

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт физической культуры и спорта



Программа дисциплины

Менеджмент и маркетинг в сфере образовательных услуг Б1.В.3

Направление подготовки: 050100.62 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Образование в области физической культуры и Безопасности жизнедеятельности

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Миннибаев Э.Ш.

Рецензент(ы):

Абзалов Н.И.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Абзалов Н. И.

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

Учебно-методическая комиссия Института физической культуры и спорта:

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

Регистрационный No 8137414

Казань

2014

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) Миннибаев Э.Ш. , ESMinnibaev@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Курс "Менеджмент и маркетинг в образовании" представляет собой специальный предмет изучения, обеспечивающий подготовку студентов института физической культуры, спорта и восстановительной медицины по технологиям осуществления правовых основ менеджмента и маркетинга в сфере физической культуры и образовании, организации труда студентов, применения их навыков во внешнеэкономической деятельности физкультурно-спортивной организации и др.

Курс направлен на расширение и углубление студентами знаний в нормативно-правовом обеспечении образовательной деятельности и умение планировать в учреждении образования в условиях рынка образовательные услуги. Цель дисциплины - ознакомить студентов с современными управленческими отношениями в сфере образования, физической культуры и спорта. Задачей дисциплины является научить быть предприимчивым, эффективно применять разнообразные механизмы современного менеджмента и маркетинга в практике деятельности образовательных учреждений.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.3 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 050100.62 Педагогическое образование и относится к вариативной части. Осваивается на 5 курсе, 10 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б.1.В.3 Цикл гуманитарных, социальных и экономических дисциплин и относится к базовой (общепрофессиональной) частью". Осваивается на пятом курсе (10 семестре).

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ок-1	владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
ок-18	понимать важность работы в коллективе, уметь сотрудничать с членами коллектива
пк-1	способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
пк-5	способностью использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами
пк-7	владением методами стратегического анализа
пк-8	способностью готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности.

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

содержание современного маркетинга, включая функции, концепции, этапы развития, принципы;

значение и особенности маркетинга и менеджмента образовательных услуг.

2. должен уметь:

исследовать маркетинговую среду образовательного учреждения;

анализировать элементы комплекса маркетинга образовательных услуг;

применять на практике функции маркетинга образовательных услуг для повышения эффективности учреждения;

проводить маркетинговые исследования потребителей и конкурентов на рынке образовательных услуг;

оценивать конкурентоспособность образовательной услуги/ образовательного учреждения;

3. должен владеть:

методикой проведения исследований;

навыками самостоятельной научной и исследовательской работы;

навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

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

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 10 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. Основы современного маркетинга и менеджмента в образовании.	10		2	2	0	домашнее задание
2.	Тема 2. Сущность и функции маркетинга. Концепции и этапы эволюции маркетинга	10		2	4	0	устный опрос домашнее 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	
3.	Тема 3. Принципы маркетинговой деятельности.	10		4	4	0	контрольная работа
4.	Тема 4. Маркетинг в сфере услуг. Информационное обеспечение управления физической культурой и спортом	10		2	2	0	устный опрос
5.	Тема 5. Информация как основа управления физической культурой и спортом. Понятие и виды управленческой информации.	10		2	2	0	устный опрос
6.	Тема 6. Маркетинг в сфере образовательных услуг. Системный характер менеджмента в физической культуре и спорте.	10		2	2	0	домашнее задание
7.	Тема 7. Подсистемы (элементы) менеджмента в физической культуре порте: цели, принципы, функции, методы и т.д.	10		4	2	0	устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	зачет
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Основы современного маркетинга и менеджмента в образовании.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Происхождение и многозначный смысл понятий ?менеджмент? и ?спортивный менеджмент?. Физическая культура и спорт в системе рыночных отношений. Определение физической культуры и спорта в качестве объекта управления как множества физкультурно-спортивных организаций. Менеджмент в зарубежном спорте. Типология физкультурных и спортивных организаций. Методологические основы маркетинга ФКиС как наука. Маркетинг как наука и практический инструментарий. Происхождение и многозначный смысл понятий "Маркетинг ФКиС". Соотношение понятий "маркетинг и рынок ФКиС. Связь маркетинга с наличием профессиональных управляющих. Понятие и значение научной классификации для спортивного маркетинга. Определение физической культуры и спорта в качестве объекта управления маркетингом как множества физкультурно-спортивных организаций.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Управленческие отношения в сфере физической культуры и спорта. Управленческие функции в деятельности тренера, преподавателя, педагога физической культуры и спорта и т.д. Функциональные разновидности менеджмента. Функциональные разновидности маркетинга: организационный маркетинг, стратегический маркетинг, инновационный менеджмент, финансовый маркетинг, проектный маркетинг, маркетинговый подход в спортивном менеджменте и др.

