

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 16.07.2025 14:58:49
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fec3ad1bf35f08

УП: 44.04.01 ПО
Менедж в обр
2025.plx

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
УТВЕРЖДАЮ
ФГБОУ ВО «ТВЕРСКОЙ ГОС



Рабочая программа дисциплины

Маркетинг образовательных услуг

Закреплена за кафедрой:	Государственного управления
Направление подготовки:	44.04.01 Педагогическое образование
Направленность (профиль):	Менеджмент в образовании
Квалификация:	Магистр
Форма обучения:	очная
Семестр:	2

Программу составил(и):

канд. психол. наук, доц., Голубева Тамара Алексеевна

Тверь, 2025

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины (модуля):

Целью освоения дисциплины является: формирование теоретических основ маркетингового комплекса образовательных услуг, понимание закономерностей процессов рыночной деятельности в образовании, а также освоение технологий управления образовательными продуктами в условиях рынка и достижения конкурентоспособности.

Задачи :

Задачи дисциплины: - ознакомить магистрантов с современными концепциями маркетинга и маркетинговых коммуникаций; - сформировать навыки анализа рынка, сегментирования, управления портфелем образовательных услуг, ценообразования и продвижения; - освоить технологии построения маркетинговой стратегии, что позволит обеспечить качественно иной уровень усвоения учебного

материала, а также организации учебно – познавательной деятельности и самообразования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ОП: Б1.В

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Дисциплины, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: Технологии управления персоналом в образовании, Управление проектами в профессиональной деятельности, Технологии проектирования инновационной деятельности, Технология дистанционного взаимодействия в международном образовательном пространстве

Ознакомительная практика

Педагогическая практика

Основы менеджмента в образовании

Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Дисциплина входит в раздел учебного плана «Методология управления». Данный раздел образовательной программы обязательная часть учебного плана. Дисциплина связана с другими частями образовательной программы (дисциплинами и

практиками): Управление региональными образовательными системами, Самоменеджмент, Основы менеджмента в образовании.

Основы менеджмента в образовании

Педагогическая практика

Междисциплинарный экзамен по разделу "Оптимизация образовательной деятельности"

Междисциплинарный экзамен по разделу "Профессиональная педагогическая коммуникация"

Междисциплинарный экзамен по разделу "Технологии управления образовательной организацией"

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Часов по учебному плану	108
в том числе:	
самостоятельная работа	84

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

ПК-1.1: Формулирует проблемы образовательного менеджмента

ПК-1.2: Определяет принципы, методы и ресурсы управления образовательными организациями

УК-1.1: УК-1.1.Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними

УК-1.2: УК-1.2. Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению

УК-1.3: УК-1.3. Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников.

УК-1.4: УК-1.4. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов

УК-1.5: УК-1.5 Строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения

УК-6.1: УК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует

УК-6.2: УК-6.2. Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе самооценки

УК-6.3: УК-6.3 Выбирает и реализует с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков

УК-6.4: УК-6.4. Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития

5. ВИДЫ КОНТРОЛЯ

Виды контроля в семестрах:

6. ЯЗЫК ПРЕПОДАВАНИЯ

Язык преподавания: русский.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Сем.	Часов	Примечание
	Раздел 1. Понимание маркетинга в современном обществе и современном образовании				

1.1	Тема 1. Понимание маркетинга в современном обществе и современном образовании	Лек	2	2	общение преподавателя со студентами; организация групповой работы;
1.2	Тема 2. Маркетинговая среда образовательного учреждения (ОУ) и маркетинговые стратегии развития организации	Лек	2	2	задачные; игровые; проектирования; общения преподавателя со студентами; организации групповой
1.3	Тема 3. Система маркетинговых исследований.	Лек	2	2	проектирования; общения преподавателя со студентами;
1.4	Тема 4. Система маркетинговых стратегий образовательного учреждения (ОУ) и маркетинговые стратегии развития ОУ.	Лек	2	2	задачные; игровые; проектирования; общения преподавателя со студентами; организации
1.5	Тема 5. Комплекс маркетинговых коммуникаций и продвижения образовательных услуг.	Лек	2	2	задачные; игровые; общения преподавателя со студентами; организации групповой
1.6	Тема 6. Конкуренция, конкурентные силы конкурентоспособность образовательных услуг	Лек	2	2	задачные; игровые; проектирования; тестирования; общения преподавателя со студентами;
1.7	Тема 7. Интернет-маркетинг образовательных услуг	Лек	2	0	проектирования; общения преподавателя со студентами;
1.8	Тема 1. Понимание маркетинга современном обществе современном образовании	Пр	2	0	общение преподавателя со студентами; организация групповой работы;
1.9	Тема 2. Маркетинговая среда образовательного учреждения (ОУ) и маркетинговые стратегии развития организации	Пр	2	2	задачные; игровые; проектирования; общения преподавателя со студентами; организации

