

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Высшая школа искусств им. Салиха Сайдашева



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):**

Зелеева В.П.

**Рецензент(ы):**

Калимуллин А.М.

### **СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Калимуллин А. М.

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

Учебно-методическая комиссия Института филологии и межкультурной коммуникации (высшая школа искусств им. Салиха Сайдашева):

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

Регистрационный No 90241915

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) доцент, к.н. (доцент) Зелеева В.П. Кафедра педагогики отделение психологии, Vera.Zeleeva@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Актуальность курса обусловлена переходом к рыночным отношениям, когда деятельность образовательного учреждения определяется множеством маркетинговых факторов. Становление и развитие рыночных отношений в образовании требует более широкого применения маркетинга как специфической функции управления образованием. Однако его практическое использование сопряжено с наличием проблем непонимания руководителями и специалистами сущности и возможностей маркетинга для развития образовательного учреждения, отсутствием системной информации о технологии маркетинговой деятельности в образовании.

Цель курса: ознакомление студентов с особенностями социального маркетинга в коммерческой и некоммерческой сферах; формирование навыков социальной компетентности в принятии решений; освоение инновационных маркетинговых технологий в социальной сфере

Курс состоит из двух частей: теоретической (на нее отводится половина аудиторных часов) и практической (проводится как работа по овладению тех-нологией маркетинговой деятельностью в образовании).

### 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 4 курсе, 7 семестр.

Предметом курса является ознакомление с концепцией и эволюцией маркетинговой деятельности, технологией маркетинга в образовании.

Данная дисциплина соотносится с дисциплинами "Право в сфере образования", "Менеджмент в образовательной системе", а также полученных умений и навыков в процессе практических занятий.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-22 (профессиональные компетенции)	готовностью к проектированию, применению комплекса дидактических средств при подготовке рабочих
ПК-26 (профессиональные компетенции)	готовностью к анализу и организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности в учебно-производственных мастерских и на предприятиях
ПК-27 (профессиональные компетенции)	готовностью к организации образовательного процесса с применением интерактивных, эффективных технологий подготовки рабочих (специалистов)
ПК-33 (профессиональные компетенции)	готовностью к повышению производительности труда и качества продукции, экономии ресурсов и безопасности

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:

применять на практике методы исследования социальной сферы, эволюционных социальных процессов и использовать полученные знания в управлении маркетингом коммерческих и некоммерческих организаций

3. должен владеть:

владение искусством конкурентоспособности и перспективными маркетинговыми социальными стратегиями и технологиями в условиях парадоксов и кризисов.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

планировать и организовывать маркетинговые экспресс - исследования; осуществлять сегментирование рынка образовательных услуг; разрабатывать модель маркетинга для образовательного учреждения; планировать маркетинговые мероприятия и оценивать их эффективность.

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

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

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 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. Сфера услуг. Некоммерческий маркетинг. Образование как социальная услуга	7	1	2	2	0	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	
2.	Тема 2. Маркетинговая деятельность на рынке образования. Комплекс маркетинга образовательных услуг	7	2	2	2	0	домашнее задание
3.	Тема 3. Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений	7	3	2	2	0	домашнее задание
4.	Тема 4. Конкурентоспособность образовательного учреждения	7	4	2	2	0	домашнее задание
5.	Тема 5. Маркетинг партнёрских отношений на рынке образования	7	5	2	2	0	домашнее задание
6.	Тема 6. Маркетинг образовательных услуг в контексте социоэкономики	7	6	2	2	0	домашнее задание
7.	Тема 7. Маркетинг в сфере культуры, традиций и прикладного народного творчества.	7	7	2	2	0	домашнее задание
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	зачет
	Итого			14	14	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

##### **Тема 1. Сфера услуг. Некоммерческий маркетинг. Образование как социальная услуга** **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Современные тенденции рынка образования России. Деятельность системы образования в контексте маркетинга услуг. Специфика некоммерческих образовательных услуг.  
Социально-экономические детерминанты рынка образовательных услуг

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

Специфика некоммерческих образовательных услуг. Рынок образования как рынок некоммерческих продуктов. Стоимость и финансирование некоммерческих образовательных услуг. Эффективность некоммерческих услуг.

