

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение русской и зарубежной филологии



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Талорский Д.А.

_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Маркетинг в сфере образовательных услуг Б1.ДВ.2

Направление подготовки: 050100.62 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Иностранный язык и второй иностранный язык

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Галимова Э.Г.

Рецензент(ы):

-

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Калимуллин А. М.

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

Учебно-методическая комиссия Института филологии и межкультурной коммуникации
(отделение русской и зарубежной филологии):

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

Регистрационный No 902248016

Казань
2016

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) документовед 1 категории Галимова Э.Г. директорат ИПиО Институт психологии и образования , elyagalimowa@yandex.ru

1. Цели освоения дисциплины

Основной целью данного курса становится исследование способности образовательных учреждений к использованию достижений теории и практики современного маркетинга. Курс нацелен на развитие навыков эффективного управления и способности к принятию обоснованных управленческих решений.

Основными задачами становятся:

- 1.изучение основных функций и принципов современной практики управления
- 2.развитие навыков оценки внешней и внутренней среды организации, используя современные методы диагностики организаций.
- 3.развитие лидерских качеств, опираясь на концепции взаимодействия soft & hard skills;
- 4.развитие навыков осуществления коммуникаций и межличностного общения в деловой среде;
5. изучение принципов диагностики организационной культуры образовательных учреждений, ее оценки во взаимосвязи с эффективностью организации;
6. изучение системы стратегического и оперативного планирования на рынке образовательных услуг как одной из основных функций менеджмента;
7. изучение совокупности методов принятия решения в условиях определенности, неопределенности и риска.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.ДВ.2 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 050100.62 Педагогическое образование и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.ДВ.1 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 050100.62 Педагогическое образование и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Данная дисциплина относится к циклу профессиональных дисциплин направления 050100.62 "Педагогическое образование" .

Имеет тесные взаимосвязи с такими дисциплинами как "Менеджмент в образовании", "Информационные технологии в образовании", "Экономика образования" и ряда других дисциплин профильного обучения специалистов

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения
ОК-13 (общекультурные компетенции)	готов использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
ОК-7 (общекультурные компетенции)	готов к взаимодействию с коллегами, к работе в коллективе

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-4 (профессиональные компетенции)	способен нести ответственность за результаты своей профессиональной деятельности
ПК-5 (профессиональные компетенции)	готов включаться во взаимодействие с родителями, коллегами, социальными партнерами, заинтересованными в обеспечении качества учебно-воспитательного процесса

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

основы маркетинга в сфере образовательных услуг, возможности выполнения основных функций маркетинга, системы планирования работы образовательных учреждений;
знать и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе образовательных услуг;

2. должен уметь:

осуществлять деятельность, связанную с руководством или действиями отдельных сотрудников, оказывать помощь подчиненным;

Уметь на научной основе организовать свой труд, оценить с большой степенью самостоятельности результаты своей деятельности, владеть навыками самостоятельной работы;

Уметь планировать производственно-хозяйственную деятельность образовательного учреждения в зависимости от изменения конъюнктуры рынка образовательных услуг и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства

3. должен владеть:

основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией; работать с информацией в глобальных компьютерных сетях

способность к анализу социально значимых процессов и явлений, к ответственному участию в общественно-политической жизни;

Демонстрировать способность к работе в коллективе, в том числе применяя принципы и методы организации и управления малыми и средними коллективами;

Демонстрировать способность к разработке и реализации технологии процесса образовательных услуг, формированию конструктивных отношений;

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

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

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 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 маркетинга в сфере образовательных услуг.	6	1-2	2	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. Эволюция управленческой мысли. Основные классических школ маркетинга	6	3-4	2	2	0	устный опрос
3.	Тема 3. Внешняя среда организации Внутренняя среда организации	6	5-6	2	2	0	устный опрос
4.	Тема 4. Проектирование эффективного маркетинга в сфере образовательных услуг.	6	7-8	2	2	0	устный опрос
5.	Тема 5. Функция организации в системе управления в сфере образовательных услуг	6	9-10	2	2	0	устный опрос
6.	Тема 6. Мотивация и стимулирование персонала в сервисных организациях.	6	11-12	2	2	0	устный опрос
7.	Тема 7. Современные концепции лидерства Необходимость осуществления контроля в организации	6	13-14	2	2	0	устный опрос
8.	Тема 8. Коммуникации в организации. Принятие управленческих решений	6	15-16	2	2	0	устный опрос
9.	Тема 9. Стратегическое развитие образовательных учреждений	6	17-18	2	2	0	контрольная работа