1.10	Тема 3. Система маркетинговых исследований.	Пр	2	4	проектирования; общения преподавателя со студентами; организации
1.11	Тема 4. Система маркетинговых стратегий образовательного учреждения (ОУ) и маркетинговые стратегии развития ОУ.	Пр	2	2	задачные; игровые; проектирования; общения преподавателя со студентами; организации
1.12	Тема 5. Комплекс маркетинговых коммуникаций и продвижения образовательных услуг.	Пр	2	2	задачные; игровые; общения преподавателя со студентами; организации групповой работы; организации
1.13	Тема 6. Конкуренция, конкурентные силы и конкурентоспособность образовательных услуг	Пр	2	0	задачные; игровые; проектирования; тестирования; общения преподавателя со студентами; организации
1.14	Тема 7. Интернет-маркетинг образовательных услуг	Пр	2	2	проектирования; общения
1.15	Тема 1. Понимание маркетинга в современном обществе и современном образовании	Ср	2	12	общение преподавателя со студентами; организация групповой работы;
1.16	Тема 2. Маркетинговая среда образовательного учреждения (ОУ) и маркетинговые стратегии развития организации	Ср	2	12	задачные; игровые; проектирования; общения преподавателя со студентами; организации
1.17	Тема 3. Система маркетинговых исследований.	Ср	2	12	проектирования; общения преподавателя со студентами;
1.18	Тема 4. Система маркетинговых стратегий образовательного учреждения (ОУ) и маркетинговые стратегии развития ОУ.	Ср	2	12	задачные; игровые; проектирования; общения преподавателя со студентами; организации

1.19	Тема 5. Комплекс маркетинговых коммуникаций и продвижения образовательных услуг.	Ср	2	12	задачные; игровые; общения преподавателя со студентами; организации групповой работы; организации
1.20	Тема 6. Конкуренция, конкурентные силы конкурентоспособность образовательных услуг	Ср	2	12	задачные; игровые; проектирования; тестирования; общения
1.21	Тема 7. Интернет-маркетинг образовательных услуг	Ср	2	12	проектирования; общения преподавателя со

Образовательные технологии

общение преподавателя со студентами; организация групповой работы; организации самостоятельной учебно-познавательной деятельности.

задачные; игровые; проектирования; общения преподавателя со студентами; организации групповой работы; организации самостоятельной учебно-познавательной деятельности.

проектирования; общения преподавателя со студентами; организации групповой работы; организации самостоятельной

учебно-познавательной деятельности.

задачные; игровые; проектирования; общения преподавателя со студентами; организации групповой работы; организации самостоятельной учебно-познавательной деятельности.

задачные; игровые; общения преподавателя со студентами; организации групповой работы; организации самостоятельной

учебно-познавательной деятельности.

задачные; игровые; проектирования; тестирования; общения преподавателя со студентами; организации

групповой работы; организации самостоятельной учебно-познавательной деятельности.

проектирования; общения преподавателя со студентами;

организации групповой работы;
организации самостоятельной
учебно-познавательной
деятельности.

Список образовательных технологий

1	Игровые технологии
2	Проектная технология
3	Дискуссионные технологии (форум, симпозиум, дебаты, аквариумная дискуссия, панельная дискуссия, круглый стол, фасилитированная и т.д.)
4	Информационные (цифровые) технологии
5	Тренинг
6	Методы группового решения творческих задач (метод Дельфи, метод 6–6, метод развивающей кооперации, мозговой штурм (метод генерации идей), нетворкинг и т.д.)
7	Занятия с применением затрудняющих условий

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации

Вопросы к экзамену

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Назовите субъектов маркетинга образовательных услуг.
2. Перечислите объекты маркетинга образовательных услуг.
3. Каковы особенности услуги как объекта маркетинга?
4. Назовите отличительные черты образовательных услуг.
5. Каковы функции маркетинга образовательных услуг?
6. В чем заключаются отличия производственно_ориентированного образовательного учреждения от ОУ, ориентированного на рынок?
7. Перечислите принципы маркетинга ОУ.
8. Назовите этапы проведения маркетинговых исследований.
9. Перечислите основные объекты маркетинговых исследований.
10. Перечислите недостатки децентрализованной маркетинговой структуры.
11. Каким образом можно оптимизировать работу службы маркетинга?
12. В чем преимущества матричной структуры управления?

