

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

Менеджмент и маркетинг в сфере образовательных услуг Б1.В.5

Направление подготовки: 050100.62 - Педагогическое образование (СПО)

Профиль подготовки: Дошкольное образование

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: на базе СПО

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Сибгатуллина Т.В.

Рецензент(ы):

Бажина И.А.

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

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

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области менеджмента и 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 " Б1.В.5 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 050100.62 Педагогическое образование (СПО) и относится к вариативной части. Осваивается на 1 курсе, 1 семестр.

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

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-10 (общекультурные компетенции)	владеет одним из иностранных языков на уровне, позволяющем получать и оценивать информацию в области профессиональной деятельности из зарубежных источников
ОК-13 (общекультурные компетенции)	готов использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
ОК-3 (общекультурные компетенции)	способен понимать значение культуры как формы человеческого существования и руководствоваться в своей деятельности современными принципами толерантности, диалога и сотрудничества
ОК-4 (общекультурные компетенции)	способен использовать знания о современной естественнонаучной картине мира в образовательной и профессиональной деятельности, применять методы математической обработки информации, теоретического и экспериментального исследования

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-1 (профессиональные компетенции)	осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает мотивацией к осуществлению профессиональной деятельности
ОПК-2 (профессиональные компетенции)	способен использовать систематизированные теоретические и практические знания гуманитарных, социальных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач
ОПК-6 (профессиональные компетенции)	способен к подготовке и редактированию текстов профессионального и социально значимого содержания
ПК-1 (профессиональные компетенции)	способен реализовывать учебные программы базовых и элективных курсов в различных образовательных учреждениях
ПК-2 (профессиональные компетенции)	готов применять современные методики и технологии, в том числе и информационные, для обеспечения качества учебно-воспитательного процесса на конкретной образовательной ступени конкретного образовательного учреждения
ПК-4 (профессиональные компетенции)	способен использовать возможности образовательной среды, в том числе информационной, для обеспечения качества учебно-воспитательного процесса
ПК-5 (профессиональные компетенции)	готов включаться во взаимодействие с родителями, коллегами, социальными партнерами, заинтересованными в обеспечении качества учебно-воспитательного процесса
ПК-6 (профессиональные компетенции)	способен организовывать сотрудничество обучающихся и воспитанников

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- Сущность и содержание менеджмента в системе образования;
- Структуру и функции системы менеджмента 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 менеджмента в образовании;
- Выполнять мероприятий 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.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Использовать методы маркетинговых исследований;

- Методы разработки и планирования инновационных товаров и наукоемких технологий;
- Методы стратегического планирования;
- Способы ведения прямого и интерактивного маркетинга;
- Методы разработки, реализации и оценки маркетинговых мероприятий;
- Методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 1 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. Менеджмент и маркетинг в образовании. Анализ структуры, состояния и перспектив развития образования в Российской Федерации	1	1	2	0	0	
2.	Тема 2. Основы менеджмента в образовании	1	2	2	0	0	
3.	Тема 3. Основы маркетинга в образовании.	1	3	2	0	0	
4.	Тема 4. Организация инновационных систем менеджмента и маркетинга в сфере образовательных услуг	1	4	2	0	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
5.	Тема 5. Система менеджмента образовательного учреждения.	1	5	0	2	0	домашнее задание
6.	Тема 6. Управление персоналом образовательного учреждения.	1	6	0	2	0	контрольная точка
7.	Тема 7. Деятельность и личность руководителя образовательного учреждения	1	7	0	2	0	домашнее задание
8.	Тема 8. Система маркетинга образовательного учреждения.	1	8	0	2	0	научный доклад
9.	Тема 9. Разработка инновационных систем менеджмента и маркетинга в образовании	1	9	0	2	0	презентация
	Тема . Итоговая форма контроля	1		0	0	0	зачет
	Итого			8	10	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Менеджмент и 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 менеджмента в образовании

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Сущность менеджмента в образовании. Основные концепции менеджмента. Цели и критерии управления. Философия менеджмента. Миссия образовательного учреждения. Законы и закономерности управления. Принципы управления образовательным учреждением.

Тема 3. Основы маркетинга в образовании.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

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

Тема 4. Организация инновационных систем менеджмента и маркетинга в сфере образовательных услуг

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Организация системы управления. Стратегическое управление. Методы эффективного управления. Концепции маркетинга. Маркетинговая среда. Поведение потребителей. Маркетинговые исследования.

Тема 5. Система менеджмента образовательного учреждения.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Создание структурно-функциональной модели системы менеджмента образовательного учреждения (работа в малых группах).

