

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Отделение татарской филологии и культуры имени Габдуллы Тукая



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор  
по образовательной деятельности КФУ  
Проф. Таюрский Д.А.

"\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**

Маркетинг в сфере образовательных услуг Б1.ДВ.2

Направление подготовки: 050100.62 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Родной (татарский) язык и литература

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: на базе СПО

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Ячина Н.П.

**Рецензент(ы):**

-

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Хузиахметов А. Н.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_ от "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института филологии и межкультурной коммуникации  
(отделение татарской филологии и культуры имени Габдуллы Тукая):

Протокол заседания УМК No \_\_\_ от "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No

Казань  
2016

## 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

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Ячина Н.П. кафедра методологии обучения и воспитания отделение педагогики , Nadezhda.Yachina@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Познакомить студентов с маркетинговым подходом в управлении образовательным учреждением.

Задачи:

изучение технологии маркетинга в образовании; изучение методов анализа, прогнозирования, оптимизации и обоснования маркетинговой модели в образовательном учреждении.

Получение практических навыков в разработке маркетинговых мероприятий и оценке их социально-экономической эффективности

### 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 4 курсе, 8 семестр.

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.

- 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.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
ОПК-1 (профессиональные компетенции)	осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает мотивацией к осуществлению профессиональной деятельности; - способен использовать систематизированные теоретические
ОПК-2 (профессиональные компетенции)	способен использовать систематизированные теоретические и практические знания гуманитарных, социальных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-3 (профессиональные компетенции)	владеет основами речевой профессиональной культуры;
ОПК-4 (профессиональные компетенции)	способен к подготовке и редактированию текстов профессионального и социально значимого содержания.
ОПК-2	способен анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые педагогические проблемы;

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

концепции маркетинговой деятельности; функции и принципы маркетинга в образовании; методы анализа и оценки маркетинговой среды образовательном учреждении;

2. должен уметь:

планировать и организовывать маркетинго-вые экспресс - исследования; осуществлять сегментирование рынка образова-тельных услуг; разрабатывать модель маркетинга для образовательного учре-ждения; планировать маркетинговые мероприятия и оценивать их эффективность;

3. должен владеть:

умением разрабатывать модели организации маркетинга в образовательном учреждении; особенности разработки образовательной стратегии.

разрабатывать: 1) структуру и содержание маркетинговой деятельности;  
2) содержание стратегии ОУ;  
3) формирование альтернатив развития ОУ;  
4) механизмы оценки, отбора и оптимизации альтернатив стратегии.

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 8 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	
	Тема 1. Введение:						

## понятие и сущность маркетинга в образовании

задание

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Маркетинговая среда образовательного учреждения	8	2	2	0	0	домашнее задание
3.	Тема 3. Маркетинговые исследования как инструмент формирования образовательной стратегии.	8	3	0	2	0	презентация
4.	Тема 4. Инструменты маркетинга в управлении развитием образовательного учреждения	8	4	0	2	0	научный доклад
5.	Тема 5. Управление маркетинговой деятельностью в образовательном учреждении	8	5	0	2	0	реферат
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	зачет
	Итого			4	6	0	

## 4.2 Содержание дисциплины

### Тема 1. Введение: понятие и сущность маркетинга в образовании

#### *лекционное занятие (2 часа(ов)):*

Предпосылки проникновения маркетинга в образование. Подходы к определению понятия маркетинг в образовании и маркетинг образовательных услуг и продуктов. Переход ОУ от производственной ориентации к маркетинговому управлению. Функции маркетинга. Концепции маркетинга.

### Тема 2. Маркетинговая среда образовательного учреждения

#### *лекционное занятие (2 часа(ов)):*

Окружающая среда образовательного учреждения и ее составляющая. Потребители образовательных услуг и продуктов.

### Тема 3. Маркетинговые исследования как инструмент формирования образовательной стратегии.

#### *практическое занятие (2 часа(ов)):*

Маркетинговые исследования на рынке образовательных услуг и продуктов. Сегментирование на рынке образовательных услуг. Позиционирование на рынке образовательных услуг.