13. Каким образом возможно организовать маркетинговую деятельность в школе, колледже, небольшом вузе?
14. Какие сферы деятельности ОУ должны находиться на государственном финансировании?
15. На каких принципах основывается размещение и реализация государственного заказа?
16. Раскройте понятие маркетинговой среды. Какова ее структура?
17. Какие факторы включает в себя маркетинговая макросреда?
18. Каковы особенности воздействия макросреды на образовательное учреждение?
19. Какие методы применяются для анализа макросреды?
20. Какие данные являются исходными для анализа внешней среды?
21. Чем объясняется важность анализа внутренней среды?
22. Из каких частей состоит матрица SWOT_анализа?
23. Дайте определение сегментации рынка, целевого рынка, целевого сегмента рынка.
24. Перечислите эффекты сегментации.
25. В чем заключается эффект игнорированного сегмента, как он может быть использован образовательным учреждением?
26. Как тип сегментации является более распространенным? Почему?
27. С какой целью применяется сегментация по параметрам образовательных услуг?
28. Какие уровни конкуренции вы знаете? Приведите примеры типов конкуренции в сфере образования.
29. Из каких разделов может состоять оценочный лист конкурентоспособности?
30. Что такое маркетинговые коммуникации? Какими средствами воздействия представлен комплекс маркетинговых коммуникаций сферы образования?
31. Какие основные этапы включает процесс разработки эффективных маркетинговых коммуникаций?
32. Назовите особенности образовательной рекламы.
33. Что представляет собой стимулирование сбыта образовательных услуг?
34. Как организуются связи с общественностью в сфере образования?
35. Каковы преимущества использования прямого маркетинга при продвижении

образовательных услуг?

36. Почему образовательному учреждению следует разрабатывать свой фирменный стиль?

37. В чем отличие выставки и ярмарки? Какие преимущества участие в них дает образовательному учреждению?

38. В чем заключается важность сотрудничества в сфере образования

Темы рефератов:

1. интеграционный подход к разработке эффективной стратегии развития образовательного учреждения.

2. стратегические отраслевые факторы применительно к сфере образования

3. стратегические активы образовательного учреждения

4. инструменты используемые для формирования эффективной стратегии развития образовательного учреждения

5. социальные партнеры образовательной организации

6. продвижение образовательных услуг

7. целевые группы потребителей образовательных услуг

8. стратегии продвижения образовательных услуг

9. роль пропедагога ОУ в продвижении образовательных услуг

10. “агрессивный маркетинг” образовательных услуг

11. роль рекламы в продвижении образовательной услуги

12. факторы оказывающие влияние на рыночный спрос образовательных услуг

13. интеллектуальное пиратство в сфере образования

14. инновационные стратегии для управления образовательным учреждением

15. образовательный бренд и его специфика

16. формирование структуры образовательного бренда

17. стратегии развития образовательного бренда

18. формирование российских образовательных брендов

Творческие задания для самостоятельной работы

1. Подберите в литературе материалы, отражающие специфику маркетинга образовательных услуг, и сформулируйте маркетинговую концепцию деятельности образовательных учреждений в этой сфере.

2. Объясните влияние основных эффектов рынка образовательных услуг, подберите в литературе материалы, отражающие проявление этих эффектов на российском рынке образовательных услуг.

3. Рассмотрите проблематику государственного регулирования маркетинговой деятельности в сфере образования и выделите эффективные меры, способствующие повышению качества образовательной деятельности.

4. Проанализируйте внешнюю и внутреннюю среду конкретного образовательного учреждения, сделайте выводы о его потенциальных возможностях и недостатках его работы.

5. Примените на практике аппарат STEP, SWOT и SPACE анализа применительно к оценке маркетинговой среды выбранного вами образовательного учреждения.

