Министерство образования и науки Российской Федерации
Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Кубанский государственный университет» в г. Славянске-на-Кубани

Факультет Экономики, истории и права
Кафедра социально-экономических дисциплин

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по работе с филиалами
_____Евдокимов А.А.
«_31_» _____08_____ 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ОБРАЗОВАНИИ

Направление подготовки:	44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Направленность (профиль):	Экономическое образование, Обществознание
Программа подготовки:	академический бакалавриат
Форма обучения:	очная
Квалификация (степень) выпускника:	бакалавр

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины «Менеджмент и маркетинг в образовании» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), утвержденному приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09.02.2016 г. № 91, зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 02.03.2016 г. (регистрационный № 41305).

Программу составил:
С.И., Махненко, канд. экон. наук, доцент _____
подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.12 «Менеджмент и маркетинг в образовании» утверждена на заседании кафедры социально-экономических дисциплин протокол № 1 «30» августа 2017г.

Заведующий кафедрой
социально-экономических дисциплин Демченко А.С. _____
фамилия, инициалы подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры социально-экономических дисциплин протокол № 1 «30» августа 2017г.

Заведующий кафедрой
социально-экономических дисциплин Демченко А.С. _____
фамилия, инициалы подпись

Утверждена на заседании учебно-методического совета филиала
протокол № 1 «31» августа 2017 г.
Председатель УМС филиала Письменный Р.Г. _____
подпись

Рецензенты:

Аракелянц В.В., директор ПО ЧУ «Техникум экономики и права» г. Славянска-на-Кубани _____
подпись

Воронцова Р.А., заведующая финансово-технологическим отделением ГБПОУ КК «Славянский сельскохозяйственный техникум» г. Славянска-на-Кубани _____
подпись

Оглавление

1 Цели и задачи изучения дисциплины (Менеджмент и маркетинг в образовании)……. 4
1.1 Цель освоения дисциплины…….. 4
1.2 Задачи дисциплины……..... 4
1.3 Место дисциплины (Менеджмент и маркетинг в образовании) в структуре образовательной программы……..…. 4
1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (Менеджмент и маркетинг в образовании), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы…… 5
2. Структура и содержание дисциплины……... 6
2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ…….. 6
2.2 Структура дисциплины……. 6
2.3 Содержание разделов дисциплины…….. 7
2.3.1 Занятия лекционного типа……. 7
2.3.2 Занятия семинарского типа…… 10
2.3.3 Лабораторные занятия. …….. 14
2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов) ……... 14
2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (Менеджмент и маркетинг в образовании)…….. 14
3. Образовательные технологии. ……... 17
3.1.Образовательные технологии при проведении лекций…….. 17
3.2.Образовательные технологии при проведении практических занятий…… 18
4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации……. 19
4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля..……... 19
4.1.1 Примерные вопросы для устного (письменного) опроса…… 19
4.1.2 Примерные тестовые задания…… 20
4.1.3 Примерные задания для самостоятельной работы студентов….. …….. 22
4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации……... 24
5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (Менеджмент и маркетинг в образовании)……..……... 26
5.1 Основная литература…….. 26
5.2 Дополнительная литература…….. 26
5.3. Периодические издания……..... 27
6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (Менеджмент и маркетинг в образовании)….. 27
7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (Менеджмент и маркетинг в образовании)……..….. 29
8.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (Менеджмент и маркетинг в образовании)... 30
8.1 Перечень информационных технологий. ……..…… 30
8.2 Перечень необходимого программного обеспечения. ……..…….. 30
8.3 Перечень информационных справочных систем…….…… 31
9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (Менеджмент и маркетинг в образовании)…….…… 31

1 Цели и задачи изучения дисциплины « Менеджмент и маркетинг в образовании»

1.1 Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в образовании» является:

ознакомить студентов с современными управленческими отношениями в сфере образования, научить быть предприимчивым, эффективно применять разнообразные механизмы современного менеджмента и маркетинга в практике деятельности образовательных учреждений.

1.2 Задачи дисциплины

Изучение дисциплины «Менеджмент и маркетинг в образовании» направлена на формирование у студентов следующих компетенций:

ОК-1 - способностью использовать основы философских и социогуманитарных знаний для формирования научного мировоззрения;

ПК-5 - способностью осуществлять педагогическое сопровождение социализации и профессионального самоопределения обучающихся.

В соответствие с этим ставятся следующие задачи дисциплин:

- сформировать концепцию (философию, комплекс базовых принципов) маркетинга и менеджмента в сфере образования, с учетом отличительных особенностей этой сферы;
- создать комплекс инструментов маркетинговых исследований и действий в сфере образования, позволяющих исследовать и сегментировать рынок, формировать адекватное спросу предложение образовательных услуг, ценовую политику, коммуникации и продвижение услуг на рынок;
- выработать основные направления и меры по организации и управлению маркетинговой деятельностью в образовательных учреждениях, с учетом особенностей трансформационного периода и современной отечественной ситуации, возможностей помощи со стороны федеральных и региональных органов управления, общественных организаций.
- прогнозирование и планирование деятельности учебных заведений, правильную постановку целей, их субординацию по степени важности в сфере образования;
- рациональную расстановку кадров, распределение обязанностей, установление связей между подсистемами и управление этими связями в образовании;
- надлежащую квалификацию и опыт менеджеров образовательных учреждений, и систему повышения их мастерства.

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в образовании» включается в вариативную часть дисциплин основной образовательной программы по направлению подготовки 44.03.05 «Педагогическое образование» (с двумя профилями подготовки), профили Экономическое образование, Обществознание в соответствии с профилем подготовки «Экономическое образование» (Б1.В.12).

Для освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в образовании» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения предметов «Основы экономики», «Менеджмент», «Маркетинг», «Статистика» на предыдущем уровне образования.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в образовании» призвана сформировать широкий мировоззренческий горизонт будущего бакалавра педагогического образования, а

также заложить методологические основы и послужить теоретической базой для дальнейшего получения глубоких знаний по таким предметам как «Бизнес-планирование», «Практикум по финансово-экономической грамотности», «Экономика образования».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование общекультурной компетенции (ОК-1): ОК-1 - способностью использовать основы философских и социогуманитарных знаний для формирования научного мировоззрения; профессиональной компетенции (ПК-5): ПК-5 - способностью осуществлять педагогическое сопровождение социализации и профессионального самоопределения обучающихся.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-1	способностью использовать основы философских и социогуманитарных знаний для формирования научного мировоззрения	- целеполагание образовательной организации; - системы и подсистемы образовательных организаций; - систему образовательной информации;	- выполнять постановку целей образовательной организации; - устанавливать связи между системами и подсистемами образовательной организации; - использовать образовательную информацию в процессе управления;	- устанавливать связи между системами и подсистемами образовательной организации; - методами управления системами и подсистемами образовательной организации; - способами оценки эффективности использования образовательной информации;
2.	ПК-5	способностью осуществлять педагогическое сопровождение социализации и профессионального самоопределения обучающихся	- запросы населения в образовательных услугах; - основы планирования в образовательной организации; - систему повышения мастерства в образовании;	- определять запросы населения в образовательных услугах; - организовать планирование деятельности образовательной организации; - организовать систему повышения мастерства в образовательном учреждении;	- инструментарием изучения рынка образовательных услуг; - методами прогнозирования в сфере образования и культуры; - способами корректировки квалификационного состава образовательной организации;

