задачи маркетинга в образовании;
- основы планирования товародвижения и сбыта образовательных услуг;
- системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации;
- сущность маркетинговых коммуникации, основы рекламной деятельности.

2. должен уметь:

- внедрять систему основных принципов маркетинга в предпринимательскую деятельность с учетом влияния внутренних и внешних факторов рыночной среды;
- использовать формы и методы маркетинговых исследований для успешной реализации маркетинговых проектов;
- оценивать конкурентоспособность образовательных услуг;
- планировать товародвижение и сбыт образовательных услуг;
- планировать и управлять маркетингом в образовании.

3. должен владеть:

-навыками разработки комплекса маркетинга для образовательных услуг, предназначенных для различных рыночных сегментов;

-навыками применения современных форм и методов планирования и прогнозирования для определения приоритетных целей и перспективных задач маркетинговой деятельности образовательной организации, а также выбора оптимальных стратегий их решения;

-навыками организации службы маркетинга в образовательной организации.

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

- проведения внутренней и внешней ревизии маркетинговой деятельности образовательной организации;
- организации службы маркетинга в образовательном учреждении;
- осуществления управления и контроля маркетинговой деятельности образовательного учреждения

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 5 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Маркетинг в сфере услуг. Система маркетинга организаций	5		1	1	0	устный опрос домашнее задание
2.	Тема 2. Специфика маркетинга образовательных услуг	5		2	2	0	домашнее задание эссе
3.	Тема 3. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг	5		2	2	0	тестирование реферат
4.	Тема 4. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг	5		2	2	0	устный опрос тестирование
5.	Тема 5. Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности.	5		2	2	0	домашнее задание презентация

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
6.	Тема 6. Поведение потребителей образовательных услуг	5		2	2	0	презентация реферат
7.	Тема 7. Маркетинговая служба в сфере предоставления образовательных услуг	5		2	2	0	эссе творческое задание
8.	Тема 8. Качество образовательных услуг	5		2	2	0	устный опрос домашнее задание
9.	Тема 9. Продвижение образовательных услуг на рынок	5		2	2	0	тестирование устный опрос
10.	Тема 10. Процесс управления маркетинговое деятельностью в сфере образования.	5		1	1	0	устный опрос творческое задание
.	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	зачет
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Маркетинг в сфере услуг. Система маркетинга организаций

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Основы маркетинга. Система маркетинга организации. Субъекты и объекты маркетинга образовательных услуг. Функции маркетинга образовательных услуг. Принципы и методы маркетинга образовательных услуг.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Элементы системы маркетинга организации. Товары и услуги. Обмен и сделки. Виды рынков. Отношения участников рынка. Концепции маркетинга.

Тема 2. Специфика маркетинга образовательных услуг

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Рынок образовательных услуг. Конкуренция на рынке образовательных услуг. Определение образовательных услуг с позицией маркетинга. Основные характеристики услуг. Специфические особенности образовательных услуг.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Маркетинг в сфере образовательных услуг. Социальные основы маркетинга. Иерархия потребностей личности в отношении образования.

Тема 3. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг

лекционное занятие (2 часа(ов)):

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

-Маркетинговые исследования как вид маркетинговой деятельности образовательных учреждений. Роль, функции и общая схема исследований в маркетинге. Классификация методов исследования. Характеристика методов исследования. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях (в сфере образования).

практическое занятие (2 часа(ов)):

Организация маркетинговых исследований. Основные методы маркетинговых исследований. Дополнительные методы маркетинговых исследований (анкетирование).

Тема 4. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие среды образования. Внешняя среда образовательной сферы. Анализ среды окружения (мезосреды) образования. Анализ внутренней среды образовательного учреждения. Методы количественного анализа рынка образования.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Матрица STEP - анализа внешней среды. Диагностический анализ среды окружения. Метод SWOT - анализа внутренней среды.

Тема 5. Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Сущность маркетинговых коммуникаций. Основы рекламной деятельности. Стимулирование продаж образовательных ус-луг. Связи с общественностью. Прямой маркетинг. Разработка фирменного стиля образовательных услуг. Ярмарочная и выставочная деятельность в сфере образовательных услуг. Сотрудничество в системе образования

практическое занятие (2 часа(ов)):

Комплекс маркетинговых коммуникаций. Этапы процесса разработки эффективных маркетинговых коммуникаций.

