

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Елабужский институт (филиал)
Факультет экономики и управления



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Маркетинг образовательных услуг Б1.В.ДВ.08.01

Направление подготовки: 44.04.01 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Управление образовательной организацией

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

Автор(ы): Хусаинова С.В.

Рецензент(ы): Осадчий Э.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Гапсаламов А. Р.

Протокол заседания кафедры No ___ от "___" _____ 20__ г.

Учебно-методическая комиссия Елабужского института КФУ (Факультет экономики и управления):

Протокол заседания УМК No ___ от "___" _____ 20__ г.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
 - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
 - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Хусаинова С.В. (Кафедра экономики и менеджмента, Факультет экономики и управления), SVHusainova@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-3	Готовностью организовывать командную работу для решения задач развития организаций, осуществляющих образовательную деятельность, реализации экспериментальной работы
ПК-4	Способен анализировать результаты научных исследований, применять их при решении конкретных научно-исследовательских задач в сфере науки и образования, самостоятельно осуществлять научное исследование

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

- содержание, цели и основные факторы, определяющие необходимость развития персонала;
- структуру и специфику управления развитием персонала в образовательной организации;
- основные формы обучения персонала.

Должен уметь:

- анализировать потребность персонала в развитии;
- ориентироваться в диагностическом поле состояния персонала;
- проектировать технологию оценки, адаптации, сопровождения карьеры персонала, формирования кадрового резерва.

Должен владеть:

- эффективными технологиями активизации потенциальных возможностей персонала в процессе его развития,
- алгоритмами управления поведением персонала.

Должен продемонстрировать способность и готовность:

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.08.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 44.04.01 "Педагогическое образование (Управление образовательной организацией)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 1 курсе в 2 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

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

Контактная работа - 8 часа(ов), в том числе лекции - 2 часа(ов), практические занятия - 6 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 55 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 9 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен во 2 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Концепции маркетинга. Основные понятия маркетинга.	2	2	2	0	6
2.	Тема 2. Маркетинг образовательных услуг: понятие и функции	2	0	0	0	6
3.	Тема 3. Внутренняя и внешняя маркетинговая среда ОУ	2	0	2	0	6
4.	Тема 4. Анализ образовательной среды, выбор целевых групп и маркетинговой стратегии ОУ	2	0	2	0	10
5.	Тема 5. Назначение и классификация маркетинговых исследований	2	0	0	0	6
6.	Тема 6. Методика проведения формализованного анкетного опроса и фокус-группового интервью	2	0	0	0	9
7.	Тема 7. Проблема тарифов и ценообразования на дополнительные образовательные услуги в бюджетных образовательных учреждениях. Формирование себестоимости образовательных услуг. Методы ценообразования	2	0	0	0	6
8.	Тема 8. Коммуникативная политика ОУ. Реклама и PR в продвижении товаров и услуг образовательного учреждения	2	0	0	0	6
	Итого		2	6	0	55

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Концепции маркетинга. Основные понятия маркетинга.

Социально-экономическая сущность маркетинга: теоретический и практический аспекты. Смысловое значение термина маркетинг. Маркетинг как особый вид социально-экономической активности людей, ее проявления в теоретическом и практическом аспектах. Маркетинг как область научных знаний, учебная дисциплина и концепция предпринимательской деятельности. Исходные категории маркетинга как науки и учебной дисциплины. Маркетинг как форма разрешения противоречий между производством и потреблением, ее проявления.

Тема 2. Маркетинг образовательных услуг: понятие и функции

Роль маркетинга в социально-экономической жизни общества. Система маркетинга, ее особенности. Функции маркетинга ОУ. Сущность системного подхода к анализу социально-экономических явлений и процессов. Система, ее особые свойства. Система маркетинга: сущность, структура и краткая характеристика ее компонентов, субъекты и объекты маркетинговой деятельности. Основные и вспомогательные подсистемы. Технология маркетинговой деятельности ОУ. Характерные черты маркетинговой системы ОУ