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице *(для студентов ОФО).*

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)
			7
Контактная работа, в том числе:			
Аудиторные занятия (всего):		**50**	**50**
Занятия лекционного типа		20	20
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		30	30
Лабораторные занятия			
Иная контактная работа:			
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4	4
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:			
Курсовая работа			
Проработка учебного (теоретического) материала		20	20
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка к устному опросу, тестированию, практическая работа)		20	20
Реферат			
Подготовка к текущему контролю		13,8	13,8
Контроль (промежуточная аттестация)			
(7 семестр зачет)			
Общая трудоемкость	**час.**	**108**	**108**
	в том числе контактная работа	**54,2**	**54,2**
	зач. ед.	**3**	**3**

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре (очная форма)

№	Наименование разделов	Всего	Количество часов			
			Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			ЛК	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
7 семестр						
1	Менеджмент знаний в сфере образования	9,8	2	2		5,8
2	Практика управления образовательным процессом	12	2	4		6

3	Тенденции развития профессионального образования за рубежом	12	2	4		6
4	Необходимость изучения маркетинга в сфере образования	10	2	2		6
5	Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг	12	2	4		6
6	Планирование маркетинга образовательных услуг	10	2	2		6
7	Анализ и прогноз рынка образовательных услуг	14	4	4		6
8	Разработка маркетингового комплекса. Управление маркетингом	12	2	4		6
9	Финансовые аспекты маркетинга образовательных услуг	12	2	4		6
	Итого по 7 семестру:		**20**	**30**		**53,8**
	Итого по дисциплине:		**20**	**30**		**53,8**

Примечание: ЛК – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента.

2.3 Содержание разделов дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
7 семестр			
1	Менеджмент знаний в сфере образования	Менеджмент знаний в создании и развитии интеллектуального ресурса личности и организации. Составляющие интеллектуального капитала. Содержание и сущность организационного обучения. Структура менеджмента знаний. Менеджмент знаний по теории и практике менеджмента. Менеджмент внешних знаний. Менеджмент внутренних знаний. Менеджмент корпоративных знаний. Сущность менеджмента как учебного предмета. Основные базовые умения по Саймону Шо. Процессуальный блок знаний в познании менеджмента. Историческое знание в освоении теории и практики менеджмента. Становление теории и практики управления в сфере образования в России и за рубежом. Школы управления и подходы к управлению на различных этапах развития управленческой мысли. Эволюция развития управленческой мысли: школа научного управления, классическая (административная) школа управления, школа человеческих	Т

		отношений, школа науки о поведении, школа науки управления. Подходы к управлению: процессный подход (подход к управлению как процессу), системный подход, ситуационный подход. Понятие отраслевого менеджмента. Менеджмент отдельных видов деятельности: инновационный, производственный, финансовый, риск-менеджмент, банковский, стратегический, кадровый, педагогический, тактический, преобразующий или реорганизующий, открытый менеджмент, научный менеджмент, социальный, экологический, управление качеством, технологический, международный, инвестиционный, торговый, антикризисный.	
2	Практика управления образовательным процессом	Обеспечения взаимодействия науки и практики, исследовательская направленность деятельности образовательного учреждения. Повышение компетентности и ответственности руководителей всех уровней управления образовательными учреждениями. Рассмотрение объекта педагогического управления как развивающего процесса. Выход управленческой деятельности педагога-управленца на методологический уровень. Разработка и внедрение собственной технологии педагогического управления. Педагогическое целеполагание: содержание и технология. Программно-целевой метод при анализе учебного занятия. Технология подготовки выводов и предложений по уроку на основе программно-целевого подхода. Цель наблюдения и анализа урока. Новые типы образовательных учреждений. Характеристика современного педагога-управленца. Гимназия как социальный институт. Пути реализации условий развития учащихся гимназии, основные блоки: «социальная адаптация», «образование», «здоровье», «семья», «культура», «самоорганизация и самоуправление», «гражданин России».	Т
3	Тенденции развития профессионального образования за рубежом	Сущность стратегического менеджмента. Объект управления стратегического менеджмента. Стратегическое управление предполагает обеспечение равновесия между окружающей средой и самой компанией. Сравнение внутрифирменного и стратегического управления, основные параметры: общие положения, среда организации: внешняя и внутренняя, планирование, организация как объект, организационная культура, организационная структура, лидерство, персонал, анализ, контроль,	Т

		ресурсы и поставщики, характеристика сферы бизнеса, эффективность управления, маркетинг, государственный аспект в деятельности предприятия. Зарождение приемов стратегического управления и их внедрение в практику лучше всего рассматривать в историческом контексте. В течение первых ста лет существования фирмы ее развитие прошло ряд последовательных стадий: Создание современной фирмы силами предпринимателей. Усовершенствование организационных принципов массового производства. Развитие приемов массового сбыта. Все большая интенсивность конкуренции, которая стала принимать международный характер. Широкая заинтересованность общественных сил в определении принципов управления и роли фирмы в постиндустриальном обществе. Многогранность понятия «стратегия». Понятие «стратегия» по Г. Минсбергу. Понятие «стратегия» по И. Ансоффу. Факторы, определяющие выбор и успех стратегии. Виды стратегий и их классификация.	
4	Необходимость изучения маркетинга в сфере образования	Сущность маркетинга образовательных услуг. Основные понятия маркетинга образовательных услуг. Маркетинговая среда. Имидж учебного заведения. Появление и исследование маркетинговых проблем. Уровень требований. Информационный опрос систем маркетинга.	Т
5	Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг	Классификация методов исследования. Характеристика методов исследования. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях.	Т
6	Планирование маркетинга образовательных услуг	Анализ маркетинговой среды, модель анализа среды. Прогнозирование и анализ образовательной среды. Миссия учебного заведения (ресурсы, характер учебного заведения, стадия жизненного цикла, возможности для адаптации). Цели и задачи учебного заведения. Формирование маркетинговой стратегии учебного заведения. Анализ конкуренции. Планирование маркетинга и контроль за исполнением плана (система маркетингового планирования, методы контроля за выполнением плана), реализация плана. Методы количественного анализа рынка образования.	Т
7	Анализ и прогноз рынка образовательных услуг	Оценка состояния и прогноз развития рынка. Уровни рынков с точки зрения их ёмкости. Прогнозирование будущего спроса, способы осуществления прогноза будущего спроса.	Т

		Сегментирование рынка и анализ потребления образовательных услуг. Преимущества целевого маркетинга. Факторы поведения потребителей образовательных услуг. Варианты потребительских предпочтений, факторы сегментирования рынка частных лиц. Критерии оценки эффективности сегментирования. Выбор рыночной стратегии. Факторы привлекательности рыночного сегмента.	
8	Разработка маркетингового комплекса. Управление маркетингом	Разработка образовательных программ. Товарный комплекс. Разработка и запуск новых программ. Жизненный цикл программы. Элементы системы управления маркетингом.	
9	Финансовые аспекты маркетинга образовательных услуг	Источники финансирования образовательных учреждений и их удельный вес в общем объеме бюджета образовательного учреждения. Нормативное финансирование и виды расходов образовательных учреждений. Схема финансирования государственных, муниципальных и негосударственных образовательных учреждений. Статьи, сметы. Способы распределения доходов.	Т

Примечание: Т – тестирование.

