

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа искусств им. Салиха Сайдашева



Программа дисциплины

Маркетинг в образовательной системе Б1.ДВ.1

Направление подготовки: 051000.62 - Профессиональное обучение (дизайн интерьера)

Профиль подготовки: Дизайн интерьера

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: на базе СПО

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Зелеева В.П.

Рецензент(ы):

Калимуллин А.М.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Калимуллин А. М.

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

Учебно-методическая комиссия Института филологии и межкультурной коммуникации (Высшая школа искусств им. Салиха Сайдашева):

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

Регистрационный No 902418215

Казань

2015

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. (доцент) Зелеева В.П. Кафедра педагогики отделение психологии, Vera.Zeleeva@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Актуальность курса обусловлена переходом к рыночным отношениям, когда деятельность образовательного учреждения определяется множеством маркетинговых факторов. Становление и развитие рыночных отношений в образовании требует более широкого применения маркетинга как специфической функции управления образованием. Однако его практическое использование сопряжено с наличием проблем непонимания руководителями и специалистами сущности и возможностей маркетинга для развития образовательного учреждения, отсутствием системной информации о технологии маркетинговой деятельности в образовании.

Цель курса: ознакомление студентов с особенностями социального маркетинга в коммерческой и некоммерческой сферах; формирование навыков социальной компетентности в принятии решений; освоение инновационных маркетинговых технологий в социальной сфере

Курс состоит из двух частей: теоретической (на нее отводится половина аудиторных часов) и практической (проводится как работа по овладению технологией маркетинговой деятельностью в образовании).

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.ДВ.1 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 051000.62 Профессиональное обучение (дизайн интерьера) и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 5 курсе, 10 семестр.

Предметом курса является ознакомление с концепцией и эволюцией маркетинговой деятельности, технологией маркетинга в образовании.

Данная дисциплина соотносится с дисциплинами "Право в сфере образования", "Менеджмент в образовательной системе", а также полученных умений и навыков в процессе практических занятий.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-22 (профессиональные компетенции)	готовностью к проектированию, применению комплекса дидактических средств при подготовке рабочих
ПК-26 (профессиональные компетенции)	готовностью к анализу и организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности в учебно-производственных мастерских и на предприятиях
ПК-27 (профессиональные компетенции)	готовностью к организации образовательного процесса с применением интерактивных, эффективных технологий подготовки рабочих (специалистов)
ПК-33 (профессиональные компетенции)	готовностью к повышению производительности труда и качества продукции, экономии ресурсов и безопасности

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

концепции маркетинговой деятельности; функции и принципы маркетинга в образовании; методы анализа и оценки маркетинговой среды образовательном учреждении

2. должен уметь:

применять на практике методы исследования социальной сферы, эволюционных социальных процессов и использовать полученные знания в управлении маркетингом коммерческих и некоммерческих организаций

3. должен владеть:

владение искусством конкурентоспособности и перспективными маркетинговыми социальными стратегиями и технологиями в условиях парадоксов и кризисов.

планировать и организовывать маркетинговые экспресс - исследования; осуществлять сегментирование рынка образовательных услуг; разрабатывать модель маркетинга для образовательного учреждения; планировать маркетинговые мероприятия и оценивать их эффективность.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

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

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 10 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. Сфера услуг. Некоммерческий маркетинг. Образование как социальная услуга	10		2	0	0	домашнее задание

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Маркетинговая деятельность на рынке образования. Комплекс маркетинга образовательных услуг	10		1	0	0	домашнее задание
3.	Тема 3. Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений	10		1	0	0	домашнее задание
4.	Тема 4. Конкурентоспособность образовательного учреждения	10		1	0	0	домашнее задание
5.	Тема 5. Маркетинг партнёрских отношений на рынке образования	10		1	0	0	домашнее задание
6.	Тема 6. Маркетинг образовательных услуг в контексте социэкономии	10		0	1	0	домашнее задание
7.	Тема 7. Маркетинг в сфере культуры, традиций и прикладного народного творчества.	10		0	1	0	домашнее задание
	Тема . Итоговая форма контроля	10		0	0	0	зачет
	Итого			6	2	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Сфера услуг. Некоммерческий маркетинг. Образование как социальная услуга лекционное занятие (2 часа(ов)):