Тема 3. Внутренняя и внешняя маркетинговая среда ОУ

Маркетинговая среда ОУ. Понятие маркетинговой среды. Внешняя и внутренняя среда маркетинга. Подсистемы внешней маркетинговой среды. Макросреда, ее особенности и факторы. Непосредственное окружение, его специфика и структура. Микросреда маркетинга, ее структурные элементы. Необходимость постоянного мониторинга маркетинговой среды

Тема 4. Анализ образовательной среды, выбор целевых групп и маркетинговой стратегии ОУ

Анализ текущей маркетинговой ситуации ОУ. Анализ опасностей и возможностей, исходящих от маркетинговой среды ОУ. Определение маркетинговых целей ОУ. Выработка маркетинговых стратегий ОУ. Составление детального плана действий (календарный план) ОУ. Определение бюджета маркетинга. Определение способа контроля.

Тема 5. Назначение и классификация маркетинговых исследований

Маркетинговые исследования ОУ, их сущность и принципы проведения. Структура маркетинговой информации, ее виды, носители и источники. Типы маркетинговых исследований. Алгоритм, методологические основы, основные направления маркетинговых исследований и формы их организации. Комплексное исследование рынка, его сегментация

Тема 6. Методика проведения формализованного анкетного опроса и фокус-группового интервью

Анкета, фокус-группа, методы проведения опроса. Использование технических средств при проведении опроса, интервью. Сущность маркетингового исследования. Первичные и вторичные данные. Методы маркетингового исследования. Отчет по проведенному маркетинговому исследованию. Выбор места проведения маркетингового исследования.

Тема 7. Проблема тарифов и ценообразования на дополнительные образовательные услуги в бюджетных образовательных учреждениях. Формирование себестоимости образовательных услуг. Методы ценообразования

Стратегии ценообразования в маркетинге. Понятие стратегии ценообразования. Факторы, влияющие на выбор ценовой стратегии ОУ. Виды ценовой стратегии, их характеристика. Реализация ценовой стратегии ОУ. Выбор ценовой политики образовательного учреждения. Методы ценообразования в маркетинге. Сущность ценовой политики, ее роль в комплексе маркетинга и принципы разработки. Процесс ценообразования, его основные этапы. Факторы, влияющие на уровень цен. Выбор метода ценообразования. Установление исходной цены реализации.

Тема 8. Коммуникативная политика ОУ. Реклама и PR в продвижении товаров и услуг образовательного учреждения

Маркетинговые коммуникации в образовании, реклама, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта образовательных услуг, стратегия продвижения образовательных услуг.. Применение PR-технологий для продвижения образовательных услуг. PR-сопровождение деятельности образовательных учреждений. Основные этапы продвижения образовательного учреждения. Модели и методы продвижения образовательных учреждений в системе интернет-маркетинга.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений".

Положение от 29 декабря 2018 г. № 0.1.1.67-08/328 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удаления электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
Семестр 2			
<i>Текущий контроль</i>			
1	Устный опрос	ПК-4 , ПК-3	1. Концепции маркетинга. Основные понятия маркетинга. 2. Маркетинг образовательных услуг: понятие и функции 5. Назначение и классификация маркетинговых исследований
2	Тестирование	ПК-3 , ПК-4	5. Назначение и классификация маркетинговых исследований 6. Методика проведения формализованного анкетного опроса и фокус-группового интервью 7. Проблема тарифов и ценообразования на дополнительные образовательные услуги в бюджетных образовательных учреждениях. Формирование себестоимости образовательных услуг. Методы ценообразования
3	Письменная работа	ПК-3 , ПК-4	7. Проблема тарифов и ценообразования на дополнительные образовательные услуги в бюджетных образовательных учреждениях. Формирование себестоимости образовательных услуг. Методы ценообразования 8. Коммуникативная политика ОУ. Реклама и PR в продвижении товаров и услуг образовательного учреждения
	Экзамен	ПК-3, ПК-4	

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Семестр 2					
<i>Текущий контроль</i>					
Устный опрос	В ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	1
Тестирование	86% правильных ответов и более.	От 71% до 85 % правильных ответов.	От 56% до 70% правильных ответов.	55% правильных ответов и менее.	2