##### **Тема 2. Маркетинговая деятельность на рынке образования. Комплекс маркетинга образовательных услуг**

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

Комплекс маркетинга образовательных услуг. Элементы маркетингового комплекса услуг образования. Услуга образования как товар. Система формирования цен на услуги образования. Место реализации образовательной услуги. Среда образовательной организации. Продвижение услуг в сфере образования. Процесс получения образовательных услуг. Персоны, участвующие в реализации образовательных услуг.

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

Анализ элементов комплекса маркетинга образовательных услуг

**Тема 3. Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений. Высшее профессиональное образование. Среднее и начальное профессиональное образование. Школьное образование. Учреждения дополнительного образования. Дошкольные образовательные учреждения. Повышение квалификации и переподготовка кадров

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

Анализ маркетинговой деятельности различных образовательных учреждений: Высшее профессиональное образование. Среднее и начальное профессиональное образование. Школьное образование. Учреждения дополнительного образования. Дошкольные образовательные учреждения. Повышение квалификации и переподготовка кадров

**Тема 4. Конкурентоспособность образовательного учреждения**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Ценовая конкуренция на рынке образования. Качество и эффективность образовательных услуг. Имидж образовательного учреждения как фактор конкурентоспособности

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

Качество и эффективность образовательных услуг. Дифференцированность требований потребителей к качеству образования. Оценка эффективности работы образовательного учреждения

**Тема 5. Маркетинг партнёрских отношений на рынке образования**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Поведение потребителей образовательных услуг. Изучение и формирование потребительских запросов

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

Изучение и формирование потребительских запросов. Мониторинг отношений потребителей к образовательному учреждению. Влияние на потребление образовательных услуг.

**Тема 6. Маркетинг образовательных услуг в контексте социэкономики**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятие "социэкономика". Маркетинг образовательных услуг в контексте социэкономики. Методологические связи маркетинга образовательных услуг. Социэкономические подходы к управлению. Попечительские советы образовательных учреждений. Социэкономические методы анализа деятельности

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

Анализ приоритетных задач образовательной деятельности в контексте социэкономики. .

**Тема 7. Маркетинг в сфере культуры, традиций и прикладного народного творчества.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Маркетинг в сфере культуры. Индустрия развлечений и шоу-бизнес. Мода и традиции в маркетинге. Оценка эффективности коммерческой деятельности в учреждениях культуры. Маркетинговые исследования рынка культурных услуг в России и за рубежом.

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

Оценка эффективности коммерческой деятельности в учреждениях культуры.

### 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. Сфера услуг. Некоммерческий маркетинг. Образование как социальная услуга	7	1	подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
2.	Тема 2. Маркетинговая деятельность на рынке образования. Комплекс маркетинга образовательных услуг	7	2	подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
3.	Тема 3. Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений	7	3	подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
4.	Тема 4. Конкурентоспособность образовательного учреждения	7	4	подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
5.	Тема 5. Маркетинг партнёрских отношений на рынке образования	7	5	подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
6.	Тема 6. Маркетинг образовательных услуг в контексте социэкономики	7	6	подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
7.	Тема 7. Маркетинг в сфере культуры, традиций и прикладного народного творчества.	7	7	подготовка домашнего задания	8	домашнее задание
	Итого				44	

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

При аудиторной работе изучения курса предлагается использование следующих форм: лекции, обсуждение реальных ситуаций и решение практико-ориентированных задач.

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

**Тема 1. Сфера услуг. Некоммерческий маркетинг. Образование как социальная услуга**  
домашнее задание , примерные вопросы:

Образование как социальная услуга  
Современные тенденции рынка образования России  
Деятельность системы образования в контексте маркетинга услуг  
Специфика некоммерческих образовательных услуг  
Рынок образования как рынок некоммерческих продуктов  
Стоимость и финансирование некоммерческих образовательных услуг  
Эффективность некоммерческих услуг  
Социально-экономические детерминанты рынка образовательных услуг

## **Тема 2. Маркетинговая деятельность на рынке образования. Комплекс маркетинга образовательных услуг**

домашнее задание , примерные вопросы:

Маркетинговая деятельность на рынке образования  
Комплекс маркетинга образовательных услуг  
Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений