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
7 семестр			
1.	Менеджмент знаний в сфере образования	1. В чем заключается сущность понятия менеджмент знаний? 2. Определить главные составляющие структуры менеджмента знаний. 3. Дать характеристику основным составляющим интеллектуального капитала. 4. Дать характеристику знаний процессуального блока содержания образования	У ПР
2.	Практика управления образовательным процессом	1. Исторический менеджмент как фундамент для будущего менеджмента знаний. 2. Эволюция развития управленческой мысли: основные школы и подходы к управлению. 3. Человеческий фактор в эволюции управленческой мысли. 4. Проанализировать становление теории и практики управления в сфере образования в России и за рубежом. 5. Доказать, что менеджмент в образовании является видом отраслевого менеджмента.	У ПР

		6. Дать несколько определений менеджмента отдельных видов деятельности. 7. Предложите свой вариант содержания и сущности видов менеджмента, удобный для практического использования. 8. Дать понятие стратегического менеджмента. 9. Составить таблицу сравнения внутрифирменного и стратегического управления.	
3.	Тенденции развития профессионального образования за рубежом	1. Основные проблемы взаимодействия науки и практики в образовательном учреждении. 2. Определить основные элементы профессионально-педагогической ком-петентности руководителей образовательных учреждений. 3. Педагогическое управление как развивающийся процесс. 4. Какой путь проделывает педагог-управленец для того, чтобы выйти на методологический уровень?	У ПР
4.	Необходимость изучения маркетинга в сфере образования	1. Чем вызвана необходимость маркетинговой ориентации учебных заведений? 2. Почему некоторые руководители возражают против маркетинговой ориентации? 3. Дайте развёрнутое определение маркетинга образовательных услуг? 4. Как можно отличить не реагирующее на рынок учреждение от маркетингового ориентированного? 5. В чём отличие потребности от нужды, потребности от спроса? 6. В чём смысл обсуждения условий обмена? 7. Поясните структуру маркетинговой среды 8. Что такое имидж учебного заведения? Чем он отличается от мнения, отношения, стереотипа? 9. С какой целью создаётся служба маркетинга? 10. Каковы её функции? 11. Какими способами выявляются маркетинговые проблемы? 12. Каковы основные компоненты информационной системы маркетинга? 13. раскройте основные стадии процесса маркетингового исследования? 14. В чём отличие обзорного исследования от экспериментального?	У ПР
5.	Маркетинговые исследования рынка	1. Назовите основные виды и характеристики товаров.	У ПР

	образовательных услуг	2. Перечислите характеристики образовательных услуг. 3. Чем отличается обмен от сделки? 4. Какие виды рынков вам известны? 5. В чем заключается роль посредников рынка? 6. Какие концепции маркетинга в образовании вам кажутся наиболее перспективными? 7. Перечислите пять основных характеристик образовательной услуги, которые в значительной степени влияют на разработку маркетинговых программ вуза? 8. Что понимается под сегментацией рынка образовательных услуг и с какой целью она проводится? 9. Назовите потребителей программы MBA. 10. Дайте определение позиционированию программы MBA.	
6.	Планирование маркетинга образовательных услуг	1. Каковы основные направления маркетинговых исследований в образовании? 2. В чем суть комплексного подхода к исследованию ситуации на рынке образовательных услуг? 3. Какие методы экспертных оценок вам известны? Область их применения. 4. Каковы основные этапы процесса маркетинговых исследований? 5. Перечислите методы ситуационного анализа. 6. Каковы основные методы сбора информации? 7. Какие типы экспериментов вам известны? 8. Раскройте содержание основных методов прогнозирования. 9. Как можно рассчитать стоимость обучения для различных слоев (классов) населения? 10. Какие методы прогнозирования используются при проведении маркетингового исследования? 11. Перечислите достоинства и недостатки известных вам методов прогнозирования? 12. Раскройте понятие маркетинговой среды. Из каких трех видов она состоит? 13. Какие факторы включает внешняя маркетинговая среда? 14. Назовите факторы среды окружения образовательного учреждения. Каким методом они могут быть выявлены?	У ПР

7.	Анализ и прогноз рынка образовательных услуг	1. Система профессионального образования. 2. Классификация образовательных программ. 3. Реализация программ высшего образования. 4. Дополнительное профессиональное образование. 5. Создание бизнес-образования в России. 6. Становление и развитие программы МВА в РФ. 7. Экономические модели спроса и предложения на рынке МВА.	У ПР
8.	Разработка маркетингового комплекса. Управление маркетингом	1. Какие виды маркетингового контроля существуют? 2. В чем заключается суть рейтинг-обзора эффективности маркетинга? 3. Назовите пять основных показаний маркетинговой ориентации учебных заведений 4. Каковы особенности маркетинговой ревизии? 5. Что может быть отнесено к важнейшим компонентам маркетинговой ревизии? 6. Каковы этапы и конечные цели маркетинговой ревизии?	У ПР
9.	Финансовые аспекты маркетинга образовательных услуг	1. Дайте определение пяти уровням рынка с точки зрения его емкости. Объясните связь между ними. 2. Что такое общий рыночный спрос? 3. От чего зависит общий рыночный спрос? 4. Как Вы думаете, в периоды экономических спадов число потребителей растет или понижается? 5. Всегда ли рост расходов на развитие рынка способствует росту спроса на образовательную услугу? 6. Что собой представляет цепочечный метод оценки предполагаемого спроса на образовательную услугу? 7. Что такое первичный и вторичный рынки учебного заведения? 8. Какие факторы влияют на будущий спрос на образовательные услуги? 9. Каковы способы осуществления прогноза будущего спроса? 10. Чем отличается товарно-дифференцированный маркетинг от целевого? 11. Какие преимущества обеспечивает целевой маркетинг? 12. Назовите возможные варианты потребительских предпочтений. 13. Перечислите основные факторы, лежащие в основе сегментации рынка частных потребителей и раскройте их смысл.	У ПР

		14. Назовите факторы сегментирования рынка организаций. 15. По каким критериям оценивается эффективность проведенного сегментирования? 16. Какому виду стратегии отдают предпочтение учебные заведения в начале своей деятельности? 17. Перечислите факторы, делающие сегмент или рынок привлекательным для всех учебных заведений. 18. Охарактеризуйте признаки учебного заведения, делающие успешной его деятельность на любом из выбранных им рынков.	

Примечание: У – устный опрос, ПР – практическая работа.

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены учебным планом.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в образовании»

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
7 СЕМЕСТР		
1	Подготовка к устному опросу, тестированию, практическая работа по теме: Менеджмент знаний в сфере образования	1. Цибульникова, В.Е. Основы менеджмента в образовании : учебно-методический комплекс дисциплины / В.Е. Цибульникова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический университет», Факультет педагогики и психологии, Кафедра педагогики и психологии профессионального образования имени академика РАО В.А. Сластёнина. - Москва : МПГУ, 2016 - 92 с. : ил. - Библиогр.: с. 52-55. - ISBN 978-5-4263-0399-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=469572. 2.Курочкин, В.Н. Финансовый менеджмент в отрасли образования : учебное пособие / В.Н. Курочкин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 473 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-0442-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272961
2	Подготовка к устному опросу, тестированию,	1. Цибульникова, В.Е. Основы менеджмента в образовании : учебно-методический комплекс дисциплины / В.Е. Цибульникова ;