Тема 6. Поведение потребителей образовательных услуг

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Анализ факторов поведения потребителей. Принципы изучения потребителей и модель поведения потребителей. Процесс принятия решения потребителем образовательной услуги.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Типы поведения покупателей в процессе принятия решения о покупке образовательной услуги. Иерархия потребностей в отношении образования (личный и групповой).

Тема 7. Маркетинговая служба в сфере предоставления образовательных услуг

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Элементы системы управления маркетингом. Анализ рынка образовательных услуг. Разработка плана маркетинга образовательного учреждения. Реализация плана маркетинга.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Управление маркетинговой деятельностью: бизнес-план. Роль бизнес-плана в современных условиях рынка. Основные типы бизнес-планов, их структура.

Тема 8. Качество образовательных услуг

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Конкуренция:анализ, стратегия и практика. Конкурентоспособность образовательной услуги. Качество образовательной услуги: уровень качества, требование к качеству.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Структура системы образования. Федеральные государственные образовательные стандарты и федеральные государственные требования. Образовательные стандарты.

Тема 9. Продвижение образовательных услуг на рынок

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Прогнозирование спроса на образовательные услуги. Сегментация образовательных услуг.

практическое занятие (2 часа(ов)):

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Сущность международного маркетинга. Инвестиции в международной практике. Концепции международного маркетинга. Международная маркетинговая информационная система (МИС). Выбор целевых сегментов рынка образовательных услуг.

Тема 10. Процесс управления маркетинговое деятельностью в сфере образования.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Стратегии маркетинга в сфере образовательных услуг: по динамике отношения с рынком; по отношению к конкурентам. Маркетинговый план. Обеспечение маркетинговой программы. Стратегии выходов на зарубежные рынки.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Сущность управления маркетингом. Маркетинговое управление деятельностью. Взаимосвязь функций управления и маркетинговых функций в сфере образования.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Маркетинг в сфере услуг. Система маркетинга организаций	5		подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
2.	Тема 2. Специфика маркетинга образовательных услуг	5		подготовка домашнего задания	3	домашнее задание
				подготовка к эссе	1	эссе
3.	Тема 3. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг	5		подготовка к реферату	3	реферат
				подготовка к тестированию	1	тестирование
4.	Тема 4. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг	5		подготовка к тестированию	2	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
5.	Тема 5. Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности.	5		подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к презентации	2	презентация
6.	Тема 6. Поведение потребителей образовательных услуг	5		подготовка к презентации	2	презентация
				подготовка к реферату	1	реферат
7.	Тема 7. Маркетинговая служба в сфере предоставления образовательных услуг	5		подготовка к творческому экзамену	2	творческое задание
				подготовка к эссе	2	эссе

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
8.	Тема 8. Качество образовательных услуг	5		подготовка домашнего задания	1	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
9.	Тема 9. Продвижение образовательных услуг на рынок	5		подготовка к тестированию	2	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
10.	Тема 10. Процесс управления маркетинговое деятельностью в сфере образования.	5		подготовка к творческому экзамену	2	творческое задание
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Для лучшего овладения образовательными компетенциями в процессе обучения используются активные и интерактивные методы обучения. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, в учебном процессе составляет не менее 20% аудиторных занятий. Интерактивные методы могут применяться при организации преподавателем следующей работы со студентами:

? организация тематических занятий;

? организация временных творческих коллективов при работе над учебным проектом

? организация дискуссий и обсуждений спорных вопросов, возникших в коллективе

.

Для развития и совершенствования коммуникативных способностей студентов организуются специальные учебные занятия в виде "диспутов" или "конференций", при подготовке к которым студенты заранее распределяются по группам, отстаивающим ту или иную точку зрения по обсуждаемой проблеме.

Предполагаемые результаты использования интерактивных занятий в работе преподавателя со студенческой группой:

? Повышение эффективности занятий, интереса студентов к деятельности куратора.

? Формирование и развитие у студентов коммуникативных навыков и умений, эмоциональных контактов между студентами (умение жить в диалоговой среде; пони-мание, что такое диалог и зачем он нужен).

? Формирование и развитие аналитических способностей, ответственного отношения к собственным поступкам (способность критически мыслить; умение делать обоснованные выводы; умение решить проблемы и разрешить конфликты; умение принимать решение и нести ответственность за них).

? Формирование и развитие навыков планирования (способность прогнозировать и проектировать свое будущее).

Во время занятий и во внеаудиторное время организуются встречи с представителями научной общественности, во время которых обсуждаются ключевые проблемы современной науки и образования, проблемы мировоззренческого характера, актуальные проблемы современного общества.