6. Проанализируйте литературу, посвященную проблематике стратегического планирования, и выделите другие методы анализа маркетинговой среды, которые будут эффективны применительно к деятельности образовательного учреждения.

7. Проанализируйте литературу, посвященную ресурсной концепции, и предложите дополнительные методы воздействия на эффективность реализации стержневой

компетенции образовательного учреждения.

8. Выберите конкретное образовательное учреждение и попытайтесь определить структуру его ресурсов в соответствии с заданной методологией.

9. Для выбранного вами образовательного учреждения определите его стержневую компетенцию и сформулируйте основные направления преобразования его деятельности.

10. Выберите конкретное образовательное учреждение и осуществите проверку, предложенной вами стержневой компетенции в соответствии с заданной схемой анализа.

11. Для выбранного образовательного учреждения примените методику VRIO анализа и сформулируйте выводы относительно осуществимости конкретной стратегии развития образовательного учреждения с учетом предложенной вами стержневой компетенции.

12. Проанализируйте литературу, посвященную проблеме продвижения образовательных услуг, и определите дополнительные инструменты, эффективные при разработке стратегии продвижения образовательных услуг на рынок.

13. Выделите один из продуктов исследуемого вами образовательного учреждения и разработайте стратегию его продвижения на рынок. При анализе данной стратегии необходимо учитывать:

основные черты целевой аудитории, необходимые для определения типов рекламных обращений и иных запланированных маркетинговых коммуникаций;

финансовые возможности выбранного вами ОУ и, в соответствии с ними, рациональное (и реалистичное!) использование комплекса запланированных коммуникационных обращений;

возможности новых рынков, на которые ваше ОУ может осуществить свою экспансию.

14. Возможно ли применение при продвижении вашего ОУ современных инструментов маркетинга (например, таких, как слухообразующий процесс, вирусный маркетинг и т. п.).

15. Докажите эффективность предложенной вами стратегии продвижения образовательной услуги на рынок.

16. Проанализируйте литературу, посвященную проблеме продвижения образовательных услуг, и определите дополнительные инструменты, эффективные при разработке стратегии продвижения образовательных услуг на рынок.

17. Выделите один из продуктов исследуемого вами образовательного учреждения и разработайте стратегию его продвижения на рынок. При анализе данной стратегии необходимо учитывать:

основные черты целевой аудитории, необходимые для определения типов рекламных обращений и иных запланированных маркетинговых коммуникаций;

финансовые возможности выбранного вами ОУ и, в соответствии с ними, рациональное (и реалистичное!) использование комплекса запланированных коммуникационных обращений;

возможности новых рынков, на которые ваше ОУ может осуществить свою экспансию.

18. Возможно ли применение при продвижении вашего ОУ современных инструментов маркетинга (например, таких, как слухообразующий процесс, вирусный маркетинг и т. п.).

19. Докажите эффективность предложенной вами стратегии продвижения образовательной услуги на рынок.

20. Проанализируйте литературу и найдите примеры образовательных учреждений, относящихся к основным типам новаторов.

21. Определите, возможно ли применение одной из предложенных здесь инновационных стратегий применительно к выбранному вами ранее образовательному учреждению.

22. Проанализируйте литературу и оцените перспективы инновационного развития образовательных учреждений в России.

23. Создайте концепцию брэнда выбранного образовательного учреждения.

24. Осуществите позиционирование выбранного образовательного учреждения.

25. Сформулируйте программу мероприятий по развитию брэнда выбранного вами образовательного учреждения.

Шкала оценки рефератов:

Оригинальность текста составляет свыше 50%.

Привлечены наиболее известные работы по теме исследования – 5 баллов.

Отражение ключевых аспектов темы, но отдельные вопросы не раскрыты – 4 балла.

Реферат опирается на учебную литературу и/ или устаревшие издания – 3 балла.

Фрагментарное отражение ключевых аспектов темы. Частичное соответствие содержания теме и плану реферата – 0 баллов.