### Тема 4. Инструменты маркетинга в управлении развитием образовательного учреждения

#### *практическое занятие (2 часа(ов)):*

Технология разработки стратегии образовательного учреждения. Выбор стратегии образовательного учреждения. Инструменты продвижения образовательных услуг и продуктов.

**Тема 5. Управление маркетинговой деятельностью в образовательном учреждении**  
**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Процесс маркетингового управления в ОУ. Разработка плана маркетинговых мероприятий ОУ. Маркетинговый подход к разработке Программы развития ОУ.

**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. Введение: понятие и сущность маркетинга в образовании	8	1	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
2.	Тема 2. Маркетинговая среда образовательного учреждения	8	2	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
3.	Тема 3. Маркетинговые исследования как инструмент формирования образовательной стратегии.	8	3	подготовка к презентации	5	презентация
4.	Тема 4. Инструменты маркетинга в управлении развитием образовательного учреждения	8	4	подготовка к научному докладу	5	научный доклад
5.	Тема 5. Управление маркетинговой деятельностью в образовательном учреждении	8	5	подготовка к реферату	4	реферат
	Итого				22	

**5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения**

Цель каждого лекционного занятия в соответствии с разработанной программой - обеспечение целенаправленного сотрудничества преподавателя со студентами, их осознанной включенности в учебный процесс, стимулирование студентов к профессионально-педагогическому самопознанию, самовоспитанию и самообразованию. В связи с этим, усвоение содержания данной дисциплины организуется с преобладанием диалоговых форм преподнесения материала на лекциях, использования метода группового анализа выдвигаемых проблем путем организации работы педагогических мастерских (учебная группа - "педагогическая мастерская"), выполнения самостоятельных творческих заданий студентами, способствующих педагогической рефлексии в освоении изучаемых тем; применения игровых технологий; анализа разнообразных педагогических ситуаций из жизни современной школы.



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

### **Тема 1. Введение: понятие и сущность маркетинга в образовании**

домашнее задание , примерные вопросы:

Подготовить конспекты по темам: Предпосылки проникновения маркетинга в сферу образования. Подходы к определению понятий ?маркетинг в образовании? и ?маркетинг образовательных услуг и продуктов?. Переход образовательных учреждений от ?производственной ориентации? к маркетинговому управлению. Функции маркетинга в образовании. Концепции маркетинга.

### **Тема 2. Маркетинговая среда образовательного учреждения**

домашнее задание , примерные вопросы:

Подготовить сообщения: Окружающая среда образовательного учреждения и ее составляющие. Потребители образовательных услуг и продуктов. Методы влияния ОУ на отраслевые факторы.

### **Тема 3. Маркетинговые исследования как инструмент формирования образовательной стратегии.**

презентация , примерные вопросы:

1) структура маркетинговой среды; 2) влияние компонентов маркетинговой среды на конъюнктуру рынка образовательных услуг и продуктов; 3) сегментация рынка образовательных услуг и продуктов.

### **Тема 4. Инструменты маркетинга в управлении развитием образовательного учреждения**

научный доклад , примерные вопросы:

Маркетинговые функции государства в сфере образования. 2. Факторы, влияющие на развитие образования в России. 3. Субъекты маркетинга образования и их функции. 4. Содержание и функции маркетинга в образовании. 5. Сегментация рынка образовательных услуг и продуктов. 6. Стратегии маркетинга образовательных услуг и продуктов. 7. Социальная ответственность образовательного учреждения

### **Тема 5. Управление маркетинговой деятельностью в образовательном учреждении**

реферат , примерные темы:

Маркетинговые аспекты современных тенденций в образовании. 2. Преодоление антимаркетинговых стереотипов в сфере образования. 3. Комплекс принципов маркетинга в образовании. 4. Сущность и возможности маркетинга образовательных услуг. 5. Сущность и возможности маркетинга образовательных продуктов. 6. Содержание и проблемы маркетинга образовательных услуг. 7. Особенности и типология образовательных и смежных услуг. 8. Структура и особенности маркетинговой среды в образовании. 9. Воздействие научно-технологических факторов на структуру и соотношение спроса и предложения образовательных услуг и продуктов. 10. Анализ практики формирования ассортимента услуг образовательного учреждения. 11. Оценка конкурентоспособности и позиционирование услуг конкретного образовательного учреждения. 12. Особенности жизненного цикла образовательных услуг и продуктов и их учет в стратегии маркетинга. 13. Сервисное сопровождение образовательных услуг. 14. Реклама в маркетинге образовательного учреждения. 15. Формирование имидж ? пространства образовательного учреждения. 16. Сотрудничество и кооперация образовательных учреждений. 17. Выбор структуры и организация работы маркетинговой службы в образовательном учреждении. 18. Разработка маркетингового плана в образовательном учреждении. 19. Специалист по образовательному маркетингу: права и обязанности, роль в управлении образовательным учреждением. 20. Особенности маркетинговой стратегии в образовательном учреждении

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

! Понятие сущность и принципы маркетинга.

2. Подходы к определению понятия маркетинг в образовании и маркетинг образовательных услуг.
3. Окружающая среда образовательного учреждения и ее составляющая.
4. Маркетинговые исследования на рынке образовательных услуг и продуктов.
5. Сегментирование на рынке образовательных услуг.
6. Позиционирование на рынке образовательных услуг.
7. Технология разработки образовательных услуг.
8. Инструменты продвижения образовательных услуг.
9. Процесс маркетингового управления в образовательном учреждении.
10. Разработка плана маркетинговых мероприятий в образовательном учреждении.

### **7.1. Основная литература:**

Программа учебной дисциплины "Математические модели в теории управления и исследования операций" федерального компонента дисциплин направления ГОС ВПО второго поколения для подготовки магистрантов, обучающихся по направлению 080500.68 "Менеджмент" (магистерские программы "Корпоративное управление", "Управление проектами", "Финансовый менеджмент", "Маркетинг"), Вишнякова, О.Н., 2009г.

Программа учебной дисциплины "Ценовая политика" цикла специальных дисциплин ГОС ВПО второго поколения для подготовки магистров по направлению 080500.68 "Менеджмент" (магистерская программа "Маркетинг"), Кайгородова, Г.Н., 2009г.

Программа учебной дисциплины "Методы социологических и прикладных исследований" федерального компонента дисциплин направления ГОС ВПО второго поколения для подготовки магистров по направлению 080500.68 "Менеджмент" (магистерские программы "Финансовый менеджмент", "Маркетинг", "Корпоративное управление", "Управление проектами"), Хайруллина, А.Д., 2010г.

Программа учебной дисциплины "Товароведение, экспертиза и стандартизация" федерального компонента цикла общепрофессиональных дисциплин ГОС ВПО второго поколения для студентов, обучающихся по специальности 080111.65 "Маркетинг", Сайдашева, В.А., 2009г.

Программа учебной дисциплины "Корпоративное управление" цикла общеобразовательных дисциплин по выбору ГОС ВПО второго поколения для подготовки студентов, обучающихся по направлению 080500.62 "Менеджмент" (профессионально-ориентированные программы "Управление персоналом" и "Маркетинг"), Кулин, Е.Н., 2009г.

### **7.2. Дополнительная литература:**

Международный маркетинг, Карпова, Светлана Васильевна, 2009г.

Как стать суперзвездой маркетинга. Необычные правила, благодаря которым победно зазвонит ваш кассовый аппарат, Фокс, Джеффри Дж., 2004г.

Маркетинг, Захаров, Сергей Викторович; Сербиновский, Б.Ю.; Павленко, В.И., 2009г.

Маркетинг и турбизнес, Моисеева, Нина Константиновна, 2009г.

Маркетинг : основы теории и практики, Беляев, Виктор Иванович, 2010г.

