

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

_____ 20__ г.

Программа дисциплины
Маркетинг в сфере образования М2.В.1

Направление подготовки: 050100.68 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Менеджмент в образовании

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Сибгатуллина Т.В.

Рецензент(ы):

Каташев В.Г.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Калимуллин А. М.

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

Учебно-методическая комиссия Института психологии и образования (отделения педагогики):

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

Регистрационный No

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. Сибгатуллина Т.В. Кафедра педагогики отделение психологии , Tatyana.Sibgatullina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

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

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.В.1 Профессиональный" основной образовательной программы 050100.68 Педагогическое образование и относится к вариативной части. Осваивается на 2 курсе, 3 семестр.

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

Для успешного освоения программы студенты должны обладать знаниями в области основ общей педагогики, методологических основ организации и проведения педагогического исследования, программирования и проектирования в области образования, использования ИКТ. Освоение данной дисциплины предшествует изучению дисциплин специализации, а также необходимо для изучения менеджмента и маркетинга в сфере образовательных услуг.

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)	Способность совершенствовать и развивать свой общеинтеллектуальный и общекультурный уровень
ОК-2 (общекультурные компетенции)	Готовность использовать знание современных проблем науки в решении задач образовательной и профессиональной деятельности
ОК-3 (общекультурные компетенции)	Способность к самостоятельному использованию новых методов исследования, к изменению научного профиля своей профессиональной деятельности
ОК-4 (общекультурные компетенции)	Способность формировать ресурсно-информационные базы для решения профессиональных задач
ОК-5 (общекультурные компетенции)	Способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий новые знания и умения
ОПК-1 (профессиональные компетенции)	Готовность осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном (русском) языке

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-2 (профессиональные компетенции)	Способность осуществлять профессиональное и личное самообразование, самостоятельно выстраивать индивидуальный образовательный маршрут и профессиональную карьеру
ПК-1 (профессиональные компетенции)	Способность применять современные образовательные методики организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях
ПК-11 (профессиональные компетенции)	Готовность исследовать, проектировать, реализовывать и оценивать реализацию управленческого процесса с использованием современных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим особенностям управляемой системы
ПК-7 (профессиональные компетенции)	Готовность самостоятельно осуществлять научное исследование при помощи современных методов науки

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

Сущность и содержание маркетинга в системе образования;
 Структуру и функции системы маркетинга образовательного учреждения;
 Принципы и особенности маркетинга образовательных услуг;
 Методы тактического инновационного маркетинга, ценообразования, продуктовой политики, интернет-маркетинга.

2. должен уметь:

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

3. должен владеть:

? Методами анализа поведения потребителей;
 ? Методами анализа конкурентной среды;
 ? Методами и формами эффективного управления образовательным учреждением
 методами разработки маркетинговых стратегий;
 ? Методами маркетинговых исследований;
 ? Методами разработки и планирования инновационных товаров и наукоемких технологий;
 ? Методами стратегического планирования;
 ? Способами ведения прямого и интерактивного маркетинга;
 ? Методами разработки, реализации и оценки маркетинговых мероприятий

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Разрабатывать инновационные проекты в области маркетинга в образовании

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

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

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 3 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Маркетинг в образовании. Анализ структуры, состояния и перспектив развития образования в Российской Федерации.	3	1	2	0	0	домашнее задание
2.	Тема 2. Основы маркетинга в образовании.	3	2	2	4	0	домашнее задание
3.	Тема 3. Система маркетинга образовательных услуг.	3	3	0	2	0	контрольная точка
4.	Тема 4. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг	3	4	0	2	0	творческое задание
5.	Тема 5. Маркетинговые коммуникации	3	5	0	2	0	творческое задание
6.	Тема 6. Разработка инновационных систем маркетинга в образовании	3	6	0	2	0	творческое задание
	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	зачет
	Итого			4	12	0	

4.2 Содержание дисциплины

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

лекционное занятие (2 часа(ов)):

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

Тема 2. Основы маркетинга в образовании.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основы маркетинга. Сущность маркетинга. Структура системы маркетинга организации. Товары и услуги. Образовательные услуги: основные виды и характеристики. Обмен и сделки. Виды рынков.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Понятие системы маркетинга. Структура управления маркетингом образовательных услуг в традиционном и инновационном образовательном учреждении. Взаимосвязь структур управления. Принципы построения организационной структуры маркетинга в инновационной системе менеджмента. Инновационные системы маркетинга в образовательном учреждении. Разработка программы развития системы маркетинга образовательного учреждения.

Тема 3. Система маркетинга образовательных услуг.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Концепции маркетинга. Маркетинговая среда. Поведение потребителей. Маркетинговые исследования. Маркетинговая среда. Маркетинговые коммуникации. Управление системой маркетинга в образовательном учреждении.

Тема 4. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг

практическое занятие (2 часа(ов)):

Сущность маркетингового исследования. Методы маркетингового исследования в образовании. Классификация методов маркетингового исследования. Определение проблемы и целей маркетингового исследования. Характеристики процесса исследования. Взаимосвязи процесса исследования. Структура процесса маркетингового исследования. Источники информации в маркетинговых исследованиях. Реализация плана и представление результатов маркетинговых исследований. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях.

Тема 5. Маркетинговые коммуникации

практическое занятие (2 часа(ов)):

Маркетинговые коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций (реклама, стимулирование продаж, связи с общественностью, прямой маркетинг, разработка фирменного стиля, ярмарочная и выставочная деятельность, сотрудничество). Имидж образовательного учреждения. Разработка фирменного стиля образовательного учреждения.

