

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



подписано электронно-цифровой подписью

### Программа дисциплины

Маркетинг в сфере образовательных услуг Б1.ДВ.2

Направление подготовки: 050100.62 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Образование в области русского языка и литературы

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Галимова Э.Г.

**Рецензент(ы):**

Андреев В.И. , Сибгатуллина Т.В.

### **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 902271014

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) документовед 1 категории Галимова Э.Г. директорат ИПиО Институт психологии и образования , Elvira.Galimova@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 " Б1.ДВ.2 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 050100.62 Педагогическое образование и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 5 курсе, 9 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.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-4 (профессиональные компетенции)	способен нести ответственность за результаты своей профессиональной деятельности
ПК-10 (профессиональные компетенции)	способен к использованию отечественного и зарубежного опыта организации культурно-просветительской деятельности
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-9 (профессиональные компетенции)	способен профессионально взаимодействовать с участниками культурно- просветительской деятельности

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:
  1. Сущность и содержание маркетинга в системе образования;
  2. Структуру и функции системы маркетинга образовательного учреждения;
  3. Принципы и особенности маркетинга образовательных услуг;
  4. Основы маркетинговой деятельности применительно к сфере образования;
  5. Основные методы исследования рынка;
  6. Процессы планирования и организации маркетинговой деятельности.

2. должен уметь:

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

3. должен владеть:

1. Методами анализа поведения потребителей;
2. Методами анализа конкурентной среды;
3. Методами и формами эффективного управления образовательным учреждением методами разработки маркетинговых стратегий;
4. Методами маркетинговых исследований;
5. Методами разработки и планирования инновационных товаров и наукоемких технологий;
6. Методами стратегического планирования;
7. Способами ведения прямого и интерактивного маркетинга;
8. Методами разработки, реализации и оценки маркетинговых мероприятий

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- Оценивать рыночную ситуацию, обеспечивать конкурентоспособность продвигаемых товаров и услуг;
- разрабатывать инновационные проекты в области маркетинга в образовании;
- разрабатывать товарную, ценовую и сбытовую политику предприятия;
- разрабатывать систему коммуникаций по продвижению товаров и услуг, формировать положительный образ предприятия.

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

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

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 9 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	9	1,2	2	2	0	домашнее задание
2.	Тема 2. Основы маркетинга в образовании. Концепции маркетинга.	9	3,4	2	2	0	дискуссия
3.	Тема 3. Система маркетинга образовательного учреждения.	9	5,6	2	2	0	устный опрос
4.	Тема 4. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг	9	7,8	2	2	0	творческое задание
5.	Тема 5. Стратегическое маркетинговое планирование. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности учреждения	9	9,10	2	2	0	научный доклад
6.	Тема 6. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг	9	11,12	2	2	0	деловая игра
7.	Тема 7. Маркетинговые коммуникации	9	13,14	2	2	0	творческое задание
	Тема . Итоговая форма контроля	9		0	0	0	зачет
	Итого			14	14	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.

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

Стратегии модернизации системы образования. Инновации в образовании. Современные образовательные технологии

## **Тема 2. Основы маркетинга в образовании. Концепции маркетинга.**

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

Основы маркетинга. Сущность маркетинга. Структура системы маркетинга организации. Товары и услуги.

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

Образовательные услуги: основные виды и характеристики. Обмен и сделки. Виды рынков.

## **Тема 3. Система маркетинга образовательного учреждения.**

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

Маркетинг образования. Особенности образовательной услуги. Система управления маркетингом в образовательном учреждении (понятие, цели, задачи, структура, функции). Концепции маркетинга. Анализ рынка образовательных услуг. Разработка плана маркетинга образовательного учреждения.

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

Сущность и содержание системы маркетинга образовательного учреждения

## **Тема 4. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг**

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

Понятие среды образования. Внешняя среда образования. Среда окружения образования. Внутренняя среда образования

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

Разработка Step-анализа и Swot- анализа образовательного учреждения.

## **Тема 5. Стратегическое маркетинговое планирование. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности учреждения**

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

Понятие стратегии и тактики маркетинга. Основные этапы выбора стратегии компании. Методы оценки конкурентоспособности. Конкурентные преимущества предприятия. Разработка базовых маркетинговых стратегий.

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

Стратегии по Портеру. Стратегия лидерства по издержкам. Стратегия фокусирования. Стратегия дифференциации. Стратегии роста по И. Ансоффу. Типология конкурентных стратегий Ф. Котлера. Стратегии лидера рынка. Стратегии нишевика. Стратегии ведомого. Стратегии новичка рынка. Особенности стратегий маркетинга в России.

## **Тема 6. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг**

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

Сущность маркетингового исследования. Методы маркетингового исследования в образовании. Классификация методов маркетингового исследования. Определение проблемы и целей маркетингового исследования.

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

Характеристики процесса исследования. Взаимосвязи процесса исследования. Структура процесса маркетингового исследования. Источники информации в маркетинговых исследованиях. Реализация плана и представление результатов маркетинговых исследований. Деловая игра "Разработка малыми группами вопросов опросника или анкеты" для проведения пилотажного исследования.