Программа учебной дисциплины "Управление рисками" цикла дисциплин специализации ГОС ВПО второго поколения для подготовки специалистов, обучающихся по специальности 080111.65 "Маркетинг", Филиппова, И.А., 2009г.

Маркетинг и общество, Валитов, Ш.М.; Мищенко, А.П.; Каленская, Н.В., 2009г.

Программа учебной дисциплины "Теория и практика договорных отношений" цикла СД ГОС ВПО второго поколения для подготовки магистров, обучающихся по направлению 080500.68 "Менеджмент" (магистерская программа "Маркетинг"), Мищенко, А.П., 2009г.

Программа учебной дисциплины "Управление персоналом" федерального компонента цикла общепрофессиональных дисциплин ГОС ВПО второго поколения для подготовки бакалавров по направлению 080500.62 "Менеджмент" (профессионально-ориентированные программы "Финансовый менеджмент", "Маркетинг") и специалистов по специальности 080507.65 "Менеджмент организации", Михайлов, Ф.Б., 2009г.

Международный маркетинг Карпова, Светлана Васильевна 2009

2 Как стать суперзвездой маркетинга. Необычные правила, благодаря которым победно зазвонит ваш кассовый аппарат Фокс, Джефффри Дж. 2004

3 Маркетинг Захаров, Сергей Викторович;Сербиновский, Б.Ю.;Павленко, В.И. 2009

4 Маркетинг и турбизнес Моисеева, Нина Константиновна 2009

5 Маркетинг : основы теории и практики Беляев, Виктор Иванович 2010

6 Программа учебной дисциплины "Управление рисками" цикла дисциплин специализации ГОС ВПО второго поколения для подготовки специалистов, обучающихся по специальности 080111.65 "Маркетинг" Филиппова, И.А. 2009

7 Маркетинг и общество Валитов, Ш.М.;Мищенко, А.П.;Каленская, Н.В. 2009

8 Программа учебной дисциплины "Теория и практика договорных отношений" цикла СД ГОС ВПО второго поколения для подготовки магистров, обучающихся по направлению 080500.68 "Менеджмент" (магистерская программа "Маркетинг") Мищенко, А.П. 2009

9 Программа учебной дисциплины "Управление персоналом" федерального компонента цикла общепрофессиональных дисциплин ГОС ВПО второго поколения для подготовки бакалавров по направлению 080500.62 "Менеджмент" (профессионально-ориентированные программы "Финансовый менеджмент", "Маркетинг") и специалистов по специальности 080507.65 "Менеджмент организации" Михайлов, Ф.Б.

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

Маркетинг в сфере образовательных услуг -

[http://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0b65625a2ad78a4d43a89521316d37\\_0.html](http://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0b65625a2ad78a4d43a89521316d37_0.html)

Маркетинг образовательных услуг - <http://www.ref.by/refs/47/9461/1.html>

Особенности маркетинга образовательных услуг - <http://refleader.ru/qaspolyfspol.html>

Панкрухин Маркетинг образовательных услуг -

<http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/mou/2.htm>

Презентация. Маркетинг в образовании - <http://www.myshared.ru/slide/88244/>

### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

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

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 оборудование 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 "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Для проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования, в том числе аудиторная доска (с магнитной поверхностью и набором приспособлений для крепления демонстрационных материалов), экран (на штативе или навесной).

Реализация учебной программы должна обеспечиваться доступом каждого студента к информационным ресурсам - университетскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет. Для использования ИКТ в учебном процессе необходимо наличие программного обеспечения, позволяющего осуществлять поиск информации в сети Интернет, систематизацию, анализ и презентацию информации, экспорт информации на цифровые носители.

В зависимости от избранной методики проведения лекционных и семинарских занятий могут быть использованы видеофильмы и комплекты слайдов, отвечающие проблематике и образовательным задачам дисциплины.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 050100.62 "Педагогическое образование" и профилю подготовки Родной (татарский) язык и литература .

Автор(ы):

Ячина Н.П. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.