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Маркетинг в сфере услуг. Система маркетинга организаций

домашнее задание , примерные вопросы:

Темы рефератов. 1. Маркетинг и общество 2. Конкуренция и основные направления конкурентной среды. 3. Сущность и классификация услуг. 4. Некоммерческий маркетинг. 5. Маркетинг в сфере образовательных услуг.

устный опрос , примерные вопросы:

Семинар. Вопросы для обсуждения. 1.Какие функции выполняют организации, выступающие в роли потребителя? 2.Перечислить основные виды образовательных учреждений. 3.Какими образовательными учреждениями представлена высшая школа образования на территории РФ? 4.Какие функции выполняют учреждения-посредники? 5.Какие проблемы стоят перед учреждениями, оказывающим

Тема 2. Специфика маркетинга образовательных услуг

домашнее задание , примерные вопросы:

Семинар. Вопросы для обсуждения. 1.Специфика маркетинга образовательных услуг. 2.Принципы образовательных услуг по А.П. Панкру. 3.Функции маркетинга образовательных услуг. 4.Маркетинг образования. 5.Отличительные особенности современной системы образования.

эссе , примерные темы:

Темы. - Маркетинг отдельных лиц: знаменитостей и политиков. - Роль маркетинга в экономическом развитии страны. - Маркетинговая, коммерческая составляющие конкурентоспособности. - Качество и конкурентоспособность в системе маркетинга. - Потребители и конкуренты.

Тема 3. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг

реферат , примерные темы:

Темы рефератов. - Методы маркетинговых исследований. - Виды маркетинговых исследований. - Процесс проектирования маркетинговых исследований. - Эксперимент в маркетинговых исследованиях. - Исследование рынка образовательных услуг на основе анкетирования.

тестирование , примерные вопросы:

Тестовые задания: 1 группа- задания с выбором искомых правильных ответов. 1. Общие характеристики организации: а) управленческая структура; б) разделение труда в) социальное партнерство; г) ресурсы; д) внешняя среда. 2.Определяющие факторы постиндустриального общества: а) трудовое общество; б) теоретические знания; в) капитал; г) информационное общество. 3. Методы маркетинга: а) анализ; б) прогнозирование; в) приспособление к рынку; г) проектирование. 4. Сфера приложения маркетинга по отраслям: а) маркетинг услуг; б) маркетинг торговли; в) маркетинг потребительских товаров. 2 группа- установите соответствие. 1. Ключевые цели по подсистемам организации: а) Производство 1. Увеличение рентабельности. б) Маркетинг 2. Повышение качества продукции. в) Персонал 3. Улучшение условий и мотивации труда. г) Финансы 4. Создание определенного имиджа. 3 группа- задание на свободное конструирование ответов. 1. Организация- это ... 2. Субъекты маркетинга образовательных услуг ... 3. Специфические особенности образовательных услуг ... 4. Объекты маркетинг образовательных услуг ...

Тема 4. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг

тестирование , примерные вопросы:

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Тестовые задания: 1 группа- задания с выбором искомых правильных ответов. 1. Виды рынков в сфере образования: А) рынок труда; Б) рынок недвижимости; В) рынок товаров и услуг. Г) рынок капитала. 2. Основные характеристики образовательных услуг: А) неотделимость; Б) недолговечность; В) сезонность; Г) объективность. 3. Выделите наиболее перспективную концепцию маркетинга: А) сбытовая; Б) потребительская; В) социальная; Г) производственная. 4. Какие из методов исследования являются общенаучными? А) наблюдения; Б) анкетирование; В) доказательства; Г) тестирование; Д) эксперимент. 5. Укажите факторы внешней среды образования метода STEP - анализа: А) технологические; Б) спортивные; В) экономические; Г) трудовые; Д) социальные. 6. Примером правового документа, регулирующего предпринимательскую деятельность, является: А) ФЗ "об образовании в РФ"; Б) Гражданский кодекс РФ; В) Всеобщая декларация прав человека. 2 группа- задания на добавления слова в готовый ответ. 1. Основными объектами исследований в маркетинге образовательных услуг являются: анализ _____ и _____ образовательных услуг; _____ и _____ маркетинговые среды. 2. Маркетинговое исследование - системный сбор, упорядочение и анализ данных о различных _____ проблемах. 3. Методы исследования включают _____ , _____ , _____ , _____ и _____. 4. Макросреда - это _____ среда. 3 группа- задание на свободное конструирование ответов. 1. Каковы основные направления маркетинговых исследований в образовании. 2. Какие типы экспериментов Вам известны? 3. Раскройте понятие маркетинговой среды, перечислите ее виды. 4. назовите факторы среды окружения образовательного учреждения.

