

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

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

Ю. А. Жадаев

« 22 » 2016 г.



Управление маркетинговой деятельностью в дошкольной образовательной организации

Программа учебной дисциплины

Направление 44.04.01 «Педагогическое образование»

Магистерская программа «Управление дошкольным образованием»

заочная форма обучения

Волгоград
2016

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», «Государственно-общественное управление в дошкольном образовании», «Инновационные технологии в работе дошкольного учреждения», «Контроль и руководство образовательной деятельностью в дошкольной образовательной организации», «Концепция и технология разработки основной образовательной программы дошкольной образовательной организации», «Концепция и технология разработки программы развития дошкольной образовательной организации», «Методическое сопровождение образовательного процесса в дошкольной образовательной организации», «Организация делопроизводства в 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 управления маркетингом;
- принципы и функции маркетинга в ДОУ;
- 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 ДОУ;

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 ДОУ;

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 ДОУ.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		2з / 2л
Аудиторные занятия (всего)	12	6 / 6
В том числе:		
Лекции (Л)	4	4 / –
Практические занятия (ПЗ)	8	2 / 6
Лабораторные работы (ЛР)	–	– / –
Самостоятельная работа	87	48 / 39
Контроль	9	– / 9
Вид промежуточной аттестации		– / ЭК
Общая трудоёмкость	часы	108
	зачётные единицы	3
		54 / 54
		1.5 / 1.5

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Определение, содержание и основные понятия маркетинга.	Маркетинг – определение. Основные понятия 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.	–	1	–	21	22
2	Маркетинг дошкольного образования	1	1	–	21	23
3	Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации.	1	2	–	15	18
4	Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование образовательной услуги	1	2	–	15	18
5	Управление маркетинговой деятельностью в ДОУ	1	2	–	15	18

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 чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме , экзамена.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

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.