

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное учреждение

высшего профессионального образования

"Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Высшая школа татаристики и тюркологии им.Габдуллы Тукая



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Тагировский Да



20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Маркетинг в образовательной системе Б1.ДВ.1

Направление подготовки: 051000.62 - Профессиональное обучение (дизайн интерьера)

Профиль подготовки: Дизайн интерьера

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: на базе СПО

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Сибгатуллина Т.В.

Рецензент(ы):

Калимуллин А.М.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Калимуллин А. М.

Протокол заседания кафедры № ____ от "____" 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института филологии и межкультурной коммуникации (Высшая школа татаристики и тюркологии им.Габдуллы Тукая):

Протокол заседания УМК № ____ от "____" 201__ г

Регистрационный № 902369717

Казань

2017

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) заместитель директора по научной деятельности Сибгатуллина Т.В. директорат ИПиО Институт психологии и образования , Tatyana.Sibgatullina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга образовательных услуг, позволяющего обеспечить достижение субъектом рынка образовательных услуг поставленных целей.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.ДВ.1 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 051000.62 Профессиональное обучение (дизайн интерьера) и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 5 семестр.

Образование сегодня является одной из наиболее динамично растущих и перспективных сфер экономики. Маркетинг образовательных услуг - это дисциплина, изучающая теорию и практику маркетинга в образовании, рынок платных образовательных услуг; деятельность по продвижению и распределению образовательных услуг; философию образовательного бизнеса. Применение принципов маркетинга в образовании дает возможность каждому образовательному учреждению отслеживать ситуацию на рынке труда и в соответствии с ней корректировать объем и качество образовательных услуг.

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)	способен нести ответственность за результаты своей профессиональной деятельности
ПК 10 (профессиональные компетенции)	способен к использованию отечественного и зарубежного опыта организации культурно-просветительской деятельности
ПК 5 (профессиональные компетенции)	готов включаться во взаимодействие с родителями, коллегами, социальными партнерами, заинтересованными в обеспечении качества учебно-воспитательного процесса
ПК 9 (профессиональные компетенции)	способен профессионально взаимодействовать с участниками культурно- просветительской деятельности
ПК-4 (профессиональные компетенции)	способен использовать возможности образовательной среды, в том числе информационной, для обеспечения качества учебно-воспитательного процесса

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- Сущность и содержание маркетинга в системе образования;
- Структуру и функции системы маркетинга образовательного учреждения;
- Принципы и особенности маркетинга образовательных услуг;
- Основы маркетинговой деятельности применительно к сфере образования;
- Основные методы исследования рынка;

6. Процессы планирования и организации маркетинговой деятельности.

2. должен уметь:

1. Анализировать и разрабатывать эффективные системы маркетинга в образовании;
Выполнять мероприятий по продвижению образовательной услуги на рынке;
2. Выполнять маркетинговые исследования, сбор информации о конкурентах на рынке новой продукции, анализ конкурентной среды;
3. Разрабатывать управленческие проекты и программы в сфере образовательных услуг
4. Разрабатывать маркетинговые стратегии по выведению новых образовательных услуг на рынок.

3. должен владеть:

1. Методами анализа поведения потребителей;
2. Методами анализа конкурентной среды;
3. Методами и формами эффективного управления образовательным учреждением методами разработки маркетинговых стратегий;
4. Методами маркетинговых исследований;
5. Методами разработки и планирования инновационных товаров и наукоемких технологий;
6. Методами стратегического планирования;
7. Способами ведения прямого и интерактивного маркетинга;
8. Методами разработки, реализации и оценки маркетинговых мероприятий

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- Оценивать рыночную ситуацию, обеспечивать конкурентоспособность продвигаемых товаров и услуг;
- разрабатывать инновационные проекты в области маркетинга в образовании;
- разрабатывать товарную, ценовую и сбытовую политику предприятия;
- разрабатывать систему коммуникаций по продвижению товаров и услуг, формировать положительный образ предприятия.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 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 образовании. Анализ структуры, состояния и перспектив развития образования в Российской Федерации	5	1,2	2	0	0	Письменное домашнее задание
2.	Тема 2. Основы маркетинга в образовании. Концепции маркетинга.	5	3,4	2	0	0	Дискуссия
3.	Тема 3. Система маркетинга образовательного учреждения.	5	5,6	2	0	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг	5	7,8	0	2	0	Творческое задание
5.	Тема 5. Стратегическое маркетинговое планирование. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности учреждения	5	9,10	0	2	0	Научный доклад
	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	Зачет
	Итого			6	4	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Маркетинг в образовании. Анализ структуры, состояния и перспектив развития образования в Российской Федерации

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Структура системы образования в России. Состояние системы образования. Современные концепции развития образования. Качество образования.

Тема 2. Основы маркетинга в образовании. Концепции маркетинга.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основы маркетинга. Сущность маркетинга. Структура системы маркетинга организации. Товары и услуги.