Тема 2. Сущность и функции маркетинга. Концепции и этапы эволюции маркетинга **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятие физкультурно-спортивной организации и ее признаки. Целевое назначение организации - предоставление физкультурно-спортивных услуг. Сущность маркетинга в ФКиС. Основные элементы маркетинговой стратегии. Федерации (ассоциации, союзы) по видам спорта и их основные функции. Общероссийские физкультурно-спортивные объединения "Спартак", "Динамо", "Россия", "Урожай", "Юность России" и др. и их основные функции. Физическая культура и спорт в системе рыночных отношений. Понятие и характеристика общих функций спортивного маркетинга. Понятие и характеристика отраслевых (специальных, конкретных) функций спортивного маркетинга. Взаимодействие общих и отраслевых функций спортивного маркетинга. Международный маркетинг. Маркетинг в спорте.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Потребители образовательных услуг. Делают выводы и рекомендации для образовательного учреждения. Конспектирование "Федерального закона "О физической культуре и спорте в Российской Федерации" как основа отраслевого управления и менеджмента физкультурно-спортивной организацией.

Тема 3. Принципы маркетинговой деятельности.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

- совершенствование и формирование спроса на перечень предлагаемых спортивных услуг, обеспечивающих досуг, здоровый образ жизни и укрепление физического и психологического состояния граждан; - комплексность системы и пропорциональность взаимосвязи направленных на достижение этого элементов спортивного маркетинга; - целевая установка применяемых технологий маркетинга на обеспечение зрелищности и престижности проводимых мероприятий; - стратегическое управление и оперативное регулирование эффективности внедряемых маркетинговых мероприятий.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Элементы комплекса маркетинга образовательного учреждения.

Тема 4. Маркетинг в сфере услуг. Информационное обеспечение управления физической культурой и спортом

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Виды физкультурно-оздоровительных услуг. Зарубежные модели спортивного маркетинга. Системы спортивных организаций в различных зарубежных странах. Перспективные тенденции развития спортивно-оздоровительных клубов за рубежом. Финансовый маркетинг в зарубежных спортивно-оздоровительных клубах. Виды коммерческих организаций физкультурно-оздоровительной направленности и их статус: фитнес-клубы, физкультурно-оздоровительные центры и т.п. Услуги в сфере ФКиС как экономическое благо. Качество услуг отрасли. Особенности маркетинга услуг ФКиС. Понятие и виды информации, используемой в управлении отраслью физической культуры и спорта. Содержание информационного обеспечения менеджмента физической культуры и спорта. Документационное обеспечение управления в физкультурно-спортивных организациях. Содержание учета и государственной системы статистической отчетности по физической культуре и спорту, организация ее сбора и обработки.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Ценообразование в системе маркетинга на физкультурно-спортивные услуги. О рынке спортивных товаров и услуг. Анализ взаимодействия различных групп населения со спортивным рынком. Особенности маркетинга физкультурно-оздоровительных услуг. Экономические аспекты физкультурно-оздоровительных услуг. Маркетинг физкультурно-оздоровительных услуг в действии. Современные технические средства управления, обработки и передачи информации. Информатизация отрасли физической культуры и спорта

Тема 5. Информация как основа управления физической культурой и спортом. Понятие и виды управленческой информации.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Информация как основа управления физической культурой и спортом. Понятие и виды управленческой информации.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Информация как основа управления физической культурой и спортом. Понятие и виды управленческой информации.