8.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации

Планируемый

Формулировка

Вид и способ

Критерии

образовательный задания проведения
оценивания и
результат промежуточной шкала оценивания
(компетенция, аттестации

индикатор) (возможные
виды:

творческие задания,
кейсы,
ситуационные
задания, проекты,
иное; способы
проведения:
письменный /
устный)

УК-1 Способен 1.Подберите в Проект

Оценка работы:

осуществлять литературе материалы, Устная защита Актуальность и
критический анализ отражающие проекта

новизна

проблемных специфику маркетинга предлагаемых
ситуаций на основе образовательных

решений,

системного подхода, услуг, и сложность
темы -2
вырабатывать сформулируйте балла
стратегию действий маркетинговую Объем
разработок
УК-

1.1.Анализирует концепцию и
количество
проблемную деятельности
предлагаемых
ситуацию как образовательных решений- 2
балла

систему, выявляя ее учреждений в этой
Практическая
составляющие и сфере.
направленность –
связи между ними 2.Объясните влияние 2
балла

Ук-1.2. Определяет основных эффектов
Уровень
пробелы в рынка самостоятельность
информации, образовательных и участников
– 2

необходимой для услуг, подберите
в балла
решения проблемной литературе
материалы, Качество
ситуации, и отражающие оформления
проектирует проявление этих записки,
плакатов
процессы по их эффектов на и др.
– 3 балла

УК-1.3. Критически образовательных
Оценка защиты:
оценивает услуг. Качество
доклада
надежность 3.Рассмотрите – 3
балла
источников проблематику Проявление
информации, государственного глубины
и

работает с регулирования широты
противоречивой маркетинговой
представлений по
информацией из деятельности в сфере
излагаемой теме –
разных источников. образования и 3
балла

УК-1.4. выделите
эффективные Ответы на
Разрабатывает и меры,
способствующие вопросы
содержательно повышению качества
преподавателя – 2

аргументирует образовательной балла

стратегию решения деятельности.

Ответы на
проблемной вопросы
ситуации на основе студентов – 1

балл

системного

и

междисциплинарног

о подходов УК-1.5. Строит сценарии реализации стратегии, определяя
возможные риски и предлагая пути их устранения

УК-6. Способен 1. Обоснуйте влияние Проект Оценка
работы:

факторов культурного Устная защита Актуальность и
определять и

уровня (культура, проекта новизна

реализовывать

субкультура и предлагаемых

приоритеты

социальное решений,

собственной

положение) на выбор сложность темы -2

деятельности и

родителями школы для балла

способы ее

ребенка . Объем разработок

совершенствования

2. Осуществить и количество

на основе

процедуру предлагаемых

самооценки

позиционирования решений- 2 балла

УК-6.1. Оценивает

образовательной Практическая

свои ресурсы и их

услуги по следующей направленность –

пределы

схеме: 2 балла

(личностные,

выбор критериев Уровень

ситуативные,

позиционирования; самостоятельность

временные),

определение и участников – 2

целесообразно их

показателей по балла

использует

выбранным критериям; Качество

УК-6.2. Определяет

построение карты оформления

образовательные

восприятия; записки, плакатов

потребности и

перепозиционировани и др. – 3 балла
способы

е.
совершенствования

Оценка защиты:

собственной (в т.ч.
Качество доклада
профессиональной)
– 3 балла
деятельности

на

Проявление
основе самооценки
глубины

и

УК-6.3 Выбирает

и

широты
реализует

с

представлений по
использованием
излагаемой теме –
инструментов
3

балла

непрерывного

Ответы

па

образования

вопросы
возможности
преподавателя – 2
развития
балла
профессиональных

Ответы

на

компетенций

и

вопросы
социальных

навыков

студентов – 1 балл

ПК-4 Способен 1. Перечислите и Кейс-стади

Оценка работы:

обеспечивать обоснуйте факторы и студент
обладает

развитие системы обстоятельства системными
менеджмента которые являются теоретическими
качества реализации основанием для знаниями

(знает

основных позиционирования образовательных образовательной программ услуги.

ПК-4.1. Определяет 2. провести основные принципы сегментацию рынка по менеджмента в комплексным образовании и критериям управления сегментирования

региональными конечных образовательными потребителям системам образовательных

ПК-4.2. Планирует услуг: географические, процессы демографические, разработки, психологические, обновления и социологические реализации

основных образовательных программ,

необходимого ресурсного обеспечения и

ожидаемых финансовых результатов от реализации

образовательных программ

ПК-4.3. Организует взаимодействие проектных групп

ПК-4 Стимулирует разработку,

обновление и реализацию

основных образовательных программ на основе

маркетинговых исследований в

области образования

ПК-4.4. Контролирует

ведение документации, обеспечивающей

реализацию образовательных

программ

ПК-4.5. Анализирует

результативность и эффективность

методику
выполнения
практических
навыков,
показания и

противопоказания,
возможные
осложнения,
нормативы и

проч.), без ошибок
самостоятельно
демонстрирует
выполнение
практических
умений- 5 баллов;
студент обладает
теоретическими
знаниями (знает