Тема 6. Управление персоналом образовательного учреждения.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Основные понятия управления персоналом образовательной организации. Принципы эффективного управления персоналом. Функции управления персоналом. Мотивация персонала в условиях ограниченных финансовых ресурсов.

Тема 7. Деятельность и личность руководителя образовательного учреждения

практическое занятие (2 часа(ов)):

Личность руководителя образовательного учреждения. Формирование лидерских качеств руководителя. Стратегия ведения деловых переговоров. Организация системы управления.

Тема 8. Система маркетинга образовательного учреждения.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Создание структурно-функциональной модели системы маркетинга образовательного учреждения (работа в малых группах).

Тема 9. Разработка инновационных систем менеджмента и маркетинга в образовании

практическое занятие (2 часа(ов)):

Защита творческих проектов

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
5.	Тема 5. Система менеджмента образовательного учреждения.	1	5	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
6.	Тема 6. Управление персоналом образовательного учреждения.	1	6	подготовка к контрольной точке	4	контрольная точка
7.	Тема 7. Деятельность и личность руководителя образовательного учреждения	1	7	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
8.	Тема 8. Система маркетинга образовательного учреждения.	1	8	подготовка к научному докладу	3	научный доклад
9.	Тема 9. Разработка инновационных систем менеджмента и маркетинга в образовании	1	9	подготовка к презентации	3	презентация
	Итого				18	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

При проведении занятий рекомендуется использовать активные и интерактивные формы занятий в сочетании с внеаудиторной работой.

Групповой и индивидуальный методы работы. Групповой метод обеспечивает участие в работе каждого студента с различными уровнями подготовленности и саморазвития проектировочных компетенций. Индивидуальная работа позволяет реализовать исследовательский потенциал каждого студента с учетом его потребностей и возможностей, индивидуальных особенностей и уровня подготовленности.

Современные информационно-коммуникативные технологии. Предполагают создание электронного образовательного ресурса с целью систематизации и самостоятельного освоения знаний по дисциплине, а также создает условия для построения индивидуальной образовательной траектории студентов при осуществлении проектирования.

Проблемные лекции. Деятельность студентов по освоению теоретического раздела дисциплины приближается к поисковой и базируется на решении проблемных задач и выполнении проблемных заданий, связанных с проектированием.

Контекстное обучение. Направлено на моделирование профессиональной деятельности в контексте учебного проектирования. Система знаний, умений, навыков, способов деятельности формируется в контексте решения профессиональных задач.

Неигровые имитационные методы обучения. В рамках изучения дисциплины эффективной является организация и проведение тренинговых занятий, ориентированных на формирование коммуникативной культуры студентов в процессе группового и межгруппового взаимодействия, защиты проектных работ

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

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

Тема 2. Основы менеджмента в образовании

Тема 3. Основы маркетинга в образовании.

Тема 4. Организация инновационных систем менеджмента и маркетинга в сфере образовательных услуг

Тема 5. Система менеджмента образовательного учреждения.

домашнее задание , примерные вопросы:

Конспект первоисточников. Работа с периодическими изданиями. Индивидуальные задания.

Тема 6. Управление персоналом образовательного учреждения.

контрольная точка , примерные вопросы:

Тест.

Тема 7. Деятельность и личность руководителя образовательного учреждения

домашнее задание , примерные вопросы:

Конспект первоисточников. Работа с периодическими изданиями. Индивидуальные задания.

Тема 8. Система маркетинга образовательного учреждения.

научный доклад , примерные вопросы:

Темы: Сущность маркетинга. Структура системы маркетинга организации. Товары и услуги. Образовательные услуги: основные виды и характеристики. Обмен и сделки. Виды рынков. Концепции маркетинга. Маркетинговая среда. Поведение потребителей. Маркетинговые исследования. Маркетинговые коммуникации. Управление системой маркетинга в образовательном учреждении.