Тема 6. Маркетинг в сфере образовательных услуг. Системный характер менеджмента в физической культуре и спорте.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Маркетинг в сфере образовательных услуг. Сущность и особенности маркетинга в сфере образования. Принципы и методы маркетинга ОУ. Реклама на образовательном рынке. Организация и управление маркетинговой деятельностью в сфере образования. Системный характер менеджмента в физической культуре и спорте. Современный менеджмент в сфере физической культуры и спорта как сплав науки и искусства. Современные разновидности менеджмента в сфере физической культуры и спорта- проектный, финансовый, аутогенный.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Выработка и принятие управленческого решения как исходный пункт создания и налаживания деятельности физкультурно-спортивной организации. Принципы и методы маркетинга ОУ. Реклама на образовательном рынке. Организация и управление маркетинговой деятельностью в сфере образования. Современные разновидности менеджмента в сфере физической культуры и спорта- проектный, финансовый, аутогенный.

Тема 7. Подсистемы (элементы) менеджмента в физической культуре порте: цели, принципы, функции, методы и т.д.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Понятие системы, внешней и внутренней среды организации. Система функций менеджмента спортивной организации. Подсистемы (элементы) менеджмента в физической культуре и спорте: цели, принципы, функции, методы и т.д. Общая характеристика современных функциональных разно- видностей менеджмента в сфере физической культуры и спорта: стратегиче- ский, проектный, финансовый, инновационный.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Общая характеристика современных функциональных разно- видностей менеджмента в сфере физической культуры и спорта: стратегиче- ский, проектный, финансовый, инновационный.

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. Основы современного маркетинга и менеджмента в образовании.	10		подготовка домашнего задания	6	домашнее задание

№	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Сущность и функции маркетинга. Концепции и этапы эволюции маркетинга	10		подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
3.	Тема 3. Принципы маркетинговой деятельности.	10		подготовка к контрольной работе	6	контрольная работа
4.	Тема 4. Маркетинг в сфере услуг. Информационное обеспечение управления физической культурой и спортом	10		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
5.	Тема 5. Информация как основа управления физической культурой и спортом. Понятие и виды управленческой информации.	10		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
6.	Тема 6. Маркетинг в сфере образовательных услуг. Системный характер менеджмента в физической культуре и спорте.	10		подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
7.	Тема 7. Подсистемы (элементы) менеджмента в физической культуре порте: цели, принципы, функции, методы и т.д.	10		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Освоение дисциплины "Менеджмент и маркетинг в сфере образовательных услуг" предполагает использование активных и интерактивных формы образовательных технологий - тренинговые технологии - реализуются через решение тестов и практических задач, выполнение кейсовых заданий, диалоговые технологии - реализуются через собеседование со студентами по дискуссионным вопросам, презентации докладов с ответами на вопросы группы; компьютерные технологии - реализуются через презентации на лекциях.

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

Тема 1. Основы современного маркетинга и менеджмента в образовании.

домашнее задание , примерные вопросы:

Изучение лекционного материала по теме "Основы современного маркетинга и менеджмента в образовании"

Тема 2. Сущность и функции маркетинга. Концепции и этапы эволюции маркетинга

домашнее задание , примерные вопросы:

Конспектирование темы "Этапы эволюции маркетинга образовательных услуг"

устный опрос , примерные вопросы:

Изучение темы "Сущность и функции маркетинга".Проведение устного опроса

Тема 3. Принципы маркетинговой деятельности.

контрольная работа , примерные вопросы:

Изучение лекционного материала, проработка по контрольным вопросам материал. Подготовка к контрольной работе.

Тема 4. Маркетинг в сфере услуг. Информационное обеспечение управления физической культурой и спортом

устный опрос , примерные вопросы:

Изучение темы "Маркетинг в сфере услуг. Информационное обеспечение управления физической культурой и спортом"

Тема 5. Информация как основа управления физической культурой и спортом. Понятие и виды управленческой информации.