методику
выполнения
практических
навыков,
показания и

противопоказания,
возможные
осложнения,
нормативы и

проч.),
самостоятельно
демонстрирует
выполнение
практических
умений, допуская
некоторые
неточности
(малосущественны

е ошибки),

которые
самостоятельно обнаруживает и быстро исправляет

– 4 балла;

студент обладает удовлетворительными теоретическими знаниями (знает основные
положения методики выполнения практических

навыков,
показания и
противопоказания,
возможные
осложнения,

нормативы и проч.), демонстрирует выполнение практических умений, допуская некоторые ошибки, которые может исправить реализации при коррекции их преподавателем- 3 основных балла. образовательных студент не программ и обладает осуществлять их достаточным коррекцию уровнем ПК-4.6. теоретических Предупреждает и знаний (не знает разрешает методики конфликты выполнения участников практических образовательных навыков, отношений, показаний и возникающие в противопоказаний процессе реализации , возможных образовательных осложнений, программ нормативы и проч.) и/или не может самостоятельно продемонстрировать практические умения или выполняет их, допуская грубые ошибки – 0 баллов.

ПК-6 Руководство Примените на Проект Оценка работы: разработкой и практике аппарат Устная защита Актуальность

и

реализацией STEP, SWOT и проекта новизна основных SPACE_анализа предлагаемых образовательных применительно к решений, программ оценке маркетинговой сложность темы -2

среды выбранного балла вами образовательного Объем разработок учреждения. и количество Задание: предлагаемых Познакомьтесь в решений- 2 балла качестве примера со Практическая SWOT-анализом одной направленность – из школ (см. таблицу с 2 балла примером). Составьте Уровень SWOT-анализ своего самостоятельность образовательного и участников –

2

ПК-6.4. Анализирует учреждения (см. балла
таблицу для Качество
результативность и заполнения). оформления
эффективность

записки, плакатов
реализации
и др. – 3 балла
основных

профессиональных
Оценка защиты:
образовательных
Качество доклада
программ, а также
– 3 балла
обеспечивать их
Проявление
коррекцию
глубины

и

широты
представлений по
излагаемой теме –
3

балла

Ответы

па

вопросы
преподавателя – 2
балла
Ответы

на

вопросы
студентов – 1 балл

ПК -7 Способность 1. Сегментация Тестовые
задания Оценка работы:

формировать и рынка
% правильных
развивать структуры образовательных

ответов

управления услуг - это 90-100 –

отлично;

образовательной а) деятельно 75-89

– хорошо;

организацией, сть по выявлению 60-74 –

удовлетв;

управленческую действующих групп 0-59 –

неудовлетв.

команду, потребителей

распределять образовательных услуг

обязанности и вуза
координировать б) деятельн

деятельность ость
по выявлению
структурных потенциальных групп
подразделений потребителей
образовательных
ПК -7.1. Определяет услуг

вуза
стратегические и в) деятельно

программные сть по выявлению

документы потребительских

федерального,
регионального и местного уровня в области образования
и социально-
экономического
развития

предпочтений
выпускников школ
г) деятельно
сть по выявлению
потребительских
предпочтений
выпускников колледжей

д) деятельно
сть по выявлению
потребительских
предпочтений
выпускников

техникумов
2. Целевой рынок
образовательного
учреждения – это

а) потенциа
льный рынок
образовательного
учреждения, который
определяется
совокупностью людей
со схожими
потребностями в
отношении
образовательных
услуг, достаточными
ресурсами, а также
возможностью
получать или
покупать данные
услуги
б) однородн

ая группа потребителей
целевого рынка
образовательного
учреждения со схожими
потребностями и
покупательскими
привычками по
отношению к
образовательным
услугам рынка
в) все
действующие и
потенциальные
потребители
г) все
действующие
потребители
д) все
граждане страны

3. Целевой сегмент образовательного учреждения – это

а) потенциал
ный рынок
образовательного
учреждения, который
определяется
совокупностью людей
со схожими
потребностями в
отношении
образовательных услуг,
достаточными
ресурсами, а также
возможностью получать
или покупать данные
услуги
б) однородн
ая группа
потребителей целевого
рынка
образовательного
учреждения со
схожими
потребностями и
покупательскими
привычками по
отношению к
образовательным
услугам рынка
в) все
действующие и
потенциальные
потребители
г) все
действующие

потребители
5)все граждане страны

V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

1) Рекомендуемая литература
а) Основная литература:

1. Кузьмина Е. Маркетинг образовательных услуг: учебник и практикум / Е.