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	зачет
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Основы маркетинга в сфере образовательных услуг.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Революция услуг и смена управленческих парадигм Парадигмы маркетинга и смена парадигм. Сервисная ориентация и новая конфигурация современных организаций: сетевые отношения и виртуальные корпорации. Сущность и содержание маркетинга в сфере образовательных услуг. Понятие маркетинга сферы услуг. Современные ценности и перспективы (предметная область) маркетинга в сфере образовательных услуг. Специальные проблемы маркетинга в сфере образовательных услуг. Покупка услуг. Интернационализация сервиса. Качество, производительность и доходность образовательных услуг. Социальные проблемы сервисного маркетинга. Сервисная инфраструктура.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Революция услуг и смена управленческих парадигм Парадигмы маркетинга и смена парадигм. Сервисная ориентация и новая конфигурация современных организаций: сетевые отношения и виртуальные корпорации. Сущность и содержание маркетинга в сфере образовательных услуг. Понятие маркетинга сферы услуг. Современные ценности и перспективы (предметная область) маркетинга в сфере образовательных услуг. Специальные проблемы маркетинга в сфере образовательных услуг. Покупка услуг. Интернационализация сервиса. Качество, производительность и доходность образовательных услуг. Социальные проблемы сервисного маркетинга. Сервисная инфраструктура.

Тема 2. Эволюция управленческой мысли. Основные классических школ маркетинга

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Научный маркетинг (Ф.Тейлор, Г.Форд, Л.и Ф.Гилберт) Теория бюрократии Макса Вебера. Административные принципы управления А.Файоля. Гуманистическое направление маркетинга (М.П.Фоллет, Ч. Барнард). Школа человеческих отношений. Концепция человеческих ресурсов (А.Маслоу и Д.МакГрегор). Бихевиористский подход. Маркетинг как наука. Современные тенденции маркетинга. Теория систем. Концепция сопряженных обстоятельств. TQM. Новейшие тенденции в маркетинге образовательных услуг.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Научный маркетинг (Ф.Тейлор, Г.Форд, Л.и Ф.Гилберт) Теория бюрократии Макса Вебера. Административные принципы управления А.Файоля. Гуманистическое направление маркетинга (М.П.Фоллет, Ч. Барнард). Школа человеческих отношений. Концепция человеческих ресурсов (А.Маслоу и Д.МакГрегор). Бихевиористский подход. Маркетинг как наука. Современные тенденции маркетинга. Теория систем. Концепция сопряженных обстоятельств. TQM. Новейшие тенденции в маркетинге образовательных услуг.

Тема 3. Внешняя среда организации Внутренняя среда организации

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Внешняя среда организации как основной фактор ее развития. Среда прямого воздействия. Влияние потребителей, поставщиков, конкурентов на деятельность образовательных организаций. Регулирование деятельности компании государством. Влияние характеристик рынка образовательных услуг на возможность выполнения образовательными учреждениями своих обязательств. Среда косвенного воздействия. Экономическая, политическая, технологическая, международная среда. Взаимоотношения ?организация ? внешняя среда?. Адаптация к условиям внешней среды. Цели и задачи образовательных организаций. Основные критерии системы управления по целям. Организационная структура и культура образовательных учреждений. Технологии в организации. Человеческий фактор как одна из основных составляющих внутренней среды образовательных учреждений.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Внешняя среда организации как основной фактор ее развития. Среда прямого воздействия. Влияние потребителей, поставщиков, конкурентов на деятельность образовательных организаций. Регулирование деятельности компании государством. Влияние характеристик рынка образовательных услуг на возможность выполнения образовательными учреждениями своих обязательств. Среда косвенного воздействия. Экономическая, политическая, технологическая, международная среда. Взаимоотношения ?организация ? внешняя среда?. Адаптация к условиям внешней среды. Цели и задачи образовательных организаций. Основные критерии системы управления по целям. Организационная структура и культура образовательных учреждений. Технологии в организации. Человеческий фактор как одна из основных составляющих внутренней среды образовательных учреждений.