устный опрос , примерные вопросы:

Изучение темы "Информация как основа управления физической культурой и спортом.

Понятие и виды управленческой информации".

Тема 6. Маркетинг в сфере образовательных услуг. Системный характер менеджмента в физической культуре и спорте.

домашнее задание , примерные вопросы:

Изучение темы "Системный характер менеджмента в физической культуре и спорте". Краткое конспектирование темы "Маркетинг в сфере образовательных услуг".

Тема 7. Подсистемы (элементы) менеджмента в физической культуре порте: цели, принципы, функции, методы и т.д.

устный опрос , примерные вопросы:

Изучение темы "Подсистемы (элементы) менеджмента в физической культуре порте: цели, принципы, функции, методы".

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы к зачету

1. Предмет, исходные понятия и структура учебной дисциплины "Менеджмент и маркетинг в образовании".
2. Управление физической культурой и спортом: понятие и общая характеристика.
3. Спортивный менеджмент как специфическая разновидность управления физической культурой и спортом.
4. Функциональные разновидности менеджмента и маркетинга в физической культуре и спорте: общая характеристика.
5. Сущность и функции маркетинга.
6. Менеджмент как составная часть труда педагога по физической культуре.
7. Концепции и этапы эволюции маркетинга
8. Понятие и виды управленческой информации.
9. Принципы маркетинговой деятельности.

10. Маркетинг в сфере услуг.
11. Информационное обеспечение управления физической культурой и спортом.
12. Информация как основа управления физической культурой и спортом.
13. Понятие и типология физкультурно-спортивных организаций.
14. Понятие и виды управленческой информации.
15. Устав как нормативно-правовая основа менеджмента физкультурно-спортивной организацией.
16. Маркетинг в сфере образовательных услуг.
17. Системный характер менеджмента в физической культуре и спорте
18. Подсистемы (элементы) менеджмента в физической культуре и спорте: цели, принципы, функции, методы и т.д.
19. Принципы маркетинговой деятельности.
20. Государственные органы управления физической культурой и спортом.

7.1. Основная литература:

1. Маркетинг спорта/ под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишерз, 2010. - 706 с. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9746>
2. Степанова О.Н. Методы сбора и обработки маркетинговой информации в физической культуре и спорте: Учебное пособие. - М.: МГПУ, 2011. - 240 с. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=4430>
3. Менеджмент в индустрии спорта : сб. ст. Вып. 1 [Электронный ресурс] / под ред. В. А. Леднева. - М.: МФПУ Синергия, 2012. - 200 с. - (Индустрия спорта) - ISBN 978-5-4257-0085-8. <http://znanium.com/bookread.php?book=451311>

7.2. Дополнительная литература:

- Алексунин В.А., Бунич Г.А., Гапошина Л.Г. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник. - М.: Дашков и К, 2008. - 716с.
- Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: учебник для вузов. 3 издание. - СПб: Питер, 2010. - 536с.
- Бест Р. Маркетинг от потребителя. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. - 760с.
- Иванов А. Профессиональный маркетинг. - СПб: Питер, 2011. - 496с.
- Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. - М.: Дашков и К, 2008. - 300с.
- Терещенко Н.Н. Реальный российский маркетинг. Как теории применять на практике. - М.: Эксмо, 2009.

7.3. Интернет-ресурсы:

- Журнал Маркетинг - Менеджмент - www.marketing-magazine.ru
- Информационный портал - www.servicemarketing.ru
- Маркетинг журнал 4Р - www.4p.ru
- Статья управление спортом через виртуальное пространство - <http://vadim-galkin.ru/sport-2/sport/virtual-space-part-2/>
- Энциклопедия маркетинга - www.marketing.spb.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Менеджмент и 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.

Лекционная аудитория с мультимедиапроектором, ноутбуком и экраном на штативе.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 050100.62 "Педагогическое образование" и профилю подготовки Образование в области физической культуры и Безопасности жизнедеятельности .

Автор(ы):

Миннибаев Э.Ш. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Абзалов Н.И. _____

"__" _____ 201__ г.