## **Тема 7. Маркетинговые коммуникации**

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

Сущность и виды маркетинговых коммуникаций. Основы рекламной деятельности. Стимулирование продаж образовательных услуг. Связи с общественностью. Прямой маркетинг.

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

Разработка фирменного стиля образовательных услуг. Разработка рекламы 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	9	1,2	подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
2.	Тема 2. Основы маркетинга в образовании. Концепции маркетинга.	9	3,4	подготовка к дискуссии	4	дискуссия
3.	Тема 3. Система маркетинга образовательного учреждения.	9	5,6	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
4.	Тема 4. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг	9	7,8	подготовка к творческому заданию	10	творческое задание
5.	Тема 5. Стратегическое маркетинговое планирование. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности учреждения	9	9,10	подготовка к научному докладу	6	научный доклад
6.	Тема 6. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг	9	11,12	подготовка к деловой игре	4	деловая игра
7.	Тема 7. Маркетинговые коммуникации	9	13,14	подготовка к творческому заданию	10	творческое задание
	Итого				44	

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

Проектирование  
 "Мозговой штурм"  
 дискуссия  
 деловые игры  
 разбор кейсов  
 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:

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. Концепции маркетинга.**

дискуссия , 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 образовательного учреждения.**

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы для подготовки: Концепции маркетинга. Маркетинговая среда. Поведение потребителей. Маркетинговые исследования.

### **Тема 4. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг**

творческое задание , примерные вопросы:

Разработка и презентация Step-анализа и Swot- анализа образовательного учреждения.

### **Тема 5. Стратегическое маркетинговое планирование. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности учреждения**

научный доклад , примерные вопросы:

Стратегии по Портеру. Стратегия лидерства по издержкам. Стратегия фокусирования. Стратегия дифференциации. Стратегии роста по И. Ансоффу. Типология конкурентных стратегий Ф. Котлера. Стратегии лидера рынка. Стратегии нишевика. Стратегии ведомого. Стратегии новичка рынка. Особенности стратегий маркетинга в России.

### **Тема 6. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг**

деловая игра , примерные вопросы:

Деловая игра "Разработка малыми группами вопросов опросника или анкеты" для проведения пилотажного маркетингового исследования" Характеристики процесса исследования. Взаимосвязи процесса исследования. Структура процесса маркетингового исследования. Источники информации в маркетинговых исследованиях. Реализация плана и представление результатов маркетинговых исследований.

### **Тема 7. Маркетинговые коммуникации**

творческое задание , примерные вопросы:

Подготовка рекламы образовательного учреждения. Имидж-проект.

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

1. Сущность маркетинга.
2. Маркетинг образования.
3. Маркетинговые исследования.
4. Понятие среды образования.
5. Внешняя среда.
6. Анализ среды окружения (мезосреды) образования.
7. Анализ внутренней среды образования.
8. Сущность маркетинговых коммуникаций.

9. Функции, задачи и требования к рекламе.
10. Стимулирование продаж услуг.
11. Связи с общественностью.
12. Прямой маркетинг.
13. Разработка фирменного стиля.
14. Ярмарочная и выставочная деятельность.
15. Сотрудничество в сфере образования.
16. Анализ факторов поведения потребителей.
17. Процесс принятия решения потребителем.
18. Прогнозирование спроса на образовательные услуги.
19. Сегментация образовательных услуг.
20. Элементы системы управления маркетингом.
21. Анализ рынка образовательных услуг.
22. Задачи подсистемы "Разработка плана маркетинга".
23. Реализация плана маркетинга
24. Конкуренция и основные направления конкурентной среды.
25. Сущность международного маркетинга
26. Некоммерческий маркетинг.
27. Концепции маркетинга.
28. Маркетинг и общество

### **7.1. Основная литература:**

1. 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/bookread.php?book=236719
2. 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. //http://znanium.com/bookread.php?book=492736
3. Маркетинг: Учебное пособие / В.А. Морошкин, Н.А. Контарева, Н.Ю. Курганова. - М.: Форум, 2011. - 352 с. //http://znanium.com/bookread.php?book=214685
4. Басовский Л. Е. Маркетинг: Учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 421 с. // http://znanium.com/bookread.php?book=171719

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

1. Маркетинг: Учебное пособие / Под ред. проф. И.М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 384 с. //http://znanium.com/bookread.php?book=216943
2. Маркетинг сферы услуг: Учебное пособие / С.Н. Диянова, А.Э. Штезель. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 192 с. //http://znanium.com/bookread.php?book=326965
3. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: Учебник / Ю. В. Морозов; Под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. - 8-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2012. - 448 с.   
 //http://znanium.com/bookread.php?book=415400
4. Менеджмент и маркетинг. Основы маркетинга : учебное пособие / Е. А. Сергеева, А. С. Брысаев ; Федер. агентство по образованию, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "Казан. гос. технол. ун-т" .? Казань : КГТУ, 2010 .? 162 с. ; 21 .? Библиогр.: с. 159-161 (36 назв.) .? ISBN 978-5-7882-0835-0, 100.