Современные тенденции рынка образования России. Деятельность системы образования в контексте маркетинга услуг. Специфика некоммерческих образовательных услуг.
Социально-экономические детерминанты рынка образовательных услуг

Тема 2. Маркетинговая деятельность на рынке образования. Комплекс маркетинга образовательных услуг

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Комплекс маркетинга образовательных услуг. Элементы маркетингового комплекса услуг образования. Услуга образования как товар. Система формирования цен на услуги образования. Место реализации образовательной услуги. Среда образовательной организации. Продвижение услуг в сфере образования. Процесс получения образовательных услуг. Персоны, участвующие в реализации образовательных услуг.

Тема 3. Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений. Высшее профессиональное образование. Среднее и начальное профессиональное образование. Школьное образование. Учреждения дополнительного образования. Дошкольные образовательные учреждения. Повышение квалификации и переподготовка кадров

Тема 4. Конкурентоспособность образовательного учреждения

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Ценовая конкуренция на рынке образования. Качество и эффективность образовательных услуг. Имидж образовательного учреждения как фактор конкурентоспособности

Тема 5. Маркетинг партнёрских отношений на рынке образования

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Поведение потребителей образовательных услуг. Изучение и формирование потребительских запросов

Тема 6. Маркетинг образовательных услуг в контексте социэкономики

практическое занятие (1 часа(ов)):

Анализ приоритетных задач образовательной деятельности в контексте социэкономики. .

Тема 7. Маркетинг в сфере культуры, традиций и прикладного народного творчества.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Оценка эффективности коммерческой деятельности в учреждениях культуры.

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. Сфера услуг. Некоммерческий маркетинг. Образование как социальная услуга	10		подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
2.	Тема 2. Маркетинговая деятельность на рынке образования. Комплекс маркетинга образовательных услуг	10		подготовка домашнего задания	9	домашнее задание
3.	Тема 3. Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений	10		подготовка домашнего задания	9	домашнее задание
4.	Тема 4. Конкурентоспособность образовательного учреждения	10		подготовка домашнего задания	9	домашнее задание
5.	Тема 5. Маркетинг партнёрских отношений на рынке образования	10		подготовка домашнего задания	9	домашнее задание

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
6.	Тема 6. Маркетинг образовательных услуг в контексте социэкономики	10		подготовка домашнего задания	9	домашнее задание
7.	Тема 7. Маркетинг в сфере культуры, традиций и прикладного народного творчества.	10		подготовка домашнего задания	9	домашнее задание
	Итого				60	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

При аудиторной работе изучения курса предлагается использование следующих форм: лекции, обсуждение реальных ситуаций и решение практико-ориентированных задач.

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

Тема 1. Сфера услуг. Некоммерческий маркетинг. Образование как социальная услуга домашнее задание , примерные вопросы:

Образование как социальная услуга
Современные тенденции рынка образования России
Деятельность системы образования в контексте маркетинга услуг
Специфика некоммерческих образовательных услуг
Рынок образования как рынок некоммерческих продуктов
Стоимость и финансирование некоммерческих образовательных услуг
Эффективность некоммерческих услуг
Социально-экономические детерминанты рынка образовательных услуг

Тема 2. Маркетинговая деятельность на рынке образования. Комплекс маркетинга образовательных услуг

домашнее задание , примерные вопросы:

Маркетинговая деятельность на рынке образования
Комплекс маркетинга образовательных услуг
Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений

Тема 3. Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений

домашнее задание , примерные вопросы:

Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений

Тема 4. Конкурентоспособность образовательного учреждения

домашнее задание , примерные вопросы:

Конкурентоспособность образовательного учреждения
Ценовая конкуренция на рынке образования
Качество и эффективность образовательных услуг
Дифференцированность требований потребителей к качеству образования
Оценка эффективности работы образовательного учреждения
Имидж образовательного учреждения как фактор конкурентоспособности

Тема 5. Маркетинг партнёрских отношений на рынке образования

домашнее задание , примерные вопросы:

Маркетинг партнёрских отношений на рынке образования
Поведение потребителей образовательных услуг
Изучение и формирование потребительских запросов
Мониторинг отношений потребителей к образовательному учреждению
Влияние на потребление образовательных услуг

Тема 6. Маркетинг образовательных услуг в контексте социэкономики

домашнее задание , примерные вопросы:

Маркетинг образовательных услуг в контексте социоэкономики. Социоэкономические подходы к управлению. Социоэкономические методы анализа деятельности

Тема 7. Маркетинг в сфере культуры, традиций и прикладного народного творчества.

домашнее задание , примерные вопросы:

Маркетинг в сфере культуры. Мода и традиции в маркетинге. Оценка эффективности коммерческой деятельности в учреждениях культуры. Маркетинговые исследования рынка культурных услуг в России и за рубежом.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Образование как социальная услуга
Современные тенденции рынка образования России
Деятельность системы образования в контексте маркетинга услуг
Специфика некоммерческих образовательных услуг
Рынок образования как рынок некоммерческих продуктов
Стоимость и финансирование некоммерческих образовательных услуг
Эффективность некоммерческих услуг
Социально-экономические детерминанты рынка образовательных услуг
Маркетинговая деятельность на рынке образования
Комплекс маркетинга образовательных услуг
Маркетинговая деятельность различных образовательных учреждений
Конкурентоспособность образовательного учреждения
Ценовая конкуренция на рынке образования
Качество и эффективность образовательных услуг
Дифференцированность требований потребителей к качеству образования
Оценка эффективности работы образовательного учреждения
Имидж образовательного учреждения как фактор конкурентоспособности
Маркетинг партнёрских отношений на рынке образования
Поведение потребителей образовательных услуг
Изучение и формирование потребительских запросов
Мониторинг отношений потребителей к образовательному учреждению
Влияние на потребление образовательных услуг
Маркетинг образовательных услуг в контексте социоэкономики
Социоэкономические подходы к управлению.
Социоэкономические методы анализа деятельности
Маркетинг в сфере культуры.
Мода и традиции в маркетинге.
Оценка эффективности коммерческой деятельности в учреждениях культуры.
Маркетинговые исследования рынка культурных услуг в России и за рубежом.

7.1. Основная литература:

Маркетинг: Учебное пособие / Под ред. проф. И.М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 384 с. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=427176>

Басовский Л. Е. Маркетинг: Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 300 с. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=448306>

7.2. Дополнительная литература:

Годин, А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 656 с.

<http://www.znaniium.com/bookread.php?book=430453>

Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие / П.С. Завьялов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с. <http://www.znaniium.com/bookread.php?book=434699>

7.3. Интернет-ресурсы:

Шашкова Е.В. Особенности маркетинга образовательных услуг -

<http://www.scienceforum.ru/2013/21/5080>

Белоусова Л.А. Маркетинг в социальной сфере - <http://www.site64.narod.ru/marketing/mar1.pdf>

И.В.Захарова. Маркетинг образовательных услуг - <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2008/Zaharova.pdf>

Маркетинговые исследования на рынке образовательных услуг - <http://artlib.osu.ru/konf07/6.pdf>

Т.Н. Макарова, Д.А. Олифер. Маркетинговая деятельность высших учебных заведений -

http://www.orelgiet.ru/51_makarov_olifer_20_02_12.pdf

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Маркетинг в образовательной системе" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (всё - в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на лабораторных занятиях), доступ к традиционным книжным и электронным ресурсам научной библиотеки.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 051000.62 "Профессиональное обучение (дизайн интерьера)" и профилю подготовки Дизайн интерьера .

Автор(ы):

Зелеева В.П. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Калимуллин А.М. _____

"__" _____ 201__ г.