Тема 6. Разработка инновационных систем маркетинга в образовании

практическое занятие (2 часа(ов)):

Организация системы маркетинга образовательного учреждения. Стратегический маркетинг. Методы эффективного управления. Презентация инновационной системы маркетинга образовательного учреждения.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Маркетинг в образовании. Анализ структуры, состояния и перспектив развития образования в Российской Федерации.	3	1	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Основы маркетинга в образовании.	3	2	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
3.	Тема 3. Система маркетинга образовательных услуг.	3	3	подготовка к контрольной точке	4	контрольная точка
4.	Тема 4. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг	3	4	подготовка к творческому заданию	8	творческое задание
5.	Тема 5. Маркетинговые коммуникации	3	5	подготовка к творческому заданию	18	творческое задание
6.	Тема 6. Разработка инновационных систем маркетинга в образовании	3	6	подготовка к творческому заданию	18	творческое задание
	Итого				56	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Проектирование

"Мозговой штурм"

дискуссия

деловые игры

разбор конкретных ситуаций

презентация

защита проектов

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

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

домашнее задание , примерные вопросы:

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

Тема 2. Основы маркетинга в образовании.

домашнее задание , примерные вопросы:

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

Тема 3. Система маркетинга образовательных услуг.

контрольная точка , примерные вопросы:

Дискуссия. Преимущества и недостатки инновационных систем маркетинга в условиях развития образования в Российской Федерации

Тема 4. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг

творческое задание , примерные вопросы:

Вопросы для подготовки: Характеристики процесса исследования. Взаимосвязи процесса исследования. Структура процесса маркетингового исследования. Источники информации в маркетинговых исследованиях. Реализация плана и представление результатов маркетинговых исследований. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях.

Тема 5. Маркетинговые коммуникации

творческое задание , примерные вопросы:

Вопросы для подготовки: реклама, стимулирование продаж, связи с общественностью, прямой маркетинг, разработка фирменного стиля, ярмарочная и выставочная деятельность, сотрудничество. Работа в малых группах: Имидж-проект.

Тема 6. Разработка инновационных систем маркетинга в образовании

творческое задание , примерные вопросы:

Разработать и представить презентацию инновационной системы маркетинга образовательного учреждения

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы к зачёту

1. Структура системы образования в России.
2. Состояние системы образования.
3. Современные концепции развития образования.
4. Качество образования.
5. Стратегии модернизации системы образования.
6. Инновации в образовании.
7. Современные образовательные технологии.
8. Сущность маркетинга.
9. Структура системы маркетинга организации.
10. Товары и услуги.
11. Образовательные услуги: основные виды и характеристики.
12. Обмен и сделки.
13. Виды рынков.
14. Концепции маркетинга.
15. Маркетинговая среда.
16. Поведение потребителей.
17. Маркетинговые исследования.
18. Маркетинговая среда.
19. Маркетинговые коммуникации.
20. Управление системой маркетинга в образовательном учреждении.

7.1. Основная литература:

Менеджмент и маркетинг в образовании, науке и производстве и его информационное обеспечение (методология и практика) , Трайнев, Владимир Алексеевич;Дмитриев, Сергей Александрович;Пинчук, Иван Иванович, 2008г.

Менеджмент и маркетинг в образовании, науке и производстве и его информационное обеспечение (методология и практика), Трайнев, Владимир Алексеевич;Дмитриев, С.А.;Пинчук, И.И., 2008г.

Маркетинг в образовании. Теория и практика, Галеева, Раиля Бариевна, 2011г.

7.2. Дополнительная литература:

Маркетинговые коммуникации, Синяева, Инга Михайловна; Земляк, Светлана Васильевна; Синяев, Василий Владимирович, 2008г.

Сетевой маркетинг или свое дело? Записки Штирлица, Тихонов, Алексей, 2004г.

Правовое регулирование маркетинговой деятельности, Толкачев, Андрей Николаевич; Ляндрес, В. Б., 2007г.

Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика, Гайдаенко, Татьяна Альбертовна, 2005г.

Введение в специальность "Маркетинг", Резник, Галина Александровна; Спирина, Светлана Геннадьевна, 2006г.

Международный маркетинг, Карпова, Светлана Васильевна, 2009г.

Как стать суперзвездой маркетинга. Необычные правила, благодаря которым победно зазвонит ваш кассовый аппарат, Фокс, Джеффри Дж., 2004г.

Маркетинг : сборник практических задач и ситуаций, Мурахтанова, Нина Михайловна; Еремина, Елена Ивановна, 2007г.

Маркетинговый план своими силами, Михальский, Алексей Владимирович, 2008г.

Маркетинг, Захаров, Сергей Викторович; Сербиновский, Б.Ю.; Павленко, В.И., 2009г.

Методическая разработка по дисциплине "Управление цепями поставок" для проведения практических, индивидуальных занятий и самостоятельной магистрантов, обучающихся по направлению 080500.68 "Менеджмент" (магистерская программа "Маркетинг"), Шинкевич, А.И., 2009г.

7.3. Интернет-ресурсы:

Журнал Первое сентября - <http://upr.1september.ru/2005/07/2.htm>

Мир словарей - http://mirslovari.com/content_eco/marketing-v-obrazovanii-32428.html

Учебный курс маркетинга -

http://www.e-college.ru/xbooks/xbook150/book/index/index.html?go=part-012*page.htm

Финам - <http://www.finam.ru/dictionary/wordf01A60/default.asp?n=3>

Энциклопедия маркетинга - <http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/mou/2.htm>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

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

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

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "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 Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

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.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 050100.68 "Педагогическое образование" и магистерской программе Менеджмент в образовании .

Автор(ы):

Сибгатуллина Т.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Каташев В.Г. _____

"__" _____ 201__ г.