

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет дошкольного и начального образования
Кафедра педагогики дошкольного образования



Управление маркетинговой деятельностью в дошкольной образовательной организации

Программа учебной дисциплины
Направление 44.04.01 «Педагогическое образование»
Магистерская программа «Управление дошкольным образованием»

очная форма обучения

Волгоград
2016

Обсуждена на заседании кафедры педагогики дошкольного образования
«15» 06 2016 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой  Корпанова «15» 06 2016 г.
(подпись) (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета дошкольного и начального образования «29» 08 2016 г., протокол № 1

Председатель учёного совета  Корпанова «29» 08 2016 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
«29» 08 2016 г., протокол № 1

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____ (подпись) _____ (руководитель ОПОП) _____ (дата)

Лист изменений № _____ (подпись) _____ (руководитель ОПОП) _____ (дата)

Лист изменений № _____ (подпись) _____ (руководитель ОПОП) _____ (дата)

Разработчики:

Корпанова Марина Васильевна, доктор педагогических наук, профессор кафедры педагогики дошкольного образования,
Бахтеева Эльвира Инсафутдиновна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики дошкольного образования.

Программа дисциплины «Управление маркетинговой деятельностью в дошкольной образовательной организации» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 ноября 2014 г. № 1505) и базовому учебному плану по направлению подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование» (магистерская программа «Управление дошкольным образованием»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВПО «ВГСПУ» (от 30 марта 2015 г., протокол № 8).

1. Цель освоения дисциплины

Освоение студентами необходимых компетенций, обеспечивающих способность к анализу и проектированию, эффективной организации маркетинга в дошкольном учреждении как обязательного элемента управления образовательным учреждением.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Управление маркетинговой деятельностью в дошкольной образовательной организации» относится к вариативной части блока дисциплин.

Профильной для данной дисциплины является управленческая профессиональная деятельность.

Для освоения дисциплины «Управление маркетинговой деятельностью в дошкольной образовательной организации» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Инновационные процессы в образовании 1», «Инновационные процессы в образовании 2», «Методология и методы научного исследования», «Инновационные технологии в работе дошкольного учреждения», «Концепция и технология разработки основной образовательной программы дошкольной образовательной организации», «Концепция и технология разработки программы развития дошкольной образовательной организации», «Система управления качеством муниципального дошкольного образования», «Тренинг профессиональной успешности», прохождения практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (Организационно-управленческая)».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Мониторинг и оценка качества дошкольного образования», «Организация финансово-экономической деятельности в дошкольной образовательной организации», «Психолого-педагогическое сопровождение одаренного ребенка в системе дошкольного образования», «Социальное партнерство в системе управления дошкольной образовательной организацией», «Социология и психология управления», «Управление образовательным процессом для детей с особыми образовательными потребностями».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– готовностью взаимодействовать с участниками образовательного процесса и социальными партнерами, руководить коллективом, толерантно воспринимая социальные, этноконфессиональные и культурные различия (ОПК-3);

– готовностью изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро-и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа (ПК-13);

– готовностью исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы (ПК-14).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основные понятия, концепции и механизмы управление маркетингом;
- принципы и функции маркетинга в ДООУ;
- основные методы стратегического и оперативного анализа внешней и внутренней среды образовательной организации;
- условия эффективности сегментации и этапы целевого маркетинга сегментирование рынка;
- условия эффективного руководства коллективом участников образовательного процесса в ДООУ;

уметь

- проводить маркетинговые исследования и разрабатывать критерии оценки управленческих процессов образовательной организации;
- разрабатывать программу мониторинга качества управляемой системы и ее макро- и микроокружения;
- разрабатывать программу маркетинга и проводить маркетинговые исследования;
- делать обоснованный выбор инновационных технологий менеджмента для исследования, организации и оценки управленческих процессов с учетом специфики образовательной организации;
- принимать управленческие решения по итогам анализа результатов деятельности коллектива участников образовательного процесса в ДООУ;

владеть

- методами проведения маркетинговых исследований;
- методами выявления факторов внутренней и внешней среды образовательной организации на основе методов стратегического и оперативного анализа;
- методами организации административной деятельности в образовательной организации на основе мониторинга;
- методами планирования организации образовательных услуг, приносящих доходы;
- опытом руководства коллективом участников образовательного процесса в ДООУ.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		3
Аудиторные занятия (всего)	20	20
В том числе:		
Лекции (Л)	–	–
Практические занятия (ПЗ)	20	20
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
Самостоятельная работа	34	34
Контроль	54	54
Вид промежуточной аттестации		ЭК
Общая трудоёмкость	108	108
часы		
зачётные единицы	3	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Определение, содержание и	Маркетинг – определение. Основные понятия