Тема 4. Проектирование эффективного маркетинга в сфере образовательных услуг.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Функциональные взаимодействия в образовательных учреждениях. Функция маркетинга. Функция операций. Функция управления человеческими ресурсами. Исследования и разработки. Методы межфункциональной координации в маркетинге образовательного учреждения. Многокритериальность маркетинга образовательных организаций: содержание и источники межфункциональных конфликтов. Методы и направления внутриорганизационной координации. Целевые задачи и действия по достижению внутриорганизационной координации. Формирование лидирующего образовательного учреждения. Типология лидерства: уровни сервисной деятельности. Достижение лидерства образовательных организаций.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Функциональные взаимодействия в образовательных учреждениях. Функция маркетинга. Функция операций. Функция управления человеческими ресурсами. Исследования и разработки. Методы межфункциональной координации в маркетинге образовательного учреждения. Многокритериальность маркетинга образовательных организаций: содержание и источники межфункциональных конфликтов. Методы и направления внутриорганизационной координации. Целевые задачи и действия по достижению внутриорганизационной координации. Формирование лидирующего образовательного учреждения. Типология лидерства: уровни сервисной деятельности. Достижение лидерства образовательных организаций.

Тема 5. Функция организации в системе управления в сфере образовательных услуг

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основы процесса организации работы образовательного учреждения. Специализация при выполнении работ. Виды специализации. Централизация-децентрализация. Виды децентрализации. Власть, властные полномочия, ответственность и делегирование полномочий в организации. Норма управляемости. Формализация поведения. Департаментализация. Понятие организационной структуры. Основные виды организационных структур. Условия эффективности образовательных структур. Современные типы организационных структур

практическое занятие (2 часа(ов)):

Основы процесса организации работы образовательного учреждения. Специализация при выполнении работ. Виды специализации. Централизация-децентрализация. Виды децентрализации. Власть, властные полномочия, ответственность и делегирование полномочий в организации. Норма управляемости. Формализация поведения. Департаментализация. Понятие организационной структуры. Основные виды организационных структур. Условия эффективности образовательных структур. Современные типы организационных структур

Тема 6. Мотивация и стимулирование персонала в сервисных организациях.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Концепция мотивации поведения. Основные теории мотивации. Содержательные теории мотивации. Пирамида потребностей А.Маслоу. Теория ERG. Двухфакторная модель Ф. Герцберга. Теория приобретенных потребностей Д.МакКлеланда. Процессуальные теории мотивации. Теория ожиданий. Теория справедливости. Теория Портера-Лоулера. Мотивационная теория подкрепления. Модель характеристик функциональных обязанностей.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Концепция мотивации поведения. Основные теории мотивации. Содержательные теории мотивации. Пирамида потребностей А.Маслоу. Теория ERG. Двухфакторная модель Ф. Герцберга. Теория приобретенных потребностей Д.МакКлеланда. Процессуальные теории мотивации. Теория ожиданий. Теория справедливости. Теория Портера-Лоулера. Мотивационная теория подкрепления. Модель характеристик функциональных обязанностей.

Тема 7. Современные концепции лидерства Необходимость осуществления контроля в организации

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Сущность контроля в организациях сферы образовательных услуг. Упреждающий контроль, сопутствующий контроль, контроль над результатом. Финансовый контроль в образовательном учреждении. Бюрократический и децентрализованный контроль в сфере образовательных услуг. Контроль над качеством образовательных услуг. Методы и приемы TQM. Возможность разработки сбалансированной системы показателей как форма контроля над деятельностью предприятия. Этапы осуществления контрольных функций в образовательных учреждениях. Определение лидерства в организации. Руководитель и подчиненные, лидер и последователи. Источники власти лидера в образовательных организациях. Основные теории лидерства. Теория черт. Характерные черты лидера. Теория Курта Левина. Авторитарный и демократические стили управления. Поведенческие подходы. Исследования университета штата Огайо. Исследования Мичиганского университета. Управленческая решетка Блейка-Моутона. Ситуационные подходы. Теория Ф.Фидлера. Теория ?путь-цель?. Современные теории лидерства

практическое занятие (2 часа(ов)):