	практическая работа по теме: Практика управления образовательным процессом	Министерство образования и науки Российской Федерации, государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический университет», Факультет педагогики и психологии, Кафедра педагогики и психологии профессионального образования имени академика РАО В.А. Сластёнина. - Москва : МПГУ, 2016 - 92 с. : ил. - Библиогр.: с. 52-55. - ISBN 978-5-4263-0399-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=469572. 2.Курочкин, В.Н. Финансовый менеджмент в отрасли образования : учебное пособие / В.Н. Курочкин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 473 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-0442-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272961
3	Подготовка к устному опросу, тестированию, практическая работа по теме: Тенденции развития профессионального образования за рубежом	1. Цибульникова, В.Е. Основы менеджмента в образовании : учебно-методический комплекс дисциплины / В.Е. Цибульникова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический университет», Факультет педагогики и психологии, Кафедра педагогики и психологии профессионального образования имени академика РАО В.А. Сластёнина. - Москва : МПГУ, 2016 - 92 с. : ил. - Библиогр.: с. 52-55. - ISBN 978-5-4263-0399-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=469572. 2.Курочкин, В.Н. Финансовый менеджмент в отрасли образования : учебное пособие / В.Н. Курочкин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 473 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-0442-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272961
4	Подготовка к устному опросу, тестированию, практическая работа по теме: Необходимость изучения маркетинга в сфере образования	1. Цибульникова, В.Е. Основы менеджмента в образовании : учебно-методический комплекс дисциплины / В.Е. Цибульникова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический университет», Факультет педагогики и психологии, Кафедра педагогики и психологии профессионального образования имени академика РАО В.А. Сластёнина. - Москва : МПГУ, 2016 - 92 с. : ил. - Библиогр.: с. 52-55. - ISBN 978-5-4263-0399-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=469572. 2.Курочкин, В.Н. Финансовый менеджмент в отрасли образования : учебное пособие / В.Н. Курочкин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 473 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-0442-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272961
5	Подготовка к устному опросу, тестированию, практическая работа по теме: Маркетинговые исследования рынка	1. Цибульникова, В.Е. Основы менеджмента в образовании : учебно-методический комплекс дисциплины / В.Е. Цибульникова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический университет», Факультет педагогики и психологии, Кафедра педагогики и психологии

	образовательных услуг	профессионального образования имени академика РАО В.А. Сластёнина. - Москва : МПГУ, 2016 - 92 с. : ил. - Библиогр.: с. 52-55. - ISBN 978-5-4263-0399-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=469572. 2.Курочкин, В.Н. Финансовый менеджмент в отрасли образования : учебное пособие / В.Н. Курочкин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 473 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-0442-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272961
6	Подготовка к устному опросу, тестированию, практическая работа по теме: Планирование маркетинга образовательных услуг	1. Цибульникова, В.Е. Основы менеджмента в образовании : учебно-методический комплекс дисциплины / В.Е. Цибульникова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический университет», Факультет педагогики и психологии, Кафедра педагогики и психологии профессионального образования имени академика РАО В.А. Сластёнина. - Москва : МПГУ, 2016 - 92 с. : ил. - Библиогр.: с. 52-55. - ISBN 978-5-4263-0399-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=469572. 2.Курочкин, В.Н. Финансовый менеджмент в отрасли образования : учебное пособие / В.Н. Курочкин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 473 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-0442-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272961
7	Подготовка к устному опросу, тестированию, практическая работа по теме: Анализ и прогноз рынка образовательных услуг	1. Цибульникова, В.Е. Основы менеджмента в образовании : учебно-методический комплекс дисциплины / В.Е. Цибульникова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический университет», Факультет педагогики и психологии, Кафедра педагогики и психологии профессионального образования имени академика РАО В.А. Сластёнина. - Москва : МПГУ, 2016 - 92 с. : ил. - Библиогр.: с. 52-55. - ISBN 978-5-4263-0399-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=469572. 2.Курочкин, В.Н. Финансовый менеджмент в отрасли образования : учебное пособие / В.Н. Курочкин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 473 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-0442-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272961
8	Подготовка к устному опросу, тестированию, практическая работа по теме: Разработка маркетингового комплекса. Управление маркетингом	1. Цибульникова, В.Е. Основы менеджмента в образовании : учебно-методический комплекс дисциплины / В.Е. Цибульникова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический университет», Факультет педагогики и психологии, Кафедра педагогики и психологии профессионального образования имени академика РАО В.А. Сластёнина. - Москва : МПГУ, 2016 - 92 с. : ил. - Библиогр.: с. 52-55. - ISBN 978-5-4263-0399-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=469572. 2.Курочкин, В.Н. Финансовый менеджмент в отрасли образования : учебное пособие / В.Н. Курочкин. - Москва ;

		Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 473 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-0442-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272961
9	Подготовка к устному опросу, тестированию, практическая работа по теме: Финансовые аспекты маркетинга образовательных услуг	1. Цибульникова, В.Е. Основы менеджмента в образовании : учебно-методический комплекс дисциплины / В.Е. Цибульникова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический университет», Факультет педагогики и психологии, Кафедра педагогики и психологии профессионального образования имени академика РАО В.А. Сластёнина. - Москва : МПГУ, 2016 - 92 с. : ил. - Библиогр.: с. 52-55. - ISBN 978-5-4263-0399-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=469572. 2.Курочкин, В.Н. Финансовый менеджмент в отрасли образования : учебное пособие / В.Н. Курочкин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 473 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-0442-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272961

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,
– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,
– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,
– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки «Педагогическое образование», в программе дисциплины «Менеджмент и маркетинг в образовании» предусмотрено использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, разбор конкретных экономических ситуаций (кейс-технологии), учебные дискуссии, технологии кооперативного обучения, проектирования, развития критического мышления. Эти технологии в сочетании с внеаудиторной работой решают задачи формирования и развития профессиональных умений и навыков обучающихся, как основы профессиональной компетентности в сфере образования.

Для изучения лекционного материала дисциплины «Менеджмент и маркетинг в образовании» применяются аудиовизуальные (мультимедийные) технологии, которые не отрицают традиционные, проверенные временем методы преподавания, но, при этом, они повышают наглядность, информативность, оперативность в подаче информации, позволяют экономить время занятий.

Практикум включает девять практических занятий. Каждое практическое занятие

имеет свою особую форму проведения, свою методологическую специфику, что позволяет развивать у студентов различные как общекультурные, так и профессиональные компетенции. Постановка проблемы, разбор актуальных конкретных и гипотетических ситуаций, создание атмосферы диалога между преподавателем и группой, между докладчиками и оппонентами позволяет работать индивидуально и в малых группах, коллективно обсуждать определенный темами практик материал, а также инициировать самостоятельную работу студентов. При осмыслении содержания вопросов практик преследуется цель соблюдать преемственность в профессиональном и в творческом развитии студентов.

Контроль самостоятельной работы студентов призван сделать процесс обучения более целостным и органичным. Его задача не оставить без внимания даже, на первый взгляд, малозначительные вопросы.

3.1 Образовательные технологии при проведении лекций

№	Тема	Виды применяемых образовательных технологий	Кол. Час/Интеракт. Часов*
1	2	3	4
7 СЕМЕСТР			
1	Менеджмент знаний в сфере образования	Мультимедийная технология, проблемное обучение	2
2	Практика управления образовательным процессом	Мультимедийная технология, проблемное обучение	2/2*
3	Тенденции развития профессионального образования за рубежом	Мультимедийная технология, проблемное обучение	2
4	Необходимость изучения маркетинга в сфере образования	Мультимедийная технология, проблемное обучение	2
5	Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг	Мультимедийная технология, проблемное обучение	2/2*
6	Планирование маркетинга образовательных услуг	Мультимедийная технология, проблемное обучение	2
7	Анализ и прогноз рынка образовательных услуг	Мультимедийная технология, проблемное обучение	4
8	Разработка маркетингового комплекса. Управление маркетингом	Мультимедийная технология, проблемное обучение	2
9	Финансовые аспекты маркетинга образовательных услуг	Мультимедийная технология, проблемное обучение	2
Итого по курсу			20
в том числе интерактивное обучение*			4*

3.2.Образовательные технологии при проведении практических занятий

№	Тема	Виды применяемых	Кол.