устный опрос , примерные вопросы:

Семинар. Вопросы для обсуждения. - Понятие маркетинговой среды. - Структура внешней среды образовательного учреждения. - Показатели рейтинговой оценки привлекательности рынка образовательных услуг. - Методики анализа маркетинговой среды образования.

Тема 5. Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности.

домашнее задание , примерные вопросы:

Семинар. Вопросы для осуждения. - Средства воздействия комплекса маркетинговых коммуникаций сферы образования. - Модель коммуникационного процесса. - Формирование имиджа образовательной организации.

презентация , примерные вопросы:

Презентация комплекса мероприятий по продвижению образовательных услуг образовательного учреждения, где включены реклама, мероприятия по стимулированию продаж, связям с общественностью, прямому маркетингу, разработка фирменного стиля образовательного учреждения, участие в ярмарках и выставках, сотрудничество.

Тема 6. Поведение потребителей образовательных услуг

презентация , примерные вопросы:

"Процесс принятия решения потребителем образовательной услуги" - Модель процесса принятия решения потребителем образовательной услуги. - Мотивы получения высшего образования. - Поиск и анализ информация об образовательных услугах. - Источники первичной информации в вузе. Иссле исследование мнения студентов о качестве образования. Для оценки удовлетворенности/неудовлетворенности качеством обучения представить результаты анкеты "Мнение студента". Данные анкеты были обобщены по следующим разделам: 1) общая оценка качества обучения (по пятибалльной шкале); 2) оценка дисциплин; 3) оценка преподавателей (личностные и профессиональные качества); 4) организация учебного процесса; 5) оценка хозяйственного обслуживания и сервиса.

реферат , примерные темы:

Темы рефератов. 1.Процесс моделирования поведения потребителей. 2.Права потребителей. 3.Модель принятия решения о покупке (по Ф. Котлеру). 4.Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.

Тема 7. Маркетинговая служба в сфере предоставления образовательных услуг

творческое задание , примерные вопросы:

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Анализ факторов внешней среды образования методом STEP - анализа. 1. Социальные факторы: - жизненный уровень; - общественные ценности и мораль; - уровень образования; - социальная стратификация общества; - демографические факторы; - социокультурные факторы.

эссе , примерные темы:

Темы. - Выбор работы и получение места: самооценка, резюме о себе. - Прогнозируемое общественное мнение по поводу платности образования. - Инвестиции в международной практике.

Тема 8. Качество образовательных услуг

домашнее задание , примерные вопросы:

Темы рефератов. - Качество и конкурентоспособность в системе маркетинга. - Важнейшие тенденции развития российского высшего образования. - Комплексный подход к исследованию ситуации на рынке образовательных услуг.

устный опрос , примерные вопросы:

Семинар. Вопросы для осуждения. - Научно-методические и ресурсное обеспечения системы образования. - Экспериментальная деятельность в сфере образования. - Инновационная деятельность в сфере образования. - Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы.

Тема 9. Продвижение образовательных услуг на рынок

тестирование , примерные вопросы:

Исследование мнения студентов о качестве образования. Для оценки удовлетворенности/неудовлетворенности качеством обучения представить результаты анкеты "Мнение студента". Данные анкеты были обобщены по следующим разделам: 1) общая оценка качества обучения (по пятибалльной шкале); 2) оценка дисциплин; 3) оценка преподавателей (личностные и профессиональные качества); 4) организация учебного процесса; 5) оценка хозяйственного обслуживания и сервиса.

устный опрос , примерные вопросы:

Семинар. Вопросы для осуждения. - Сущность и значение иностранных инвестиций. - Зарубежные образовательные инвестиции, гранты и займы. - Примеры инвестиционного сотрудничества в сфере образования. - Фазы вовлечения образовательных организаций в международный маркетинг.

Тема 10. Процесс управления маркетинговое деятельностью в сфере образования.

творческое задание , примерные вопросы:

Творческое задание. Выполнить позиционирование образовательных услуг с помощью позиционирования образовательных услуг по параметрам "цена-качество", где по горизонтали - качество услуг (высокая, низкая), по вертикали - цена услуг (низкая, высокая). Составить карту (матрицу) для образовательных услуг, оказываемых образовательным учреждением.

