

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт психологии и образования
Отделение педагогики



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ
проф. Таюрский Д.А.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Маркетинг в образовании

Направление подготовки: 44.04.01 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Предпринимательская деятельность в образовании

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Даянова Д.П. (Кафедра теории и методики обучения праву, Юридический факультет), DPDayanova@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-4	Способен управлять внеурочной деятельностью обучающихся по предмету
ПК-5	Способен разрабатывать контрольно-измерительные материалы различного уровня сложности по предмету

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- как применить различные виды внеучебной деятельности и решать задачи воспитания и духовно-нравственного развития обучающихся в этих видах деятельности на основе принципа индивидуализации и понимания роли маркетинговой стратегии в реализации образовательных услуг;
- возможности образовательной среды для достижения личностных, метапредметных и предметных результатов обучения и обеспечения качества учебно-воспитательного процесса как эффективного критерия маркетинговых решений.

Должен уметь:

- организовывать различные виды внеучебной деятельности для разных категорий обучающихся с целью анализа и перспективного планирования потребительских сегментов в сфере образования;
- применять результаты анализа образовательного процесса для достижения личностных, метапредметных и предметных результатов обучения и обеспечения качества учебно-воспитательного процесса с целью вносить предложения внедрения на рынок услуг 'морально зрелого' продукта.

Должен владеть:

- навыками использования ресурсов образовательной среды в учебной и внеучебной деятельности по предмету. Разрабатывать и реализовывать программы учебной и внеучебной деятельности, ориентирующие обучающегося на саморазвитие и будущее профессиональное самоопределение;
- применять в профессиональной деятельности возможности образовательной среды для разработки маркетинговой стратегии образовательной сферы.

Должен демонстрировать способность и готовность:

теоретические и практические знания, умения и навыки по формированию научных основ маркетинга, управлению системными маркетинговыми инструментами для удовлетворения потребностей как отдельно взятой личности, так и общества в целом, достижения целей хозяйствующего субъекта на рынка с учетом последних достижений в области маркетинга образования.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.02.04 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 44.04.01 "Педагогическое образование (Предпринимательская деятельность в образовании)" и относится к вариативной части.

Осваивается на 2 курсе в 3 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 16 часа(ов), в том числе лекции - 6 часа(ов), практические занятия - 10 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 83 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 9 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 3 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Тема 1. "Понятие и концепции маркетинга образовательных услуг".	3	1	2	0	0
2.	Тема 2. Тема 2. "Анализ рынка и маркетинговые исследования".	3	2	2	0	40
3.	Тема 3. Тема 3. "Разработка маркетингового комплекса образовательных услуг".	3	2	4	0	43
4.	Тема 4. Тема 4. "Организация сбыта и маркетинговые коммуникации".	3	1	2	0	0
	Итого		6	10	0	83

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Тема 1. "Понятие и концепции маркетинга образовательных услуг".

Лекция. Понятие маркетинга. Роль маркетинга в образовании. Цели и функции образования.

Структурно-функциональная модель маркетинга образовательных услуг. Понятие рынка и товара. Концепция совершенствования товара. Концепция интенсификации коммерческих усилий. Концепция социально-этичного маркетинга. Концепция маркетинговых отношений. Концепция холистического маркетинга.

Практическое занятие (вопросы для обсуждения):

1. Характеристика системы образования в России: история и современность.
2. Международные показатели в области образования современный подход.

Тема 2. Тема 2. "Анализ рынка и маркетинговые исследования".

Лекция. Субъекты рынка. Жизненный цикл рынка и темпы его роста. Эластичность спроса на рынке. Тип, масштаб и структура конкуренции. Емкость рынка и рыночные сектора. Степень и показатели консолидации рынка. Модель пяти конкурентных сил М. Портера. Профиль конкуренции. Матрица BCG. Цели маркетинговых исследований. Основные методы маркетинговых исследований, их особенности и условия использования. Методика фокус-группы.

Практическое занятие (вопросы для обсуждения):

1. Система дополнительного профессионального образования: опыт и перспективы развития.
2. Факторы становления современной системы дополнительного профессионального образования.

Самостоятельная работа студентов.

Провести маркетинговый анализ рыночного сегмента с помощью представленных ниже инструментов, сделать вывод о его состоянии и перспективах.

Базовые показатели сегмента:

Матрица BCG;

Матрица McKinsey;

Матрица ABC-XYZ;

Модель Дибба-Симкина.

Тема 3. Тема 3. "Разработка маркетингового комплекса образовательных услуг".

Лекция. Сегментирование рынка. Целевой сегмент. Стратегии сегментирования. Методика позиционирования образовательной услуги. Комплекс образовательной услуги как товара. Основные и вспомогательные товары. Управление портфелем образовательных услуг. Механизмы установления цены на образовательную услугу.

Практическое занятие (вопросы для обсуждения):

1. Создание бизнес-образования в России.
2. Экономические модели спроса и предложения образовательного рынка.