		образовательных технологий	Час/Интеракт. часов
1	2	3	4
7 СЕМЕСТР			
1	Менеджмент знаний в сфере образования	Кейс-технологии, проблемное обучение	2
2	Практика управления образовательным процессом	Кейс-технологии проблемное обучение	4/2*
3	Тенденции развития профессионального образования за рубежом	Решение ситуационных заданий, проблемное обучение	4
4	Необходимость изучения маркетинга в сфере образования	Решение ситуационных заданий, проблемное обучение	2
5	Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг	Решение ситуационных заданий, проблемное обучение	4/2*
6	Планирование маркетинга образовательных услуг	Решение ситуационных заданий, проблемное обучение	2/2*
7	Анализ и прогноз рынка образовательных услуг	Кейс-технологии проблемное обучение	4/2*
8	Разработка маркетингового комплекса. Управление маркетингом	Решение ситуационных заданий, проблемное обучение	4/2*
9	Финансовые аспекты маркетинга образовательных услуг	Решение ситуационных заданий, проблемное обучение	4/2*
		Итого по курсу	30
		в том числе интерактивное обучение*	12*

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

Рейтинговая система оценки текущей успеваемости студентов

№	Наименование раздела	Виды оцениваемых работ	Максимальное кол-во баллов
1	2	3	4
7 семестр			
1	Менеджмент знаний в сфере образования	Тестирование Практическая работа Устный (письменный) опрос	2 2 2
2	Практика управления образовательным процессом	Тестирование Практическая работа Устный (письменный) опрос	2 2 3
3	Тенденции развития профессионального	Тестирование Практическая работа	2 2

	образования за рубежом	Устный (письменный) опрос	3
4	Необходимость изучения маркетинга в сфере образования	Тестирование Практическая работа Устный (письменный) опрос	2 2 2
5	Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг	Тестирование Практическая работа Устный (письменный) опрос	2 2 3
6	Планирование маркетинга образовательных услуг	Тестирование Практическая работа Устный (письменный) опрос	2 2 3
7	Анализ и прогноз рынка образовательных услуг	Тестирование Практическая работа Устный (письменный) опрос	2 2 3
8	Разработка маркетингового комплекса. Управление маркетингом	Тестирование Практическая работа Устный (письменный) опрос	2 2 3
9	Финансовые аспекты маркетинга образовательных услуг	Тестирование Практическая работа Устный (письменный) опрос	2 2 2
		Компьютерное тестирование (внутрисеместровая аттестация)	40
ВСЕГО			100

4.1.1 Примерные вопросы для устного опроса

1. В чем заключается сущность понятия менеджмент знаний?
2. Определить главные составляющие структуры менеджмента знаний.
3. Дать характеристику основным составляющим интеллектуального капитала.
4. Дать характеристику знаний процессуального блока содержания образования.
5. Исторический менеджмент как фундамент для будущего менеджмента знаний.
6. Эволюция развития управленческой мысли: основные школы и подходы к управлению.
7. Человеческий фактор в эволюции управленческой мысли.
8. Проанализировать становление теории и практики управления в сфере образования в России и за рубежом.
9. Доказать, что менеджмент в образовании является видом отраслевого менеджмента.
10. Дать несколько определений менеджмента отдельных видов деятельности.
11. Предложите свой вариант содержания и сущности видов менеджмента, удобный для практического использования.
12. Дать понятие стратегического менеджмента.
13. Составить таблицу сравнения внутрифирменного и стратегического управления.
14. Чем вызвана необходимость маркетинговой ориентации учебных заведений?
15. Почему некоторые руководители возражают против маркетинговой ориентации?
16. Дайте развёрнутое определение маркетинга образовательных услуг?
17. Как можно отличить не реагирующее на рынок учреждение от маркетингового ориентированного?
18. В чём отличие потребности от нужды, потребности от спроса?
19. В чём смысл обсуждения условий обмена?
20. Поясните структуру маркетинговой среды
21. Что такое имидж учебного заведения? Чем он отличается от мнения, отношения, стереотипа?
22. С какой целью создаётся служба маркетинга?
23. Каковы её функции?
24. Какими способами выявляются маркетинговые проблемы?

25. Каковы основные компоненты информационной системы маркетинга?
26. раскройте основные стадии процесса маркетингового исследования?
27. В чём отличие обзорного исследования от экспериментального?

4.1.2 Примерные тестовые задания для внутрисеместровой аттестации

1. Как классифицируется детерминированное планирование:

1. По принципу временной ориентации.
2. По горизонту планирования.
3. По степени неопределенности информации.

2. К каким ограничениям возможности планирования относятся издержки планирования:

1. Объективным.
2. Субъективным.

3. Какой тип планирования основан на стремлении не менять естественный ход развития:

1. Реактивное планирование.
2. Преактивное планирование.
3. Инактивное планирование.

4. Как называется схема организации планирования «снизу-вверх»:

1. Централизованное.
2. Демократическое.
3. Децентрализованное.

5. Планирование, формирующееся в полностью предсказуемой среде, называется:

1. Детерминированное.
2. Стохастическое.
3. Целевое.

6. Планирование, основанное на будущих изменениях:

Инактивное.

Преактивное.

Интерактивное.

7. Что понимается в экономике под планированием:

Планирование – систематическая работа по подготовке планов производства продукции (оказанию услуг) с учетом управления рентабельностью.

Планирование – систематическая подготовка принятия решений о целях, средствах и действиях путем целенаправленной сравнительной оценки различных альтернативных действий в ожидаемых условиях.

Планирование – системный подход в организации производства, включающий планирование объема производства продукции с учетом ее ассортимента, планирование издержек производства и прибыли.

8. Какие этапы включают в себя процесс планирования:

1. Выработку общих целей предприятия, детализацию и конкретизацию целей для определенного этапа развития предприятия, определение путей, экономических и других средств достижения этих целей, контроль за достижением целей.
2. Определение общей стратегии развития производства, выработку ассортиментной политики, определение издержек производства, планирование прибыльности, рентабельности.

3. Планирование объемов производства с учетом ассортиментной политики, планирование издержек производства и реализации продукции, планирование безубыточности работы предприятия.

9. По каким критериям классифицируется планирование:

1. По степени охвата; по содержанию планирования; по предмету планирования; по сферам планирования; по срокам; по возможности изменения планов; по структуре управления.
2. По отраслевому, предметному планированию; по срокам; по аспектам; по сферам рынка.
3. По срокам; по отраслям; по ассортименту продукции; по продукту; по функциям фирмы; по структуре управления.

10. С чем связано возрастание роли планирования:

1. Государство больше времени уделяет развитию субъектов рынка.
2. Концентрацией и интернационализацией капитала.
3. Необходимостью изучения внешней среды: экономической, социально – политической, научно – технической.

11. В каких функциях проявляется сущность планирования:

1. Выработка целей предприятия.
2. Определение путей и средств достижения целей.
3. Корректировка плановых заданий.
4. Разработка миссии предприятия.

12. Чем отличается директивное планирование от индикативного:

1. Носит обязательный характер.
2. Не носит обязательный характер.
3. Чрезмерной детализацией.