устный опрос , примерные вопросы:

Семинар. Конкретная ситуация "Стратегия конкуренции". - ознакомление с программами "Эффективный менеджер", "Секретарь-референт". - Экономические показатели программ. - Бюджет программ. - Состояние на рынке бизнес-образования (составить вопросы).

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы к зачету по дисциплине.

1. Сущность маркетинга.
2. Маркетинг образования.
3.Маркетинговые исследования.
4.Понятие среды образования.
5.Внешняя среда.
6.Анализ среды окружения (мезосреды) образования.

7.Анализ внутренней среды образования.
8.Сущность маркетинговых коммуникаций.
9.Функции, задачи и требования к рекламе.
10.Стимулирование продаж услуг.
11.Связи с общественностью.
12.Прямой маркетинг.
13.Разработка фирменного стиля.
14.Ярмарочная и выставочная деятельность.
15.Сотрудничество в сфере образования.
16.Анализ факторов поведения потребителей.
17.Процесс принятия решения потребителем.
18.Прогнозирование спроса на образовательные услуги.
19.Сегментация образовательных услуг.
20.Элементы системы управления маркетингом.
21.Анализ рынка образовательных услуг.
22.Задачи подсистемы "Разработка плана маркетинга".
23. Реализация плана маркетинга
24. Конкуренция и основные направления конкурентной среды.
25. Сущность международного маркетинга
26. .Некоммерческий маркетинг.
27.Концепции маркетинга.
28. Маркетинг и общество

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ ПО КУРСУ "МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАНИЯ"

1. Маркетинг и общество
2. Организация маркетинговых исследований.
3. Сущность и классификация услуг.
4. Понятие конкурентоспособности услуги.
5. Маркетинг в сфере образовательных услуг.
6.Маргетинговая среда: внешняя среда.
7. Концепция социально- этичного маркетинга.
8. Маркетинговые коммуникации
9. Реклама как составная часть маркетинговой деятельности.
10. Стимулирование продаж услуг.
11. Ярмарочная и выставочная деятельность.
12. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.
13. Процесс принятия решения потребителем образовательной услуги.
14. Сегментирование рынка.
15. Выбор целевых сегментов рынка образовательных услуг.
16. Особенности маркетинга в сфере услуг.
17.Сущность международного маркетинга.
18.Некоммерческий маркетинг.
19. Маркетинг отдельных лиц: знаменитостей и политиков.
20. Стратегическое управление маркетингом.
21. Управление маркетинговой деятельностью: бизнес-план.
22. Конкуренция и основные направления конкурентной среды.

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

7.1. Основная литература:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие / Под ред. Н.А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 282 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0163-6, 1000 экз. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=251767

2. Морошкин В. А. Маркетинг: Учебное пособие / В.А. Морошкин, Н.А. Контарева, Н.Ю. Курганова. - М.: Форум, 2011. - 352 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-91134-432-0, 1000 экз. http://znanium.com/bookread.php?book=214685

3. Маркетинг: Учебное пособие / Под ред. проф. И.М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 384 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0183-4, 6000 экз. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=216943

7.2. Дополнительная литература:

1.Бутова Т. Г.Развитие сферы дошкольных услуг: проблемы регулирования [Электронный ресурс] : монография / Т. Г. Бутова, Е. Г. Григорьева, В. В. Куимов. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2011. - 176 с. - ISBN 978-5-7638-2486-5. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=492736

2. Василенко Н. В.Василенко, Н. В. Консалтинг в образовании [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Василенко. - СПб.: КультИнформПресс, 2011. - 274 с. - ISBN 978-5-8392-0308-2. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=4630731.

7.3. Интернет-ресурсы:

ОМЕГА ? теория и практика маркетинга в России. - http://brand100.narod.ru

Энциклопедия маркетинга - www.marketing.spb.ru

е-журнал по маркетингу? - www.4p.ru ? ?4p.ru

Бизнес в сетях - marketing.al.ru

Записки маркетолога - http://www.marketch.ru/

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Маркетинг в сфере образовательных услуг" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB,audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудованием имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

1. Учебно-методические пособия.

2. Ноутбук, проектор

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 050100.62 "Педагогическое образование" и профилю подготовки Право и иностранный язык (английский) .

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Автор(ы):
Ермосина В.П. _____
Ибрагимова Е.М. _____
"__" _____ 201 __ г.

Рецензент(ы):
"__" _____ 201 __ г.