Самостоятельная работа студентов. Спроектировать кейс (на основе метода конкретных ситуаций) на основе предложенной образовательной организации по предложенным рекомендациям.

Кейс - метод интерактивного группового обучения, предназначенный для совершенствования навыков и получения опыта в различных областях

Классификация кейсов:

Иллюстративные учебные ситуации;

Ситуации с описанием объекта и выделенными проблемами;

Ситуации с описанием объекта без акцентировки проблем;

Ситуации с вымышленной, но правдоподобной информацией.

Этапы создания

1 Формулирование учебной цели для которой будет применяться данный метод.

2 Анализ литературных источников, периодики, справочников, интернет-ресурсов.

3. Проектирование направления, содержания и формы подачи текстового

4 Написание ситуации и заданий к ней

5 Апробация кейса в учебных условиях и доработка

Требования к кейсу

- соответствовать четко поставленной цели;
- иметь соответствующий уровень трудности;
- отличаться драматизмом, проблемностью;
- быть актуальным и не устаревать слишком быстро;
- иллюстрировать типичные ситуации;
- провоцировать дискуссию;
- иметь несколько решений.

Тема 4. Тема 4. "Организация сбыта и маркетинговые коммуникации".

Лекция. Каналы сбыта образовательных услуг. Длина канала сбыта. Анализ альтернативных каналов сбыта.

Специфика взаимодействия с потребителями услуги. CRM-система. Маркетинговые коммуникации и их

эффективность. Реклама понятие, виды, функции. Рекламные носители и применение рекламы в образовании.

Связи с общественностью в образовании. Используемые методы связи с общественностью. Новостные поводы и

их подача в СМИ. Имидж образовательной услуги и организации. Направления стимулирования сбыта в

образовании.

Практическое занятие (вопросы для обсуждения):

1. Анализ рынка образовательных услуг на территории РТ.

2. Официальные периодические издания и средства массовой информации региона, освещающие проблемы и перспективы образования.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие. - <https://znanium.com/catalog/product/1058467>

Грушенко, В. И. Эволюция восприятия маркетинга. Проектирование маркетинговой стратегии : учебно-практическое пособие. - <https://znanium.com/catalog/product/958467>

Костюк, Н.В. Методы исследования в профессиональном образовании: организационно-педагогические и маркетинговые аспекты : учебно- методическое пособие - <https://znanium.com/catalog/product/1041679>

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Анализ рынка и маркетинговые исследования - https://vvs-info.ru/helpful_information/poleznaya-informatsiya/marketingovyy-analiz-rynka/

Основные понятия маркетинга услуг. - <https://infourok.ru/statya-marketing-obrazovatelnih-uslug-vidi-i-strategii-primeneniya-v-sovremennoy-obrazovatelnoy-or>

Разработка маркетингового комплекса образовательных услуг. - https://vuzlit.ru/1196586/razrabotat_kompleks_marketinga_obrazovatelnoy_uslugi

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	В ходе лекционных занятий обучающийся должен конспектировать учебный материал. При этом необходимо обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Целесообразно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Обучающийся может задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Часть лекций проводится с применением интерактивных технологий в форме лекции-беседы, лекции-дискуссии и т.п.

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	<p>Практические занятия - основная форма контактной работы обучающихся. Целью практических занятий является углубленное изучение учебной дисциплины, привитие навыков самостоятельного поиска и анализа учебной информации, формирование и развитие у них научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать правильные выводы, аргументировано излагать и отстаивать свое мнение. Алгоритм подготовки к практическим занятиям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - освоить лекционный материал (при наличии); - изучить основные нормативные правовые акты по теме; - ознакомиться с рекомендуемой основной и дополнительной литературой; - после изучения теории, перейти к закреплению полученных знаний посредством выполнения практических заданий.
самостоятельная работа	<p>Цель самостоятельной работы - помочь обучающимся приобрести глубокие и прочные знания, сформировать умения самостоятельно приобретать, расширять и углублять знания, а также вырабатывать навыки применения полученных знаний умений. Самостоятельная работа способствует формированию умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу; развитию познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности; формированию самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.</p> <p>В рамках данной дисциплины студентам предлагается подготовить самостоятельно задания к теме 1, теме 2:</p> <p>Тема 1. Провести маркетинговый анализ рыночного сегмента с помощью представленных ниже инструментов, сделать вывод о его состоянии и перспективах. Базовые показатели сегмента: Матрица BCG; Матрица McKinsey; Матрица ABC-XYZ; Модель Дибба-Симкина.</p> <p>Тема 2. Спроектировать кейс (на основе метода конкретных ситуаций) на основе предложенной образовательной организации по предложенным рекомендациям. Кейс - метод интерактивного группового обучения, предназначенный для совершенствования навыков и получения опыта в различных областях Классификация кейсов: Иллюстративные учебные ситуации; Ситуации с описанием объекта и выделенными проблемами; Ситуации с описанием объекта без акцентировки проблем; Ситуации с вымышленной, но правдоподобной информацией.</p> <p>Этапы создания</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Формулирование учебной цели для которой будет применяться данный метод. 2 Анализ литературных источников, периодики, справочников, интернет-ресурсов. 3 Проектирование направления, содержания и формы подачи текстового 4 Написание ситуации и заданий к ней 5 Апробация кейса в учебных условиях и доработка <p>Требования к кейсу</p> <ul style="list-style-type: none"> - соответствовать четко поставленной цели; - иметь соответствующий уровень трудности; - отличаться драматизмом, проблемностью; - быть актуальным и не устаревать слишком быстро; - иллюстрировать типичные ситуации; - провоцировать дискуссию; - иметь несколько решений.