13. Чем отличается административно – командное планирование от рыночного:

1. Существованием теневого рынка.
2. Не учитывается индивидуальный характер потребностей.
3. Невозможно полностью обеспечить потребности покупателей (дефицит)

14. Какие преимущества обеспечивает планирование на предприятии:

1. Полная мобилизация всех сил и средств на выполнение плана.
2. Проясняет возникающие проблемы и риски.
3. Способствует более рациональному распределению и использованию ресурсов.
4. Обеспечивает безусловное выполнение всех задач.

15. Что такое «непрерывность» планирования:

1. Цель.
2. Задача.
3. Принцип.

4.1.3 Примерные задания для самостоятельной работы студентов

Задание 1

Подготовка сообщений на тему: «Теория и практика компетентностного подхода в системе общего образования».

Подготовка сообщений на базе имеющихся публикаций (литература для самообразования, блок 4).

Подготовка сообщений на базе опроса учителей.

Подготовка сообщений на базе опроса руководителей школ и методистов.

Задание 2

Подготовка сообщений на тему:

«Цели уроков разных учителей».

Данные сообщения могут быть подготовлены на основе сопоставления реальной

целенаправленности уроков разных учителей.

Варианты сопоставлений:

1) уроки по одной и той же теме у разных учителей;
2) уроки по разным предметам в одном и том же классе;
3) уроки по какому – либо предмету на разных ступенях школьного
4) образования;
5) уроки по предметам, которые существенно отличаются содержанием (например, физкультура и математика);
6) уроки по какому – либо предмету у молодого учителя и учителя с
7) большим стажем.

Задание 3

Проработайте теоретическую часть и определите для вашего учебного заведения критерии качества образования. Результат представьте в табличной форме, основываясь на методике государственной аккредитации Минобрнауки России.

Групповые критерии	*Качественные и количественные критерии*
Профессорско-преподавательский состав	
Учебно-методическое обеспечение	
Материально-техническая база	
Интеллектуальный потенциал	
Студенты	
Выпускники	

Назовите критерии и их численные значения, которые вы бы рекомендовали для вашего учебного заведения при прохождении им государственной аккредитации в органе управления образованием. Проранжируйте выбранные критерии по важности.

Интегральные показатели качества образования

Ранг важности	*Критерий*
1	
2	
3	
4	
5	

Задание 4.

Доработка аналитических справок по результатам обсуждения.

Какие разделы справки оказались наиболее удачными? Какие разделы и справки требуют доработки? Почему? Каким образом можно осуществить такую доработку?

Задание 5.

Подготовка сообщений на тему: «Теория и практика компетентностного подхода в системе общего образования».

Подготовка сообщений на базе имеющихся публикаций (литература для самообразования, блок 4).

Подготовка сообщений на базе опроса учителей.

Подготовка сообщений на базе опроса руководителей школ и методистов.

Задание 6

(выполняется письменно)

Сообщения на тему: «Теория и практика компетентностного подхода в системе общего образования»

1.Определение адреса, цели и критериев оценки сообщений. Обсуждение сообщений.

2.Основные вопросы: что понимается под компетентностным подходом? К решению каких задач в сфере образования применим данный подход? Почему возникает необходимость в данном подходе? Означает ли реализация компетентностного подхода отказ от каких – то других подходов?

Задание 7

Подготовка сообщений на тему: «Роль образовательных стандартов в изменении качества образования» (по материалам рецензии О.Е. Лебедева на книгу В.К. Загвоздкина «Теория и практика применения стандартов в образовании»).

Задание 8

Разработайте для вашего образовательного учреждения систему маркетинга по форме таблицы. В этой форме покажите знание теории и практическую реализацию основ маркетинга в вашей организации.

Система маркетинга образовательного учреждения

Элементы маркетинга	*Краткая характеристика*
Товары и услуги	
Обмен и сделки	
Виды рынков	
Отношения участников рынков	
Концепции маркетинга	
Маркетинговые исследования	
Маркетинговая среда	
Маркетинговые коммуникации	
Поведение потребителей	
Управление маркетингом	

Задание 9

Сделайте диагностический анализ вашей программы MBA (если нет, то любой другой программы дополнительного профессионального образования), использую схему комплекса маркетинга по программе MBA. Для этого цветными фломастерами отметьте на копии схемы существенные свойства:

1. зеленым - элементы маркетинга присутствуют как обязательные;
2. желтым - элементы маркетинга четко не проявляются (50:50)
3. красным - элементы маркетинга отсутствуют

Затем заполните прилагаемую таблицу.

Диагностика маркетинга

Элементы маркетинга	*Диагностика состояния отдельных характеристик в вашем образовательном учреждении*	*Методические рекомендации и предложения по совершенствованию комплекса маркетинга*
Товар, услуга		
Цена		
Методы продвижения		
Каналы распространения		
Люди		
Материальные свидетельства		
Процесс		

Задание 10

Проведите маркетинговое исследование услуг вашего образовательного учреждения по форме таблицы. В этой форме покажите знание теории и практическую реализацию маркетинговых исследований в вашей организации.

План маркетингового исследования

Наименование этапа исследования	Содержание этапа исследования
1. Разработка концепции исследования 1.1. Определение целей 1.2. Постановка основных задач 1.3. Формирование рабочей гипотезы	

исследования	
2. Отбор источников информации 2.1. Вторичная маркетинговая информация 2.2. Первичная маркетинговая информация	
3. Сбор и обработка информации	
4. Анализ информации, разработка выводов и рекомендаций	
5. Составление прогноза	
6. Период проведения исследования	

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Студенты обязаны сдать зачёт в соответствии с расписанием и учебным планом.

Зачёт по дисциплине преследует цель оценить сформированность требуемых компетенций, работу студента за курс, получение теоретических знаний, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение применять полученные знания для решения практических задач.

Зачёт по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в образовании» принимаются в тестовой форме по фондам оценочных средств, утверждённых кафедрой. Если студент по результатам теста правильно выполняет 50 и более процентов заданий, то зачёт считается сданным.

Оценка «зачтено» выставляется, если студент:

– раскрыл содержание материала в области, предусмотренной программой;

– изложил материал грамотным языком в определенной логической последовательности, точно использовал терминологию;

– выполнил рисунки, чертежи, графики, использовал наглядные пособия, соответствующие ответу

– показал умения иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами из практики;

– продемонстрировал усвоение изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость знаний.

Оценка «не зачтено» выставляется, если:

– не раскрыто основное содержание учебного методического материала;

– обнаружено незнание и непонимание студентом большей или наиболее важной части дисциплины;

– допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, в рисунках, чертежах, в использовании и применении наглядных пособий, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов преподавателя;

– допущены ошибки в освещении основополагающих вопросов дисциплины.