Кузьмина. – М.: Юрайт, 2016. – 332 с.

2. Государственная политика в сфере образования и инновационные модели управления образовательным учреждением: составители О.Г. Прикот, В.Н. Виноградов – Петрозаводск, 2010

3. Басовский Л. Е. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. :НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 300 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=544241> .

4. Калужский М. Л. Практический маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / М. Л. Калужский ; Омск. гос. техн. ун-т. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 186 с. – Режим доступа: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456083](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456083).

5. Ким С. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / С. А. Ким. – М. : Дашков и К°, 2017. – 258 с. – Режим доступа: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084).

8.3. Требования к рейтинг-контролю

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рекомендуемая литература

Основная

Шифр	Литература
Л.1.1	Неретина, Соловьев, Управление взаимоотношениями с потребителями образовательных услуг в сфере высшего профессионального образования, Москва: Издательский Центр РИО, 2019, ISBN: 978-5-369-01359-5, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=354633
Л.1.2	Неретина, Соловьев, Управление взаимоотношениями с потребителями образовательных услуг в сфере высшего профессионального образования, Москва: Издательский Центр РИО, 2014, ISBN: 978-5-369-01359-5, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=71076

Л.1.3	Амирова, Вдовина, Курдова, Кучигина, Макарова, Нижегородцев, Петухов, Пономаренко, Резник, Резник, Сазыкина, Черниковская, Черницов, Юдина, Рынки труда и образовательных услуг России: реалии и перспективы, Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020, ISBN: 978-5-16-011365-4, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=349999
Л.1.4	Амирова, Вдовина, Курдова, Кучигина, Макарова, Нижегородцев, Петухов, Пономаренко, Резник, Резник, Сазыкина, Черниковская, Черницов, Юдина, Рынки труда и образовательных услуг России: реалии и перспективы, Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021, ISBN: 978-5-16-011365-4, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=374179
Л.1.5	Пензенский государственный университет архитектуры и строительства; Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, Рынки труда и образовательных услуг России: реалии и перспективы, Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017, ISBN: 978-5-16-011365-4, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=166176
Л.1.6	Жиляева, Экономико-организационный механизм инновационного развития сферы образовательных услуг, Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2015, ISBN: 978-5-394-02649-2, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=376259

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	http://www.management.com.ua/ :
Э2	http://www.big.spb.ru/ :
Э3	http://www.megabook.ru/business/ :
Э4	http://www.glossary.ru/ :
Э5	http://orlovs.pp.ru/ :
Э6	http://www.md-management.ru/ :
Э7	http://www.bpm-online.ru/ :
Э8	http://www.kmtec.ru/ :
Э9	http://vernikov.ru/ :
Э10	http://eup.kulichki.net/Catalog/All-All.htm :
Э11	http://econom.nsc.ru/jep/ :
Э12	http://www.kommersant.ru/ :
Э13	http://www.vopreco.ru/ :
Э14	http://www.expert.ru/ :
Э15	http://www.akdi.ru/ :
Э16	http://www.informika.ru/ :

Э17	http://economicus.ru/:
Э18	http://dic.academic.ru/searchall.php :
Э19	19. http://glossary.ru/:
Э20	http://www.ecsocman.edu.ru/:
Э21	www zipsites. ru :
Э22	http://www.menobr.ru/materials/46/44015/:

Перечень программного обеспечения

1	SmartGit
2	R for Windows
3	RStudio
4	SMART Notebook
5	Any Video Converter
6	Deductor Academic
7	G*Power

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1	Репозиторий ТвГУ
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы)
3	ЭБС ТвГУ
4	ЭБС BOOK.ru
5	ЭБС «Лань»
6	ЭБС IPRbooks
7	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
8	ЭБС «ЮРАИТ»
9	ЭБС «ZNANIUM.COM»