Тема 9. Разработка инновационных систем менеджмента и маркетинга в образовании

презентация , примерные вопросы:

Разработать творческий проект и презентацию к нему. Темы проектных (контрольных) работ 1. Сущность и содержание менеджмента (маркетинга) в сфере образования 2. Маркетинговая среда образования 3. Сегментирование рынка образовательных услуг 4. Изучение потребителей образовательных услуг 5. Проблема качества и конкурентоспособности образовательных услуг 6. Взаимодействие образовательного учреждения с рынком образовательных услуг 7. Стратегии маркетинга в сфере услуг 8. Специфика маркетинга образовательных услуг 9. Функции и принципы маркетинга образовательных услуг 10. Ценообразование на рынке образовательных услуг 11. Маркетинговые коммуникации на рынке образовательных услуг 12. Маркетинговая служба в сфере предоставления образовательных услуг 8. Методические рекомендации для преподавателей Важное требование для письменных работ студентов - самостоятельность их выполнения. Студенту необходимо предоставить возможность самостоятельно выбрать проблему и сформулировать тему итоговой проектной работы, опираясь на предложенные направления исследования. Контрольная работа, не отвечающая требованиям, возвращается студенту на доработку с соответствующей рецензией. После доработки повторно выполненная работа представляется на рецензирование вместе с первоначальной работой и рецензией на нее. Студент, не выполнивший контрольную работу, к итоговой аттестации в виде экзамена по данной дисциплине не допускается.

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. Основы менеджмента в образовании.
9. Сущность менеджмента в образовании.
10. Основные концепции менеджмента.
11. Цели и критерии управления.
12. Философия менеджмента.
13. Миссия образовательного учреждения.
14. Законы и закономерности управления.
15. Принципы управления образовательным учреждением.
16. Управление персоналом образовательного учреждения.
17. Управление информацией.
18. Технические средства управления.
19. Технологии управления.
20. Принятие управленческих решений.
21. Функции управления.
22. Структура управления.
23. Регламенты управления.
24. Показатели и критерии эффективности управления.
25. Функции руководителя образовательного учреждения.
26. Личность руководителя образовательного учреждения.
27. Формирование лидерских качеств руководителя.
28. Стратегия ведения деловых переговоров.
29. Организация системы управления.

30. Стратегическое управление.
31. Методы эффективного управления.
32. Сущность маркетинга.
33. Структура системы маркетинга организации.
34. Товары и услуги.
35. Образовательные услуги: основные виды и характеристики.
36. Обмен и сделки.
37. Виды рынков.
38. Концепции маркетинга.
39. Маркетинговая среда.
40. Поведение потребителей.
41. Маркетинговые исследования.
42. Маркетинговая среда.
43. Маркетинговые коммуникации.
44. 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.

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

Международный маркетинг, Карпова, Светлана Васильевна, 2009г.

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

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

Стратегический менеджмент. Основы стратегического управления, Чернышев, М.А., 2009г.

Менеджмент, Чаусов, Н.Ю.;Калугин, О.А., 2010г.

Менеджмент организации. Введение в специальность, Бондаренко, Владимир Викторович;Юдина, В.А.;Алехина, О.Ф., 2010г.

История менеджмента, Кравченко, Альберт Иванович, 2010г.

Маркетинг, Лукина, Анастасия Владимировна, 2008г.

Маркетинг, Соловьев, Борис Александрович, 2008г.

Маркетинговые исследования, сегментация, позиционирование, Рольбина, Елена Сергеевна, 2010г.

7.2. Дополнительная литература:

Стратегический менеджмент. Основы стратегического управления, Чернышев, М.А., 2009г.

Финансовый менеджмент, Ковалев, Валерий Викторович;Ковалев, Виталий Валерьевич, 2010г.

Финансовый менеджмент: теория и практика, Ковалев, Валерий Викторович, 2010г.

Финансовый менеджмент. Практикум, Тюрина, Анна Викторовна, 2004г.

Управление операциями. Операционный менеджмент, Желтенков, А.В., 2005г.

Информационный менеджмент, Симионов, Юрий Федорович;Бормотов, Виктор Валентинович, 2006г.

Основы информационного менеджмента, Костров, Алексей Владимирович, 2004г.

HR-менеджмент: справочник менеджера по персоналу, Морозова, Инна Николаевна, 2006г.

Управление маркетингом на предприятии, Строков, В.А., 2004г.

Маркетинговый анализ, Шаповалов, В.А., 2005г.

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

7.3. Интернет-ресурсы:

Казанский образовательный портал - kazanobr.ru
Министерство образования и науки РТ - <https://mon.tatar.ru/>
Министерство образования и науки РФ - <http://минобрнауки.рф/>
Российский общеобразовательный портал - school.edu.ru
Российское образование. Федеральный портал - edu.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Менеджмент и маркетинг в сфере образовательных услуг" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

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

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

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Аудитория для интерактивных занятий.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 050100.62 "Педагогическое образование (СПО)" и профилю подготовки Дошкольное образование .

Автор(ы):

Сибгатуллина Т.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Бажина И.А. _____

"__" _____ 201__ г.