

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет исторического и правового образования
Кафедра менеджмента и экономики образования

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по учебной работе
Ю. А. Жадаев
«29» _____ 2016 г.



Маркетинг образовательных услуг

Программа учебной дисциплины

Направление 44.03.05 «Педагогическое образование»

Профили «История», «Обществознание»

очная форма обучения

Волгоград
2016

Обсуждена на заседании кафедры менеджмента и экономики образования
«30» 06 2016 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой _____ «30» 06 2016 г.
(подпись) (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета исторического и правового образования «4» 07 2016 г., протокол № 12

Председатель учёного совета Бологова В.Ю. «4» 07 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:

Гомаюнова Тамара Михайловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и экономики образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».

Программа дисциплины «Маркетинг образовательных услуг» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 44.03.05 «Педагогическое образование» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 9 февраля 2016 г. № 91) и базовому учебному плану по направлению подготовки 44.03.05 «Педагогическое образование» (профили «История», «Обществознание»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВПО «ВГСПУ» (от 28 марта 2016 г., протокол № 10).

1. Цель освоения дисциплины

Освоение рыночных механизмов развития образовательной организации на основе маркетинговых подходов управления.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг образовательных услуг» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Маркетинг образовательных услуг» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Безопасность жизнедеятельности», «Образовательное право», «Педагогика», «Психология», «Основы экологической культуры», «Право», «Правовые основы защиты детства», «Экономика образования», «Экономическая теория», «Юридическая ответственность несовершеннолетних», «Юридическая педагогика», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Педагогическая практика (воспитательная)».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать базовые правовые знания в различных сферах деятельности (ОК-7);
- готовностью сознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать мотивацией к осуществлению профессиональной деятельности (ОПК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основные понятия теории маркетинга и рыночной экономики;
- анализировать внешние и внутренние факторы, определяющие положение образовательной организации на рынке и перспективы развития;
- основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательной организации;
- отличительные особенности образовательной услуги, ее параметры и характеристики;
- элементы комплекса маркетинга образовательной организации;

уметь

- адаптировать общие теории и методики к маркетингу в сфере образования;
- определять стратегические единицы бизнеса образовательной организации;
- сегментировать рынок образовательных услуг;
- определять положение образовательной организации на рынке образовательных услуг;
- осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образовательных услуг, образовательных потребностей;

владеть

- приемами разработки плана маркетинга образовательных услуг;
- навыками проектирования стратегического развития образовательной организации на основе маркетинговых подходов;
- приемами анализа образовательных услуг;
- навыками построения жизненного цикла образовательной организации на основе маркетинговых подходов;
- приемами формирования комплекса маркетинга образовательной организации.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		9
Аудиторные занятия (всего)	36	36
В том числе:		
Лекции (Л)	12	12
Практические занятия (ПЗ)	24	24
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
Самостоятельная работа	36	36
Контроль	–	–
Вид промежуточной аттестации		ЗЧ
Общая трудоемкость	часы	72
	зачётные единицы	2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Сущность и особенности маркетинга в сфере образования	Источники информации о рынке. Конкуренция на рынке образовательных продуктов. Сегментация рынка образовательных услуг и продуктов. Сегментация покупателей. Сегментация продуктов. Сегментация конкурентов.
2	Сущность образовательного продукта. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования на рынке образовательных услуг	Образовательный продукт. Жизненный цикл образовательного продукта. Источники и способы сбора информации на рынке ОУ. Особенности организации маркетинговых исследований на рынке образовательных услуг.
3	Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг	Цена образовательной услуги (продукта). Факторы, оказывающие влияние на цену. Границы цены образовательной услуги. Экономическая оценка инвестиций в образование. Стратегия ценообразования. Реклама образовательных услуг и ее особенности. Связи с общественностью и их роль в маркетинге образования. Коммуникации и продвижение образовательных услуг и продуктов. Внутренние и внешние коммуникации в сфере образования.

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Сущность и особенности маркетинга в сфере образования	4	8	–	12	24
2	Сущность образовательного продукта. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования на рынке образовательных услуг	4	8	–	12	24
3	Применение комплекса маркетинга на рынке образовательных услуг	4	8	–	12	24

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Галичин В.А. Международный рынок образовательных услуг [Электронный ресурс]: основные характеристики и тенденции развития/ Галичин В.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дело, 2015.— 60 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51014>.— ЭБС «IPRbooks».

2. Экспорт образовательных услуг [Электронный ресурс]: анализ управленческих решений/ С.А. Беляков [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Дело, 2015.— 122 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51136>.— ЭБС «IPRbooks».

3. Синяева И.М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: учебник/ Синяева И.М., Романенкова О.Н., Синяев В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 252 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52267>.— ЭБС «IPRbooks».

6.2. Дополнительная литература

1. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг: методология, теория и практика. Монография. М.: 2009.

2. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики : учеб. для студентов вузов / В. И. Беляев. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : КноРус, 2010. - 676 с. - Прил.: с. 652-671. - Библиогр.: с. 672-676. - Рекомендовано УМО.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронная библиотечная система IPRBooks. URL: <http://www.iprbookshop.ru>.

2. Научная электронная библиотека Elibrary. URL: <http://elibrary.ru>.

3. Федеральный портал «Российское образование». URL: <http://www.edu.ru>.

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 «Маркетинг образовательных услуг» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оснащенные стандартным набором учебной мебели, учебной доской и стационарным или переносным комплексом мультимедийного презентационного оборудования.

2. Методический, наглядный и раздаточный материал для организации групповой и индивидуальной работы обучающихся (схемы, таблицы, образцы анкет, бланки экспертных заключений, памятки, кейсы, сценарии деловых и ролевых игр, варианты тестовых заданий и бланки ответов для проведения тестирования в периоды рубежных срезов и др.).

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Маркетинг образовательных услуг» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

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 «Маркетинг образовательных услуг» 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.