Вопросы на зачёт

1. Сущность этапов организации платных дополнительных образовательных услуг.
2. Платные дополнительные услуги ОУ.
3. Нарушения в организации дополнительных платных услуг
4. Виды цен в ценообразовании образовательных услуг
5. Факторы, влияющие на изменение цены ОУ
6. Цели ценовой политики ОУ
7. Методы ценообразования ОУ

8. Установление цен на образовательные услуги.
9. Права потребителя при обнаружении недостатков образовательных услуг
10. Проблемы защиты прав потребителей ОУ в России
11. Судебная практика по защите прав потребителей образовательных услуг
12. Сущность и особенности маркетинга в сфере образования.
13. Субъекты и объекты маркетинга ОУ, их функции.
14. Проблемное содержание и функции маркетинга ОУ.
15. Понятие и структура окружающей маркетинговой среды.
16. Понятие и содержание сегментации рынка.
17. Виды и особенности рынков ОУ по группам потребителей.
18. Виды и особенности рынков ОУ по параметрам ОУ.
19. Виды и особенности рынков ОУ по конкурентам.
20. Критерии оценки и выбора сегментов рынка ОУ.
21. Продвижение ОУ на рынке: реклама на образовательном рынке
22. Продвижение ОУ на рынке: связи с общественностью
23. Продвижение ОУ на рынке: личные контакты и продажи.
24. Оценка эффективности рекламы ОУ
25. Менеджмент в сфере образования
26. Уровни менеджеров образовательного учреждения
27. Понятия «рынок высшего образования» и «образовательная услуга», их особенности.
28. Производство и потребление образовательных услуг
29. Конкуренция в сфере образования
30. Сравнительная характеристика конкурирующих образовательных систем на мировом рынке.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в образовании»

5.1 Основная литература:

1. Цибульникова, В.Е. Основы менеджмента в образовании : учебно-методический комплекс дисциплины / В.Е. Цибульникова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический университет», Факультет педагогики и психологии, Кафедра педагогики и психологии профессионального образования имени академика РАО В.А. Сластёнина. - Москва : МПГУ, 2016 - 92 с. : ил. - Библиогр.: с. 52-55. - ISBN 978-5-4263-0399-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=469572.

2. Курочкин, В.Н. Финансовый менеджмент в отрасли образования : учебное пособие / В.Н. Курочкин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 473 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-0442-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272961

3. Герчикова, И.Н. Менеджмент: практикум : учебное пособие / И.Н. Герчикова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 799 с. : табл., граф., схемы - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00889-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php? page=book&id=115014

5.2 Дополнительная литература:

1. Маркетинг персонала : практикум / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет» ; авт.-сост. С.Н. Калюгина, И.П. Савченко и др. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 127 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459089.

2. Красина, Ф.А. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ф.А. Красина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). - 2-е изд., доп. - Томск : Эль Контент, 2015. - 126 с. : схем., табл. - Библиогр.: с. 112. - ISBN 978-5-4332-0250-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480760

3. Починкин, А.В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие / А.В. Починкин. - Москва : Спорт, 2017. - 385 с. : ил. - Библиогр.: с. 368-371. - ISBN 978-5-906839-55-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454524

4. Эриашвили, Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 302 с. - ISBN 978-5-238-01485-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436699

5. Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 550 с. : табл., схем. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02746-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450722

5.3. Периодические издания:

1 Вопросы экономики. – URL: http://dlib.eastview.com/browse/publication/6645/udb/4

2 Регион: экономика и социология. – URL: https://dlib.eastview.com/browse/publication/59606/udb/2250.

3 Проблемы экономики, финансов и управления производством. – URL: https://e.lanbook.com/journal/2240#journal_name; https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=28572

4 Управление корпоративными финансами. – URL: https://grebennikon.ru/journal-13.html.

5 ЭКО. Всероссийский экономический журнал. – URL: https://dlib.eastview.com/browse/publication/7025/udb/4.

6 Экономика и математические методы. – URL: http://dlib.eastview.com/browse/publication/499/udb/4.

7 Экономика образования. – URL: https://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1435788.

8 Экономическое развитие России. – URL: http://dlib.eastview.com/ browse/publication/64218/udb/4.

9 Бухгалтер и закон. – URL: https://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1529602.

10 Просроченная задолженность по заработной плате. – URL: https://dlib.eastview.com/browse/publication/38251/udb/1650.

11 Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – URL: https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=38342.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в образовании»

1. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» [учебные, научные здания, первоисточники, художественные произведения различных издательств; журналы; мультимедийная коллекция: аудиокниги, аудиофайлы, видеокурсы, интерактивные курсы, экспресс-подготовка к экзаменам, презентации, тесты, карты, онлайн-энциклопедии, словари] : сайт. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red.

2. ЭБС издательства «Лань» [учебные, научные издания, первоисточники, художественные произведения различных издательств; журналы] : сайт. – URL: http://e.lanbook.com.

3. ЭБС «Юрайт» [раздел «ВАША ПОДПИСКА: Филиал КубГУ (г. Славянск-на-Кубани): учебники и учебные пособия издательства «Юрайт»] : сайт. – URL: https://www.biblio-online.ru/catalog/E121B99F-E5ED-430E-A737-37D3A9E6DBFB.

4. Научная электронная библиотека. Монографии, изданные в издательстве Российской Академии Естествознания [полнотекстовый ресурс свободного доступа] : сайт. – URL: https://www.monographies.ru/.

5. Научная электронная библиотека статей и публикаций «eLibrary.ru» : российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины, образования [5600 журналов, в открытом доступе – 4800] : сайт. – URL: http://elibrary.ru.

6. Базы данных компании «Ист Вью» [раздел: Периодические издания (на рус. яз.) включает коллекции: Издания по общественным и гуманитарным наукам; Издания по педагогике и образованию; Издания по информационным технологиям; Статистические издания России и стран СНГ] : сайт. – URL: http://dlib.eastview.com.

7. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [научные журналы в полнотекстовом формате свободного доступа] : сайт. – URL: http://cyberleninka.ru.

8. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральная информационная система свободного доступа к интегральному каталогу образовательных интернет-ресурсов и к электронной библиотеке учебно-методических материалов для всех уровней образования: дошкольное, общее, среднее профессиональное, высшее, дополнительное : сайт. – URL: http://window.edu.ru.

9. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов [для общего, среднего профессионального, дополнительного образования; полнотекстовый ресурс свободного доступа] : сайт. – URL: http://fcior.edu.ru.

10. Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации [полнотекстовый ресурс свободного доступа] : сайт. – URL: http://publication.pravo.gov.ru.

11. Энциклопедиум [Энциклопедии. Словари. Справочники : полнотекстовый ресурс свободного доступа] // ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» : сайт. – URL: http://enc.biblioclub.ru/.

12. Электронный каталог Кубанского государственного университета и филиалов. – URL: http://212.192.134.46/MegaPro/Web/Home/About.

13. Электронная библиотека «Grebennikon» [раздел: Журналы (на рус. яз.) по экономике и менеджменту] : сайт. – URL: http://grebennikon.ru/journal.php.

14. Архив научных журналов на платформе НП «Национальный электронно-информационный консорциум» [журналы издательств: Annual Reviews, Cambridge university press, Oxford university press, Royal Society of Chemistry, Sage publications, Taylor&Francis, Wiley и др.] : сайт. – URL: http://archive.neicon.ru/xmlui.

15. Электронные мультидисциплинарные базы данных компании «EBSCO Publishing» [в основном – журналы (на англ. яз.) по экономике, экологии, компьютерным наукам, инженерии, физике, химии, языкам и лингвистике, искусству и литературе, медицинским наукам, этническим исследованиям и др.] : сайт. – URL: http://search.ebscohost.com/.

16. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов [для преподавания и изучения учебных дисциплин начального общего, основного общего и среднего (полного) общего образования; полнотекстовый ресурс свободного доступа] : сайт. – URL: http://school-collection.edu.ru.

17. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) : сайт. – URL: http://www.uisrussia.msu.ru/.

18. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки [авторефераты – в свободном доступе] : сайт. – URL: http://diss.rsl.ru/.

19. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [на базе Российской государственной библиотеки] : сайт. – URL: http://xn—90ax2c.xn--p1ai/.

20. Научная педагогическая электронная библиотека (НПЭБ) [сетевая информационно-поисковая система Российской академии образования, многофункциональный полнотекстовый ресурс свободного доступа] : сайт. – URL: http://elib.gnpbu.ru.

21. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» : сайт. – URL: http://www.consultant.ru.

22. Федеральный центр образовательного законодательства : сайт. – URL: http://www.lexed.ru/.

23. Словарь финансовых и юридических терминов [полнотекстовый ресурс свободного доступа] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система : сайт. – URL: http://www.consultant.ru/law/ref/ju_dict.

24. Scopus : международная реферативная и справочная база данных цитирования рецензируемой литературы [научные журналы, книги и материалы конференций] (интерфейс – русскоязычный) : сайт. – URL: https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic.

25. Web of Sciense (WoS, ISI) : международная аналитическая база данных научного цитирования [журнальные статьи, материалы конференций] (интерфейс – русскоязычный, публикации – на англ. яз.) : сайт. – URL: http://webofknowledge.com.

26. Clarivate Analytics : информационно-аналитический портал [раздел "Онлайн-семинары", доступ к наукометрической базе данных "Web of Science"] (интерфейс – русскоязычный, публикации – на англ. яз.) : сайт. – URL: http://info.clarivate.com/rcis

27. Academia : видеолекции ученых России на телеканале «Россия К» : сайт. – URL: http://tvkultura.ru/brand/show/brand_id/20898/.

28. Лекториум : видеоколлекции академических лекций вузов России : сайт. – URL: https://www.lektorium.tv.

7. Методические указания для студентов по освоению дисциплины «Менеджмент и маркетинг в образовании»

На самостоятельную работу студентов по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в образовании» отводится около 70% учебного времени от ее общей трудоемкости (125,8 часов). Сопровождение самостоятельной работы студентов организуется в следующих формах:

1. согласование индивидуальных планов (виды и типы заданий, сроки представления результатов) самостоятельной работы в пределах времени, отводимого на самостоятельную работу;
2. индивидуальные и групповые консультации, в том числе с применением «виртуальной консультационной площадки»;
3. промежуточный контроль хода выполнения заданий, строящихся на основе различных способов самостоятельной информационной деятельности в открытой информационной среде и отражающегося в процессе формирования электронного портфолио студента;

Преподаватель определяет содержание самостоятельной работы, график её выполнения, создаёт информационную и коммуникационную среду для организации самостоятельной работы. Для этого разрабатывается необходимое учебно-методическое обеспечение (учебно-методический комплекс дисциплины), в том числе в электронном виде. В процессе организации самостоятельной работы особое внимание уделяется не только развитию информационной культуры, но и формированию готовности к кооперации, к работе в коллективе, в сетевом пространстве, для чего целесообразно стимулировать студентов к совместной деятельности в малых группах.

В процессе изучения курса предусмотрены следующие **виды самостоятельной работы студентов:**

1) проработка и осмысление лекционного материала (изучение материалов по конспектам лекций);

2) работа с учебной литературой (учебниками и учебными пособиями из списков основной и дополнительной литературы), рекомендуемой для обязательного изучения курса и с научной литературой, необходимой для его углубленного изучения: подбор, изучение, анализ и конспектирование. Залогом успешного освоения курса «Менеджмент и маркетинг в образовании» является активная самостоятельная работа студентов с официальными статистическими данными планирования организаций, на основе которых у студентов появится возможность составить реальную картину развития деятельности менеджмента и маркетинга в системе образовательных услуг;

3) самостоятельная проработка ряда тем и вопросов, предусмотренных программой курса, но не раскрытых полностью на лекциях;

4) составление терминологического словаря по предложенной преподавателем теме;

5) составление каталога Интернет-ресурсов по теме;

6) выполнение письменных самостоятельных (контрольных) работ;

7) составление планов семинарских занятий и разработка вспомогательных учебно-методических материалов к ним;

8) подготовка презентаций;

9) самостоятельное компьютерное тестирование;

10) написание рефератов (темы прилагаются) или эссе;

11) подготовка докладов или сообщений (темы прилагаются) для различных форм семинарских занятий (проблемных обсуждений, устных журналов, дискуссий, семинаров-конференций);

12) различного вида участия в выставках или конкурсах студенческих научных работ по тематике, связанной с предметом;

13) подготовка докладов (тезисов) для научных студенческих конференций;

14) написание научных статей в сборник материалов, ежегодно издаваемый по итогам Недели науки или иные сборники материалов научных конференций.

В процессе организации самостоятельной работы особое внимание уделяется формированию культуры работы с информационными источниками, приобретению навыков принятия правильного решения, а также формированию готовности к кооперации, работе в коллективе. Для этого некоторые семинарские занятия разбиваются на малые группы (3-5 студентов). При подготовке к практическим занятиям студентам нужно не только ознакомиться с теоретическим материалом по теме занятия, изучить методические рекомендации по выполнению домашней самостоятельной работы, но наметить совместный план работы. После выполнения самостоятельной аудиторной работы студенты в составе малой группы осуществляют обработку полученных результатов и проводят их анализ, делают выводы.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в образовании»

8.1 Перечень информационных технологий

1 Компьютерное тестирование по итогам изучения разделов дисциплины.

2 Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

3 Использование электронных презентаций при проведении лекционных и практических занятий.

4 Поисковая работа с использованием сети Интернет

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения

1. Офисный пакет приложений «Apache OpenOffice»
2. Приложение позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов «Adobe Acrobat Reader DC»
3. Программы, демонстрации видео материалов (проигрыватель) «WindowsMediaPlayer».
4. Программа просмотра интернет контента (браузер) «Google Chrome»
5. Офисный пакет приложений «LibreOffice»
6. Программа файловый архиватор «7-zip»
7. Двухпанельный файловый менеджер «FreeCommander»
8. Программа просмотра интернет контента (браузер) «Mozilla Firefox»

8.3 Перечень информационных справочных систем:

Официальная Россия. Сервер органов государственной власти Российской Федерации. – URL: http://www.gov.ru.

Справочно-правовая система «Консультант Плюс» : сайт. – URL: http://www.consultant.ru.

Федеральный центр образовательного законодательства : сайт. – URL: http://www.lexed.ru.

Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. – URL: http://www.fgosvo.ru.

Научная электронная библиотека статей и публикаций «eLibrary.ru» : российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины, образования [база данных Российского индекса научного цитирования] : сайт. – URL: http://elibrary.ru.

Scopus : международная реферативная и справочная база данных цитирования рецензируемой литературы [научные журналы, книги, материалы конференций] (интерфейс – русскоязычный, публикации – на англ. яз.) : сайт. – URL: https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic.

Web of Sciense (WoS, ISI) : международная аналитическая база данных научного цитирования [журнальные статьи, материалы конференций] (интерфейс – русскоязычный, публикации – на англ. яз.) : сайт. – URL: http://webofknowledge.com.

Энциклопедиум [Энциклопедии. Словари. Справочники : полнотекстовый ресурс свободного доступа] // ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» : сайт. – URL: http://enc.biblioclub.ru/.

Словарь финансовых и юридических терминов [полнотекстовый ресурс свободного доступа] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система : сайт. – URL: http://www.consultant.ru/law/ref/ju_dict.

Электронный каталог Кубанского государственного университета и филиалов. – URL: http://212.192.134.46/MegaPro/Web/Home/About.

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в образовании»

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины и оснащенность
1	Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО)
2	Семинарские занятия	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО)
3	Групповые (индивидуальные) консультации	Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО)

4	Текущий контроль (текущая аттестация)	Учебная аудитория для проведения текущего контроля, оснащенный персональными ЭВМ и соответствующим программным обеспечением (ПО)
5	Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду филиала университета. Читальный зал библиотеки филиала.