Тема 3. Система маркетинга образовательного учреждения.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Маркетинг образования. Особенности образовательной услуги. Система управления маркетингом в образовательном учреждении (понятие, цели, задачи, структура, функции). Концепции маркетинга. Анализ рынка образовательных услуг. Разработка плана маркетинга образовательного учреждения.

Тема 4. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг

практическое занятие (2 часа(ов)):

Разработка Step-анализа и Swot- анализа образовательного учреждения.

Тема 5. Стратегическое маркетинговое планирование. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности учреждения

практическое занятие (2 часа(ов)):

Стратегии по Портеру. Стратегия лидерства по издержкам. Стратегия фокусирования.

Стратегия дифференциации. Стратегии роста по И. Ансоффу. Типология конкурентных стратегий Ф. Котлера. Стратегии лидера рынка. Стратегии нишевика. Стратегии ведомого.

Стратегии новичка рынка. Особенности стратегий маркетинга в России.

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 образовании. Анализ структуры, состояния и перспектив развития образования в Российской Федерации	5	1,2	подготовка домашнего задания	10	домашнее задание
2.	Тема 2. Основы маркетинга в образовании. Концепции маркетинга.	5	3,4	подготовка к дискуссии	12	дискуссия
3.	Тема 3. Система маркетинга образовательного учреждения.	5	5,6	подготовка к устному опросу	12	устный опрос
4.	Тема 4. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг	5	7,8	подготовка к творческому заданию	12	творческое задание
5.	Тема 5. Стратегическое маркетинговое планирование. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности учреждения	5	9,10	подготовка к научному докладу	12	научный доклад
Итого					58	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Проектирование

"Мозговой штурм"

дискуссия

деловые игры

разбор кейсов

презентация
защита проектов

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

Тема 1. Маркетинг в образовании. Анализ структуры, состояния и перспектив развития образования в Российской Федерации

домашнее задание , примерные вопросы:

Структура системы образования в России. Состояние системы образования. Современные концепции развития образования. Качество образования. Стратегии модернизации системы образования. Инновации в образовании. Современные образовательные технологии.

Тема 2. Основы маркетинга в образовании. Концепции маркетинга.

дискуссия , примерные вопросы:

Вопросы для самостоятельной подготовки: Основы маркетинга. Сущность маркетинга. Структура системы маркетинга организации. Товары и услуги. Образовательные услуги: основные виды и характеристики.

Тема 3. Система маркетинга образовательного учреждения.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы для подготовки: Концепции маркетинга. Маркетинговая среда. Поведение потребителей. Маркетинговые исследования.

Тема 4. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг

творческое задание , примерные вопросы:

Разработка и презентация Step-анализа и Swot- анализа образовательного учреждения.

Тема 5. Стратегическое маркетинговое планирование. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности учреждения

научный доклад , примерные вопросы:

Стратегии по Портеру. Стратегия лидерства по издержкам. Стратегия фокусирования. Стратегия дифференциации. Стратегии роста по И. Ансоффу. Типология конкурентных стратегий Ф. Котлера. Стратегии лидера рынка. Стратегии нишевика. Стратегии ведомого. Стратегии новичка рынка. Особенности стратегий маркетинга в России.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

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

7.1. Основная литература:

1. Василевская И.В. Инновационный менеджмент: Учеб.пособие / И.В. Василевская. - 3-е изд. - М.: ИД РИОР, 2009. - 129 с. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=168751>
2. Исаев, Р. А. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : Учебник / Р. А. Исаев. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 264 с. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=414940>
3. Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования[Электронный ресурс]: Учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. - 2-е изд., доп. - М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. - 368 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=351385>

7.2. Дополнительная литература:

14. Маркетинговые исследования[Электронный ресурс]: Учебник / Б.Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2013. - 512 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=392041>
5. Переверзев М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учебное пособие / М.П. Переверзев, Т.В. Косцов; Под ред. М.П. Переверзева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 192 с. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=414040>

7.3. Интернет-ресурсы:

- Маркетинг в образовании - http://mirslovarei.com/content_eco/marketing-v-obrazovaniii-32428.html
- Маркетинг в сфере образовательных услуг -
http://www.e-college.ru/xbooks/xbook150/book/index/index.html?go=part-006*page.htm
- Менеджмент и маркетинг в социально-образовательной сфере -
<http://tulpar.kfu.ru/enrol/index.php?id=1957>
- Финам - <http://www.finam.ru/dictionary/wordf01A60/default.asp?n=3>
- Энциклопедия маркетинга - <http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/mou/2.htm>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Маркетинг в образовательной системе" 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.

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.

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.

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.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 051000.62 "Профессиональное обучение (дизайн интерьера)" и профилю подготовки Дизайн интерьера .

Автор(ы):

Сибгатуллина Т.В. _____
"___" ____ 201 ____ г.

Рецензент(ы):

Калимуллин А.М. _____
"___" ____ 201 ____ г.