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудит-я	Оборудование
9-221	комплект учебной мебели, переносной ноутбук, интерактивная доска, проектор
9-213	компьютер, принтер, электрообогреватель, чайник, зеркало
9-207	комплект учебной мебели, переносной ноутбук, проектор
9-208	комплект учебной мебели, переносной ноутбук, проектор

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа начинается до прихода студента на занятие. Целесообразно использование «системы опережающего чтения», т.е. предварительного прочтения лекционного материала, содержащегося в учебниках и учебных пособиях, закладывающего базу для более глубокого восприятия лекции. Работа над лекционным материалом включает два основных этапа: конспектирование лекций и последующую работу над лекционным материалом. Под конспектированием подразумевают составление конспекта, т.е. краткого письменного изложения содержания чего-либо (устного выступления – речи, лекции, доклада и т.п. или письменного источника – документа, статьи, книги и т.п.).

Методика работы при конспектировании устных выступлений значительно отличается от методики работы при конспектировании письменных источников. Конспектируя письменные источники, студент имеет возможность неоднократно прочитать нужный отрывок текста, поразмыслить над ним, выделить основные мысли автора, кратко сформулировать их, а затем записать. При необходимости он может отметить и свое отношение к этой точке зрения. Поэтому при конспектировании лекции рекомендуется на каждой странице отделять поля для последующих записей в дополнение к конспекту.

Подготовка к семинарскому занятию требует, прежде всего, чтения рекомендуемых нормативных и монографических работ, их реферирования, подготовки докладов и сообщений.

В процессе организации самостоятельной работы большое значение имеют консультации с преподавателем, в ходе которых можно решить многие проблемы изучаемого курса, уяснить сложные вопросы.

При подготовке к практическим занятиям необходимо:

- оформить задания, предлагаемые для самостоятельной работы и быть готовым к обсуждению процесса и результатов выполняемой работы;

- внимательно прочитать текст лекции и определить вопросы, которые вызывают затруднения; - воспользоваться списком дополнительной литературы (по каждой теме дополнительная

литература указана в учебной программе) и уточнить, дополнить имеющуюся информацию по той или иной проблеме.

- готовясь к инсценировке занятия, фрагмента занятия, отдельного упражнения или игры необходимо подготовить необходимый раздаточный материал, который может понадобиться для работы, точно рассчитать время, необходимое на реализацию каждого этапа продуманного и зафиксированного в рабочей тетради плана.

Методические рекомендации по выполнению рефератов

Реферат представляет собой краткое изложение в письменной форме определенного научного материала: содержания книги, учения, научной проблемы и т.д. Главная задача, стоящая перед магистрами при его написании, – научиться осуществлять подбор литературы по теме, уметь выделять главное в научном тексте, видеть проблемы, которым посвящена работа, а также пути и способы их решения, используемые авторами. Объем реферата должен составлять 10-15 страниц.

Реферат является одной из форм самостоятельной работы студентов и средством контроля за усвоением учебного материала в объеме, установленном программой.

Процесс выполнения реферата начинается с выбора темы. Тема реферата согласовывается с преподавателем, ведущим практические или семинарские занятия.

После выбора темы студент знакомится в общих чертах с ее проблематикой, основными понятиями. Для этого необходимо составить библиографию, используя

систематический и электронный каталоги библиотеки, других библиотек города, при необходимости провести поиск в сети Интернет и изучить относящиеся к данной теме источники и литературу.

Реферат должен иметь четкую структуру. Монографический реферат обычно включает в себя небольшое введение, в котором обосновывается важность данного вопроса;

основную часть, раскрывающую содержание книги; заключение, в котором студент кратко представляет выводы автора работы, если они есть, или сам их формулирует.

Обзорный реферат в целом имеет аналогичную структуру; различие состоит в том, что перед введением дается обязательно план реферата, а в конце его приводится список реферируемой литературы. Работа над таким рефератом гораздо сложнее, поскольку он представляет собой обзор основной литературы одного или нескольких авторов по отдельной научной проблеме или теории. В этом случае требуется не просто выделить основное содержание изученных источников, но и сделать некоторые обобщения и сопоставления. Источники могут рассматриваться каждый отдельно в определенной последовательности или аналитически, т.е. по различным аспектам проблемы, нашедшим отражение в разных источниках.

Написание реферата является обязательным при проведении практических и семинарских занятий. При этом студент в течение изучения курса должен выбрать и написать один реферат, выступить по нему на практическом занятии.