	основные понятия маркетинга.	маркетинга: нужды, потребности, запросы, товар, сделка, рынок. Управление маркетингом. Управление маркетингом – управление спросом. Спрос и его виды и задачи. Состояния спроса: отрицательный спрос, отсутствие спроса, скрытый спрос, падающий спрос, нерегулярный спрос, полноценный спрос, чрезмерный спрос, нерациональный спрос. Концепции управления маркетингом: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этического маркетинга. Цели системы маркетинга.
2	Маркетинг дошкольного образования	Причины развития маркетинга системы дошкольного образования. Цель маркетинговой деятельности ДООУ. Принципы, функции, маркетинга в ДООУ. Маркетинговые особенности образовательной среды. Маркетинговая макро и микросреда организации. Факторы маркетинговой среды ДООУ, их характеристики и подходы к изучению. Влияние маркетинговой среды на деятельность ДООУ. Определение конкурентной позиции ДООУ на рынке образовательных услуг. Управление спросом на образовательные услуги. Специфика поведения потребителей услуг ДООУ.
3	Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации.	Концепция системы маркетинговой информации, её составляющие: система внутренней отчётности, система сбора внешней текущей маркетинговой информации, система маркетинговых исследований. особенности системы маркетинговой информации дошкольного образовательного учреждения. Организация маркетинговых исследований в ДООУ
4	Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование образовательной услуги	Этапы целевого маркетинга сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара. Сегментация рынка образовательных услуг. Критерии сегментации. Условия эффективности сегментации. Выбор целевых сегментов (целевая, товарно-дифференцированная, концентрированная сегментация). Позиционирования образовательной услуги
5	Управление маркетинговой деятельностью в ДООУ	Планирование маркетинга в дошкольном образовательном учреждении. Маркетинговые стратегии. Распределение обязанностей между сотрудниками ДООУ в ходе планирования маркетинговой деятельности. Организация и контроль маркетинговой деятельности в ДООУ

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Определение, содержание и основные понятия маркетинга.	–	4	–	8	12

2	Маркетинг дошкольного образования	–	4	–	8	12
3	Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации.	–	4	–	6	10
4	Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование образовательной услуги	–	4	–	6	10
5	Управление маркетинговой деятельностью в ДОУ	–	4	–	6	10

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Езопова С. А. Менеджмент в дошкольном образовании / С. А. Езопова. - М. : Академия, 2003. - 309,[11] с. - (Высшее профессиональное образование. Педагогика). - Библиогр.: в конце разд. - ISBN 5-7695-1360-8; 12 экз. : 111-55..

2. Братановский, С. Н. Система управления образованием в России и организационно-правовые аспекты ее совершенствования [Электронный ресурс] : монография / С. Н. Братановский, Д. Н. Ермаченко ; С. Н. Братановский. - Саратов : Электронно-библиотечная система IPRbooks, 2012. - 198 с..

3. Казанская, А. Ю. Комплексный подход к оценке социально-экономического состояния муниципальных образований [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Ю. Казанская, В. С. Компаниец ; А. Ю. Казанская. - Саратов : Вузовское образование, 2013. - 225 с.

6.2. Дополнительная литература

1. Педагогическая деятельность и педагогическое образование в инновационном обществе [Электронный ресурс] / И. Н. Аллагулова [и др.] ; Сериков В.В.; С.В. Куликова ред. - Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 2013 ; Волгоград ; Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет : «Перемена», 2013, 2013. - 275 с. - ISBN 978-5-9935-0305-9..

2. Данилова И.А. Социология и психология управления: учебное пособие / Данилова И.А., Нуриева Р.Н.— С.: Научная книга, 2012. 98— с.<http://www.iprbookshop.ru/6335>.

7.Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU –<http://elibrary.ru/defaultx.asp>.
2. Электронная библиотека учебников. Учебники по педагогике – <http://studentam.net/content/category/1/2/5/>.
3. Официальный портал комитета по образованию и науки Администрации Волгоградской области – Федеральный портал Российское образование – http://www.edu.ru/index.php?page_id=242.
4. Библиотека Гумер – <http://www.gumer.info/>.
5. Служба Twirps.com – <http://www.twirpx.com/about/>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

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

1. Пакет офисных приложений (редактор текстовых документов, презентаций, электронных таблиц).

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Управление маркетинговой деятельностью в дошкольной образовательной организации» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оснащенные учебной мебелью, аудиторной доской, стационарным или переносным комплексом мультимедийного презентационного оборудования, имеющего доступ к Интернету и локальной сети.

2. Рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером с возможностью использования офисных приложений, распечатки документов, доступа к Интернету и локальной сети для подготовки к занятиям и проверки результатов выполнения самостоятельной работы студентов.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Управление маркетинговой деятельностью в дошкольной образовательной организации» относится к вариативной части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся

развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Управление маркетинговой деятельностью в дошкольной образовательной организации» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.