

АННОТАЦИЯ

Дисциплины Б1.В.04 Маркетинг образовательных услуг

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы, 108 часов. Из них аудиторной нагрузки – 16,3 часов, самостоятельная работа студентов – 83 часа, ИКР – 0,3 часа. Заочная форма обучения. Форма контроля – экзамен.

Целью изучения дисциплины Б1.В.04 «Маркетинг образовательных услуг» является формирование у магистрантов комплекса профессиональных компетенций в области теории маркетинга и применения маркетинговых инструментов в управлении образовательными услугами.

Задачи дисциплины:

1. Приобретение знаний методологических, теоретических и технологических основ маркетинга в современной образовательной системе.
2. Развитие управленческого мышления.
3. Приобретение комплекса умений и навыков осуществления творческого подхода к маркетингу в современных условиях.
4. Знакомство с технологией маркетинга в образовании, с методами анализа, прогнозирования, оптимизации и обоснования маркетинговой модели в образовательном учреждении.
5. Приобретение практических навыков в разработке маркетинговых мероприятий и оценке их социально-экономической эффективности.

Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Маркетинг образовательных услуг» относится к вариативной части Блок 1 учебного плана.

Данный курс содержательно опирается на предметную область таких общетеоретических дисциплин как «Философия образования и науки», «Методология и методы организации научного исследования», «Культурно-исторический и деятельностный подходы в психологии и образовании» и на основные положения общепрофессиональных дисциплин.

Для успешного освоения дисциплины магистрант должен иметь базовую подготовку по общепедагогическим дисциплинам.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций (ПК-9; ПК-53)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-9	Способность консультировать педагогических работников, обучающихся по вопросам оптимизации образовательной деятельности	направления и методы оптимизации образовательной среды; приемы и правила консультационной деятельности	разрабатывать психолого-педагогические рекомендации по оптимизации образовательной среды для работников системы образования	опытом консультационной деятельности; опытом анализа образовательной среды
2.	ПК-53	Способность разработать концепцию и программу развития образовательной организации на	основные закономерности и принципы разработки концепции и программы	проводить маркетинговое исследование в области рынка образовательных услуг	основными методами и техниками маркетингового исследования в области рынка

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		основе маркетингового исследования в области рынка образовательных услуг	развития образовательной организации		образовательных услуг

Основные разделы дисциплины:
(для студентов ЗФО)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Концепция маркетинга образовательных услуг	36	2	4	-	26
2.	Маркетинговые стратегии развития образовательного учреждения	36	2	4	-	28
3.	Комплекс маркетинговых коммуникаций и продвижения	36	-	4		29
	<i>Итого по дисциплине:</i>	108	4	12	-	83

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Асаул А.Н. Управление высшим учебным заведением в условиях инновационной экономики: учебное пособие / А.Н. Асаул, Б.М. Капаров. – Электрон. дан. – Санкт-Петербург: АНО Институт проблем экономического возрождения, 2015. – 262 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/41072>.

2. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.В. Карпова [и др.]; под ред. С.В. Карповой. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 457 с. – (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-00354-3. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50-0CDE3679FB4B.

3. Чернопяттов А.М. Маркетинг в образовании. Marketing in education: учебно-методическое пособие / А.М. Чернопяттов. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 278 с.: ил., табл. – Библиогр.: с. 265-273. – ISBN 978-5-4475-9559-3; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482564>.

Автор РПД _____ О.В. Гребенников