Сущность контроля в организациях сферы образовательных услуг. Упреждающий контроль, сопутствующий контроль, контроль над результатом. Финансовый контроль в образовательном учреждении. Бюрократический и децентрализованный контроль в сфере образовательных услуг. Контроль над качеством образовательных услуг. Методы и приемы TQM. Возможность разработки сбалансированной системы показателей как форма контроля над деятельностью предприятия. Этапы осуществления контрольных функций в образовательных учреждениях. Определение лидерства в организации. Руководитель и подчиненные, лидер и последователи. Источники власти лидера в образовательных организациях. Основные теории лидерства. Теория черт. Характерные черты лидера. Теория Курта Левина. Авторитарный и демократические стили управления. Поведенческие подходы. Исследования университета штата Огайо. Исследования Мичиганского университета. Управленческая решетка Блейка-Моутона. Ситуационные подходы. Теория Ф.Фидлера. Теория ?путь-цель?. Современные теории лидерства

Тема 8. Коммуникации в организации. Принятие управленческих решений

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Коммуникации и коммуникационный процесс в образовательных организациях. Каналы коммуникаций. Типология коммуникаций в образовательных учреждениях. Вертикальные и горизонтальные коммуникации в образовательных учреждениях. Основные проблемы при осуществлении коммуникаций. Формальные и неформальные коммуникации. Коммуникационные стили. Типы организационных решений. Уверенность, риск, неуверенность и неопределенность как основные условия процесса принятия решений. Модели принятия решений в образовательных учреждениях. Классическая модель. Административная модель. Политическая модель. Этапы процесса принятия решений. Методы принятия решений. Побуждение персонала к участию в принятии решений. Современные подходы к процессу принятия решений.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Коммуникации и коммуникационный процесс в образовательных организациях. Каналы коммуникаций. Типология коммуникаций в образовательных учреждениях. Вертикальные и горизонтальные коммуникации в образовательных учреждениях. Основные проблемы при осуществлении коммуникаций. Формальные и неформальные коммуникации. Коммуникационные стили. Типы организационных решений. Уверенность, риск, неуверенность и неопределенность как основные условия процесса принятия решений. Модели принятия решений в образовательных учреждениях. Классическая модель. Административная модель. Политическая модель. Этапы процесса принятия решений. Методы принятия решений. Побуждение персонала к участию в принятии решений. Современные подходы к процессу принятия решений.

Тема 9. Стратегическое развитие образовательных учреждений

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Формирование конкурентных стратегий образовательных организаций. Особенности конкурентной среды образовательных услуг. Стратегические возможности образовательных учреждений. Сервисная концепция как инструмент проектирования и разработки бизнес-стратегий образовательных учреждений. Типология конкурентных бизнес-стратегий. Глобализация экономики и развитие сферы образовательных услуг. Факторы, затрагивающие глобализацию услуг. Сущность и формы стратегического партнерства в системе образования. Современная парадигма партнерских отношений на рынке образовательных услуг, ее характеристики и тенденции развития.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Формирование конкурентных стратегий образовательных организаций. Особенности конкурентной среды образовательных услуг. Стратегические возможности образовательных учреждений. Сервисная концепция как инструмент проектирования и разработки бизнес-стратегий образовательных учреждений. Типология конкурентных бизнес-стратегий. Глобализация экономики и развитие сферы образовательных услуг. Факторы, затрагивающие глобализацию услуг. Сущность и формы стратегического партнерства в системе образования. Современная парадигма партнерских отношений на рынке образовательных услуг, ее характеристики и тенденции развития.

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 маркетинга в сфере образовательных услуг.	6	1-2	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
2.	Тема 2. Эволюция управленческой мысли. Основные классических школ маркетинга	6	3-4	подготовка к устному опросу	4	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
3.	Тема 3. Внешняя среда организации Внутренняя среда организации	6	5-6	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
4.	Тема 4. Проектирование эффективного маркетинга в сфере образовательных услуг.	6	7-8	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
5.	Тема 5. Функция организации в системе управления в сфере образовательных услуг	6	9-10	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
6.	Тема 6. Мотивация и стимулирование персонала в сервисных организациях.	6	11-12	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
7.	Тема 7. Современные концепции лидерства Необходимость осуществления контроля в организации	6	13-14	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
8.	Тема 8. Коммуникации в организации. Принятие управленческих решений	6	15-16	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
9.	Тема 9. Стратегическое развитие образовательных учреждений	6	17-18	подготовка к контрольной работе	4	контрольная работа
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Для повышения эффективности обучения используется комплекс методик и подходов к образованию, ориентированный на потребности и восприятие процесса управления. Его основные элементы:

1. Сближение обучения с практической деятельностью студента - обучение на базе рабочей ситуации, вовлечение в учебный процесс практического опыта преподавателей (студентов) и др.
2. Использование наиболее активных методов обучения, позволяющих экономно расходовать время студента, таких, как групповые дискуссии, деловые игры, тренинги, "мозговые штурмы", работа с интерактивными учебными материалами и т.д.

3. Образовательный подход - помощь в проявлении уникальных способностей студента, формировании его собственной цельной картины взглядов на управление фирмой посредством усвоения концепций, применимых в широком диапазоне ситуаций.
 4. Развитие творческих способностей студентов, умения принимать решения в неординарных условиях путем использования проблемных методов обучения (case study и рабочие ситуации).
 5. Развивающий подход - обучение умению не только знать, но и думать, использовать знания, регулярно повышать свой интеллектуальный уровень. Развивающие, научно-исследовательские направления образования (активные методы обучения) строят технологии на методиках познания. Другими словами, формирование личностной модели ученика происходит под влиянием нелинейной модели знаний.
 6. Универсальность изложения курсов и применение методов адаптации содержания к конкретным условиям.
 7. Проектирование самостоятельной работы, существенно расширяющей личную инициативу студента и организацию гибких и эффективных форм контроля со стороны преподавателей, принимающих участие в программе.
 8. Организация системного контроля с помощью промежуточных и итоговых измерений уровней знаний, умений и навыков обучаемых.
- В ходе обучения применяются различные методы, а также их возможные комбинации. Наряду с обычными семинарами и лекциями студенты участвуют в практикумах и тренингах по финансовому и управленческому учету, финансовому управлению и инвестиционному анализу, деловым играм (по фондовым операциям, инвестиционному проектированию, фьючерсной торговле и др.); по ряду базовых дисциплин активно применяются метод анализа конкретных ситуаций (case study method) и мультимедийные презентации. Обсуждаются деловые ситуации, приобретаются практические навыки и вырабатываются совместные рекомендации по совершенствованию практики корпоративного управления в компании.

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

Тема 1. Основы маркетинга в сфере образовательных услуг.

устный опрос , примерные вопросы:

Тема 2. Эволюция управленческой мысли. Основные классических школ маркетинга

устный опрос , примерные вопросы:

Тема 3. Внешняя среда организации Внутренняя среда организации

устный опрос , примерные вопросы:

Тема 4. Проектирование эффективного маркетинга в сфере образовательных услуг.

устный опрос , примерные вопросы:

Тема 5. Функция организации в системе управления в сфере образовательных услуг

устный опрос , примерные вопросы:

Тема 6. Мотивация и стимулирование персонала в сервисных организациях.

устный опрос , примерные вопросы:

Тема 7. Современные концепции лидерства Необходимость осуществления контроля в организации

устный опрос , примерные вопросы:

Тема 8. Коммуникации в организации. Принятие управленческих решений

устный опрос , примерные вопросы:

Тема 9. Стратегическое развитие образовательных учреждений

контрольная работа , примерные вопросы:

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Примерные вопросы к зачету:

1. Сервисная ориентация и новая конфигурация современных организаций: сетевые отношения и виртуальные корпорации.
2. Сущность и содержание маркетинга в сфере образовательных услуг.
3. Понятие маркетинга в сфере образовательных услуг. Современные ценности и перспективы (предметная область) маркетинга в сфере образовательных услуг.
4. Социальные проблемы маркетинга в сфере образовательных услуг.
5. Инфраструктура рынка образовательных услуг.
6. Функциональные взаимодействия в образовательных организациях.
7. Методы межфункциональной координации маркетинга в сфере образовательных услуг.
8. Многокритериальность маркетинга образовательных организаций: содержание и источники межфункциональных конфликтов.
9. Методы и направления внутриорганизационной координации. Целевые задачи и действия по достижению внутриорганизационной координации.
10. Формирование лидирующего учреждения на рынке образовательных услуг.
11. Научное менеджмент (Ф.Тейлор, Г.Форд, Л.и Ф.Гилберт)
12. Теория бюрократии Макса Вебера.
13. Административные принципы управления А.Файоля.
14. Гуманистическое направление менеджмента (М.П.Фоллет, Ч. Барнард).
15. Школа человеческих отношений.
16. Концепция человеческих ресурсов (А.Маслоу и Д.МакГрегор). Бихевиористский подход. Маркетинг как наука.
17. Современные тенденции маркетинга. Теория систем.
18. Концепция сопряженных обстоятельств в маркетинге образовательных учреждений.
19. Новейшие тенденции маркетинга сферы образовательных услуг.
20. Внешняя среда организации как основной фактор ее развития. Среда прямого воздействия.
21. Среда косвенного воздействия. Экономическая, политическая, технологическая, международная среда.
22. Внутренняя среда образовательных организаций.
23. Планирование деятельности образовательных организаций.
24. Миссия и цели организации. Уровни целей в организации.
25. Стратегические цели организации и система стратегического планирования.
26. Тактические и операционные цели. Система оперативного планирования образовательного учреждения
27. Этапы процесса планирования, эффективность системы планирования деятельности образовательного учреждения.
28. Специализация при выполнении работ. Виды специализации.
29. Централизация-децентрализация. Виды децентрализации.
30. Власть, властные полномочия, ответственность и делегирование полномочий в организации.
31. Формализация поведения.
32. Департаментализация в образовательном учреждении.
33. Понятие организационной структуры. Основные виды организационных структур.

34. Содержательные теории мотивации. Пирамида потребностей А.Маслоу. Теория ERG. Двухфакторная модель Ф. Герцберга. Теория приобретенных потребностей Д.МакКлеланда.
35. Процессуальные теории мотивации. Теория ожиданий. Теория справедливости. Теория Портера-Лоулера.
36. Контроль в образовательном учреждении. Виды контроля
37. Основные теории лидерства. Теория черт.
38. Поведенческие подходы к исследованию проблемы лидерства.
39. Ситуационные подходы к исследованию проблемы лидерства.
40. Коммуникации в образовательном учреждении.
41. Принятие управленческих решений
42. Концепция стратегического управления на рынке образовательных услуг
43. Основные характеристики организационной культуры образовательного учреждения

7.1. Основная литература:

1. Галеева, Р.Б. Маркетинг в образовании. Теория и практика: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080111.65 - "Маркетинг" / Р. Б. Галеева. - Казань: [Изд-во ТГГПУ], 2011. - 166 с.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учеб. пособие / Под ред. Н.А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 282 с
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=236719>
3. Маркетинг.: Курс лекций / Л.Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 219 с.
<http://znanium.com/bookread.php?book=320590>
4. Маркетинг: Учебное пособие / В.А. Морозкин, Н.А. Контарева, Н.Ю. Курганова. - М.: Форум, 2011. - 352 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=214685>

7.2. Дополнительная литература:

1. Бутова, Т. Г. Развитие сферы дошкольных услуг: проблемы регулирования [Электронный ресурс]: монография / Т. Г. Бутова, Е. Г. Григорьева, В. В. Куимов. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2011. - 176 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=492736>
2. Общий менеджмент: Учеб. пособие / Е.И. Комаров; Академия Народного Хоз. при Правит. РФ. - М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2010. - 269 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=186454>
3. Менеджмент.: Учебник / М.П. Переверзев, Н.А. Шайденко и др.; Под общ. ред. М.П. Переверзева. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 330 с.
<http://znanium.com/bookread.php?book=353149>

7.3. Интернет-ресурсы:

- административный управленческий портал - <http://www.aup.ru>
бесплатные библиотеки - <http://www.finansy.ru>
единое окно доступа к образовательным ресурсам - <http://window.edu.ru>
книги по экономике предприятия - <http://www.smartcat.ru>
Практический курс по Тайм Менеджменту - <http://www.koob.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

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

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 050100.62 "Педагогическое образование" и профилю подготовки Иностранный язык и второй иностранный язык.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 050100.62 "Педагогическое образование" и профилю подготовки Иностранный язык и второй иностранный язык .

Автор(ы):

Галимова Э.Г. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

"__" _____ 201__ г.