Вид работ	Методические рекомендации
экзамен	<p>На экзамене оцениваются полученные в ходе изучения дисциплины знания, умения, навыки, в частности, теоретические знания, знания нормативных актов, основных монографий, научных статей, степень развития творческого мышления, приобретенные навыки самостоятельной работы, умение систематизировать полученные знания и применять их к решению практических задач.</p> <p>Экзамен проводится в устной/письменной форме по заранее подготовленным билетам. Каждый обучающийся самостоятельно выбирает билет один раз посредством произвольного извлечения. На подготовку ответов на содержащиеся в экзаменационном билете вопросы выделяется до 30 минут.</p> <p>Во время экзамена обучающимся разрешается пользоваться учебными программами и иной справочной информацией, перечень которой заранее определен преподавателем и доведен до сведения обучающихся. Использование средств связи и иного технического оборудования запрещается.</p> <p>При явке на экзамен обучающиеся обязаны иметь при себе зачетную книжку.</p> <p>По итогам экзамена выставляется оценка "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно". Оценки "отлично", "хорошо", "удовлетворительно" означают успешное прохождение промежуточной аттестации.</p> <p>В процессе подготовки к экзамену обучающийся должен обратиться к уже изученному материалу, конспектам лекций, учебникам, нормативным актам, информационным ресурсам, а также материалам, собранным и обработанным в ходе подготовки к практическим занятиям и в рамках самостоятельной работы.</p> <p>За 1-2 дня до экзамена преподавателем проводятся консультации, в рамках которых обучающиеся могут задать свои вопросы.</p> <p>Вопросы для подготовки к экзамену:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг как теоретическая концепция, философия образовательных услуг. 2. Эволюция развития, концепции и функции маркетинга образовательных услуг. 3. Образование как форма специфических услуг: их характеристика. 4. Особенности конкуренции и конкурентоспособности в маркетинге. 5. Стратегия целевого маркетинга: сегментирование образовательной услуги, выбор ниши, позиционирование. 6. Маркетинговые исследования направления, виды и информация. 7. Основные методы образовательные услуги. 8. Маркетинговая методика изучения деятельности школы: методы и информационное обеспечение исследований. 9. Товар и товарная политика в системе маркетинга. 10. Жизненный цикл товара и политика маркетинга на различных этапах его развития. 11. Товарный знак и товарная марка, сервис в системе товарной политики образования. 12. Ассортиментная организации, товарный знак и его роль в продвижении товара. 13. Качество и конкурентоспособность товара, его оценка с позиции маркетинга.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 44.04.01 "Педагогическое образование" и магистерской программе "Предпринимательская деятельность в образовании".

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 44.04.01 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Предпринимательская деятельность в образовании

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

Основная литература:

1. Нуралиев, С. У. Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев. - Москва : ИНФРА-М, 2018. - 305 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5b177ff4775454.87516182. - ISBN 978-5-16-013783-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/954382> (дата обращения: 17.03.2020) - Режим доступа: по подписке.
2. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. - 2-е изд., доп. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 368 с. - ISBN 978-5-9558-0233-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1058467> (дата обращения: 17.03.2020) - Режим доступа: по подписке.
3. Грушенко, В. И. Эволюция восприятия маркетинга. Проектирование маркетинговой стратегии : учебно-практическое пособие / В.И. Грушенко. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 360 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-013811-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/958467> (дата обращения: 17.03.2020) - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2020. - 392 с. - ISBN 978-5-905554-08-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1054208> (дата обращения: 17.03.2020) - Режим доступа: по подписке.
2. Костюк, Н.В. Методы исследования в профессиональном образовании: организационно-педагогические и маркетинговые аспекты : учебно- методическое пособие для обучающихся по направлениях подготовки: 51.04.01 'Культурология', 51.04.02 'Народная художественная культура', 51.04.03 'Социально-культурная деятельность', 51.04.04 'Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия', 51.04.06 'Библиотечно-информационная деятельность', квалификация (степень) 'магистр' / Н.В. Костюк. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2016. - 92 с.- ISBN 978-5-8154-0351-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041679> (дата обращения: 17.03.2020) - Режим доступа: по подписке.

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.02.04 Маркетинг в образовании

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 44.04.01 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Предпринимательская деятельность в образовании

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен обучающимся. 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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.