## **Тема 3. Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений**

домашнее задание , примерные вопросы:

Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений

## **Тема 4. Конкурентоспособность образовательного учреждения**

домашнее задание , примерные вопросы:

Конкурентоспособность образовательного учреждения  
Ценовая конкуренция на рынке образования  
Качество и эффективность образовательных услуг  
Дифференцированность требований потребителей к качеству образования  
Оценка эффективности работы образовательного учреждения  
Имидж образовательного учреждения как фактор конкурентоспособности

## **Тема 5. Маркетинг партнёрских отношений на рынке образования**

домашнее задание , примерные вопросы:

Маркетинг партнёрских отношений на рынке образования  
Поведение потребителей образовательных услуг  
Изучение и формирование потребительских запросов  
Мониторинг отношений потребителей к образовательному учреждению  
Влияние на потребление образовательных услуг

## **Тема 6. Маркетинг образовательных услуг в контексте социэкономике**

домашнее задание , примерные вопросы:

Маркетинг образовательных услуг в контексте социэкономике. Социэкономические подходы к управлению. Социэкономические методы анализа деятельности

## **Тема 7. Маркетинг в сфере культуры, традиций и прикладного народного творчества.**

домашнее задание , примерные вопросы:

Маркетинг в сфере культуры. Мода и традиции в маркетинге. Оценка эффективности коммерческой деятельности в учреждениях культуры. Маркетинговые исследования рынка культурных услуг в России и за рубежом.

## **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

Образование как социальная услуга  
Современные тенденции рынка образования России  
Деятельность системы образования в контексте маркетинга услуг  
Специфика некоммерческих образовательных услуг  
Рынок образования как рынок некоммерческих продуктов  
Стоимость и финансирование некоммерческих образовательных услуг  
Эффективность некоммерческих услуг  
Социально-экономические детерминанты рынка образовательных услуг  
Маркетинговая деятельность на рынке образования  
Комплекс маркетинга образовательных услуг  
Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений  
Конкурентоспособность образовательного учреждения



Ценовая конкуренция на рынке образования  
Качество и эффективность образовательных услуг  
Дифференцированность требований потребителей к качеству образования  
Оценка эффективности работы образовательного учреждения  
Имидж образовательного учреждения как фактор конкурентоспособности  
Маркетинг партнёрских отношений на рынке образования  
Поведение потребителей образовательных услуг  
Изучение и формирование потребительских запросов  
Мониторинг отношений потребителей к образовательному учреждению  
Влияние на потребление образовательных услуг  
Маркетинг образовательных услуг в контексте социэкономике  
Социэкономические подходы к управлению.  
Социэкономические методы анализа деятельности  
Маркетинг в сфере культуры.  
Мода и традиции в маркетинге.  
Оценка эффективности коммерческой деятельности в учреждениях культуры.  
Маркетинговые исследования рынка культурных услуг в России и за рубежом.

### **7.1. Основная литература:**

Маркетинг: Учебное пособие / Под ред. проф. И.М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 384 с. <http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=427176>

Басовский Л. Е. Маркетинг: Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 300 с.  
<http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=448306>

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

Годин, А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 656 с.  
<http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=430453>

Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие / П.С. Завьялов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с. <http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=434699>

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

Шашкова Е.В. Особенности маркетинга образовательных услуг -  
<http://www.scienceforum.ru/2013/21/5080>

Белоусова Л.А. Маркетинг в социальной сфере - <http://www.site64.narod.ru/marketing/mar1.pdf>

И.В. Захарова. Маркетинг образовательных услуг - <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2008/Zaharova.pdf>

Маркетинговые исследования на рынке образовательных услуг - <http://artlib.osu.ru/konf07/6.pdf>

Т.Н. Макарова, Д.А. Олифер. Маркетинговая деятельность высших учебных заведений -  
[http://www.orelgiel.ru/51\\_makarov\\_olifer\\_20\\_02\\_12.pdf](http://www.orelgiel.ru/51_makarov_olifer_20_02_12.pdf)

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

Освоение дисциплины "Маркетинг в образовательной системе" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (всё - в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на лабораторных занятиях), доступ к традиционным книжным и электронным ресурсам научной библиотеки.

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):

Зелеева В.П. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Калимуллин А.М. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.