5. Маркетинг : учебник : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 061500 "Маркетинг", 060800 "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / М.Н. Григорьев .? Москва : Юрайт, 2010 .? 266 с. ; 22 .? (Основы наук) .? На обороте тит. л. авт.: Григорьев М.Н. - проф., к.т.н., засл. изобретатель РФ .? Библиогр. в конце гл. ? Др. кн. авт. на 4-й с. обл. ? ISBN 978-5-9916-0299-0.
6. Маркетинг. Практическая деятельность маркетолога : практикум / Ю. Н. Васильев ; Федер. агентство по образованию, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "С.-Петерб. гос. горный ин-т им. Г. В. Плеханова (техн. ун-т) .? Санкт-Петербург : [Санкт-Петербургский государственный горный институт (технический университет)], 2010 .? 65, [2] с. : ил. ; 20 .? Библиогр. в конце кн. (9 назв.) .? ISBN 978-5-94211-437-4, 300
7. Маркетинг в рекламе : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 032401 "Реклама". Контрольные задания и ситуационные задачи / Г. А. Савчук ; Федер. агентство по образованию, Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького .? Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, 2010 .? 53, [1] с. : ил. ; 21 .? Библиогр.: с. 49-50 .? ISBN 978-5-7996-0499-8 ((в обл.)) , 200.
8. Маркетинг : учебное пособие / И. Д. Котляров .? Москва : Эксмо, 2010 .? 233, [2] с. : ил., табл. ; 21 .? (Учебный курс : кратко и доступно!) (Для тех, кто ценит свое время!) .? Библиогр. в конце кн. (11 назв.) .? ISBN 978-5-699-35363-7 ((в обл.)) , 2500.
9. Маркетинг услуг : учебник : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 080111 "Маркетинг услуг" / Т. А. Тультаев .? Москва : ИНФРА-М, 2012 .? 206, [1] с. : ил., табл. ; 22 .? (Высшее образование) .? На тит. с. и пер.: электронно-библ. система "Znaniium.com" .? Библиогр.: с. 186-188 (58 назв.) .? ISBN 978-5-16-005021-8 (в пер.) , 500.
10. Практический маркетинг : учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальностям 080301 "Коммерция (торговое дело)", 080011 "Маркетинг", 032401 "Реклама" по направлению 100700.62 "Торговое дело" / М. Л. Калужский .? Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2012 .? 168 с. : ил. ; 22 .? (Для бакалавров) (Стандарт третьего поколения) .? Библиогр. в конце гл. ? Предм. указ.: с. 159-168 .? ISBN 978-5-459-01214-9 ((в пер.)) , 2000
11. Маркетинг в вопросах и решениях : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 080301 "Коммерция (торговое дело)" и 080111 "Маркетинг" / И. В. Захарова, Т. В. Евстигнеева .? Москва : Кнорус, 2011 .? 303 с. : ил. ; 22 .? Библиогр.: с. 293 (10 назв.) .? ISBN 978-5-406-00452-4 ((в пер.)) , 2000
12. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / Н. Г. Багаутдинова, Л. В. Леонтьева, Н. Г. Хаметова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Казан. нац. исслед. техн. ун-т им. А. Н. Туполева" .? Казань : [Изд-во Казанского государственного технического университета], 2012 .? 182, [1] с. : ил. ; 20 .? Библиогр.: с. 180 (17 назв.) .? ISBN 978-5-7579-1784-9 ((в обл.)) , 100.
13. Маркетинг: теория, методика, практика : учебное пособие по специальности "Менеджмент организации" / Т.С. Бронникова .? 4-е изд., стер. ? Москва : КноРус, 2013 .? 207, [1] с. : ил. ; 21 .? (Бакалавриат) .? Библиогр.: с. 201-202 и в подстроч. примеч. ? ISBN 978-5-406-02969-5 ((в обл.)) , 500.

### 7.3. Интернет-ресурсы:

Маркетинг в образовании - [http://mirslovarei.com/content\\_eco/marketing-v-obrazovanii-32428.html](http://mirslovarei.com/content_eco/marketing-v-obrazovanii-32428.html)

Маркетинг в сфере образовательных услуг -

[http://www.e-college.ru/xbooks/xbook150/book/index/index.html?go=part-006\\*page.htm](http://www.e-college.ru/xbooks/xbook150/book/index/index.html?go=part-006*page.htm)

Менеджмент и маркетинг в социально-образовательной сфере -

<http://tulpar.kfu.ru/enrol/index.php?id=1957>

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 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.

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.

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.

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 "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.

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.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 050100.62 "Педагогическое образование" и профилю подготовки Образование в области русского языка и литературы .

Автор(ы):

Галимова Э.Г. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Андреев В.И. \_\_\_\_\_

Сибгатуллина Т.В. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.