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Письменная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	3
Экзамен	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.	Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.	Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Семестр 2

Текущий контроль

1. Устный опрос

Темы 1, 2, 5

1. Что такое маркетинг образовательных услуг?
2. Чем отличаются понятия ?образовательный продукт? и ?образовательная услуга??
3. Что такое мультиатрибутивная модель товара (услуги)?
4. В чем особенности образовательных услуг?
5. Как вузы США, Англии, Японии и др. стран используют маркетинг для продвижения своих образовательных услуг?
6. Какие задачи призвана решать служба (отдел) маркетинга в вузе?
7. Какие элементы составляют основу процесса управления маркетинговой деятельностью вуза?

2. Тестирование

Темы 5, 6, 7

Вариант ♦1.

1. Субъектами маркетинга в сфере образования являются:
 - а) образовательные учреждения;
 - б) потребители ОУ (отдельные личности, предприятия и организации);
 - в) все субъекты рынка.
2. Товар на рынке ОУ ? это:
 - а) свидетельство, диплом, сертификат;
 - б) знания, навыки;
 - в) учебники, учебные пособия.
3. Субъекты, формирующие предложение на рынке образовательных услуг, это:
 - а) организации-потребители образовательных услуг;
 - б) образовательные учреждения;
 - в) общественные институты и структуры, причастные к продвижению ОУ на рынке.
4. В центре маркетинговых усилий на рынке образовательных услуг должна быть:
 - а) образовательные учреждения;
 - б) структуры, занимающиеся продвижением ОУ на рынке;
 - в) личность обучающегося.
5. Особенностью рынка образовательных услуг является:
 - а) стремление производителей получать информацию о нуждах потребителей;
 - б) стремление клиентов получить как можно больше информации о продавцах;
 - в) неинформированность покупателей и продавцов друг о друге.
6. Интеллектуальной собственностью работников образовательных учреждений являются:
 - а) консультационные и экспертные услуги;
 - б) изобретения, патенты, программы исследований и обучения;
 - в) товарная символика: наименования, логотипы, товарные знаки.
7. Какое общеобразовательное учреждение предоставляет так называемое естественнонаучное (гуманитарное) образование:
 - а) гимназия;
 - б) школа;
 - в) лицей.

3. Письменная работа

Темы 7, 8

Письменная работа предполагает выполнение индивидуального задания: ?Анализ рынка и маркетинговые исследования?. Провести маркетинговый анализ рыночного сегмента с помощью представленных ниже инструментов, сделать вывод о его состоянии и перспективах.

Базовые показатели сегмента

Матрица BCG,

Матрица McKinsey

Матрица ABC-XYZ

Модель Дибба-Симкина.

Экзамен

Вопросы к экзамену:

1. Назовите субъектов маркетинга образовательных услуг.
2. Перечислите объекты маркетинга образовательных услуг.
3. Каковы особенности услуги как объекта маркетинга?
4. Назовите отличительные черты образовательных услуг.
5. Каковы функции маркетинга образовательных услуг?
6. В чем заключаются отличия производственно-ориентированного образовательного учреждения от ОУ, ориентированного на рынок?
7. Перечислите принципы маркетинга ОУ.
8. Назовите этапы проведения маркетинговых исследований.
9. Перечислите основные объекты маркетинговых исследований.
10. Перечислите недостатки децентрализованной маркетинговой структуры.
11. Каким образом можно оптимизировать работу службы маркетинга?
12. В чем преимущества матричной структуры управления?
13. Каким образом возможно организовать маркетинговую деятельность в школе, колледже, небольшом вузе?
14. Какие сферы деятельности ОУ должны находиться на государственном финансировании?
15. На каких принципах основывается размещение и реализация государственного заказа?
16. Раскройте понятие маркетинговой среды. Какова ее структура?
17. Какие факторы включает в себя маркетинговая макросреда?
18. Каковы особенности воздействия макросреды на образовательное учреждение?

19. Какие методы применяются для анализа макросреды?
20. Какие данные являются исходными для анализа внешней среды?
21. Чем объясняется важность анализа внутренней среды?
22. Из каких частей состоит матрица SWOT-анализа?
23. Дайте определение сегментации рынка, целевого рынка, целевого сегмента рынка.
24. Перечислите эффекты сегментации.
25. В чем заключается эффект игнорированного сегмента, как он может быть использован образовательным учреждением?

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Семестр 2			
Текущий контроль			
Устный опрос	Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.	1	20
Тестирование	Тестирование проходит в письменной форме или с использованием компьютерных средств. Обучающийся получает определённое количество тестовых заданий. На выполнение выделяется фиксированное время в зависимости от количества заданий. Оценка выставляется в зависимости от процента правильно выполненных заданий.	2	15
Письменная работа	Обучающиеся получают задание по освещению определённых теоретических вопросов или решению задач. Работа выполняется письменно и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	3	15
Экзамен	Экзамен нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Управление взаимоотношениями с потребителями образовательных услуг в сфере высшего профессионального образования: Монография / Неретина Е.А., Соловьев Т.Г. - М.:ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 156 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-369-01359-5

<http://znanium.com/bookread2.php?book=462892>

2. Арженовский, И.В. Маркетинг регионов: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 'Менеджмент' и 'Экономика' / И.В. Арженовский. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 135 с. - URL:

<https://znanium.com/bookread2.php?book=1028866>

3. Кайдашова, А.К. Маркетинг профессиональных образовательных услуг : учеб. пособие / А.К. Кайдашова. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 99 с. - ISBN 978-5-9765-2429-3. - Режим доступа:<https://znanium.com/bookread2.php?book=1036441>

7.2. Дополнительная литература:

1. Разработка модели предоставления образовательной услуги для лиц с ограниченными возможностями здоровья : монография / Е.А. Худоренко, К.А. Черевык, Е.А. Константинова ; под ред. Е.А. Худоренко. - М. : ИНФРА-М, 2018. - 135 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=961358>
2. Маркетинговые исследования факторов и мотивов потребительского выбора на рынке образовательных услуг [Интернет-журнал 'Науковедение', Вып. 2 (21), 2014, стр. -] <http://znanium.com/bookread2.php?book=482227>
3. Маркетинг услуг: Учебник / Т.А. Тультаев. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 208 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-005021-8 <http://znanium.com/bookread2.php?book=260847>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Бесплатная электронная библиотека онлайн ?Единое окно доступа к образовательным ресурсам? - <http://window.edu.ru>

Библиотека учебной и научной литературы - <http://sbiblio.com/biblio>

Российский образовательный портал - <http://www.school.edu.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Успешное изучение курса требует от студентов посещения лекций. В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Запись лекции ? одна из основных форм активной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки
практические занятия	Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме
самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов реализуется в разных видах. По выполнению всех видов самостоятельной работы предоставляется возможность получить консультацию преподавателя. Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на практических занятиях. Для этого студент изучает лекции преподавателя, основную и дополнительную литературу, информацию из Интернет-ресурсов
устный опрос	Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы
тестирование	Тестирование проходит в письменной форме или с использованием компьютерных средств. Обучающийся получает определенное количество тестовых заданий. На выполнение выделяется фиксированное время в зависимости от количества заданий. Оценка выставляется в зависимости от процента правильно выполненных заданий
письменная работа	Обучающиеся самостоятельно пишут работу на заданную тему и сдают преподавателю в письменном виде. В работе производится обзор материала в определенной тематической области либо предлагается собственное решение определенной теоретической или практической проблемы. Оцениваются проработка источников, изложение материала, формулировка выводов, соблюдение требований к структуре и оформлению работы.

Вид работ	Методические рекомендации
экзамен	Экзамен нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины "Маркетинг образовательных услуг" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 2010 Professional Plus Russian

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. 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, учебно-методические комплексы, 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 образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины "Маркетинг 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.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи;
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 44.04.01 "Педагогическое образование" и магистерской программе Управление образовательной организацией .