

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет педагогики, психологии и коммуникативистики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Иванов А.Г.

Протокол №11, от 30.06.2017г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.04 Маркетинг образовательных услуг

Направление подготовки/специальность: 44.04.02. Психолого-педагогическое образование

Направление/специализация: «Управление образовательными учреждениями»

Программа подготовки: академическая

Форма обучения: заочная

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг образовательных услуг» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 44.04.02 «Психолого-педагогическое образование» (степень магистр) и на основании учебного плана ООП подготовки магистров по профилю «Управление образовательными учреждениями».

Программу составил(и):
Гребенников Олег Владимирович,
кандидат педагогических наук, доцент


_____ *подпись*

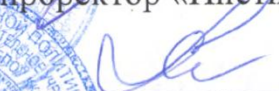
Рабочая программа дисциплины «Маркетинг образовательных услуг» утверждена на заседании кафедры педагогики и психологии ФППК КубГУ. Протокол № 19 «8» июня 2017г.
Заведующий кафедрой (разработчика):
Гребенникова В.М.


_____ *подпись*

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета педагогики, психологии и коммуникативистики. Протокол № 11 «21» июня 2017г.
Председатель УМК факультета:
Гребенникова В.М.


_____ *подпись*

Рецензенты:


_____ Симанкова А.А., доктор псих. наук, профессор, первый проректор «Института современных технологий и экономики» г. Краснодара;
_____ Решетняк О.В., кандидат пед. наук, директор ГБПОУ КК «Краснодарский педагогический колледж».

1. Цели и задачи дисциплины.

1.1. Цель освоения дисциплины.

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.

1.2 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.

1.3 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.

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

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 основе	основные закономерности и принципы разработки концепции и программы развития	проводить маркетинговое исследование в области рынка образовательных услуг	основными методами и техниками маркетингового исследования в области рынка образовательных

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

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 ЗФО)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)				
		9	10	11	12	13
Аудиторные занятия (всего):	16,3			8	8,3	
В том числе:						
Занятия лекционного типа	4			4	-	
Лабораторные занятия	-					
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	12			4	8	
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)	8,7				8,7	
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				0,3	
Самостоятельная работа (всего)	83			28	55	
В том числе:						
Проработка учебного (теоретического) материала	33			8	25	
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	16			6	10	
Реферат	8			4	4	
Подготовка к текущему контролю	26			10	16	
Контроль:						
Промежуточная аттестация (экзамен)	экзамен				экзамен	

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 11,12 семестрах.

(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	36	2	4	-	26

	услуг					
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

Примечание: Л – 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
1.	Концепция маркетинга образовательных услуг	Субъекты маркетинга образовательных услуг, их функции. Объекты маркетинга в образовании. Проблемное содержание и функции маркетинга образовательных услуг	Защита эссе, рефератов. Доклад с презентацией
2.	Маркетинговые стратегии развития образовательного учреждения	Понятие и структура окружающей маркетинговой среды. Компоненты российской окружающей маркетинговой среды. Воздействие компонентов окружающей маркетинговой среды на конъюнктуру рынка образовательных услуг. Внутренняя и внешняя маркетинговая среда ОУ. Анализ образовательной среды, выбор целевых групп и маркетинговой стратегии ОУ	Защита эссе, рефератов. Коллоквиум

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Концепция маркетинга образовательных услуг	Маркетинг как философия субъектов рынка. Принципы маркетинга и управления маркетинговой деятельностью на рынке образовательных услуг. Методы маркетинга и проведение исследований. Реклама на рынке образовательных услуг и формирование имиджа учебного заведения	Защита эссе, рефератов. Доклад с презентацией
2.	Маркетинговые стратегии развития образовательного учреждения	Критерии классификации и виды стратегий. Содержание стратегии маркетинга образовательных услуг. Формирование вариантов стратегии образовательных услуг.	Защита эссе, рефератов. Коллоквиум

		Механизмы оценки, отбора и оптимизации вариантов стратегии образовательных услуг	
3.	Комплекс маркетинговых коммуникаций и продвижения	Содержание и практика коммуникаций на рынке образовательных услуг. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Составляющие процесса коммуникации на рынке. Особенности и требования современной рекламы. Специфические черты и перспективы рекламы на российском рынке. Элементы технологии и коллоквиум организации рекламы образовательных услуг	

2.3.3 Лабораторные занятия – не предусмотрены.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов) – не предусмотрена.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Подготовка эссе, реферата	Методические указания по организации самостоятельной работы, утвержденные кафедрой педагогики и психологии, протокол № 15 «18» апреля 2016г.
2.	Подготовка конспектов, презентаций	Методические рекомендации по реализации интерактивных образовательных технологий в вузе: методическое пособие. г. Краснодар, Издательско-полиграфический центр КубГУ, 2014, 73 с., п/л 4,4, Тираж: 100.
3.	Подготовка к текущему контролю	Методические указания по организации самостоятельной работы, утвержденные кафедрой педагогики и психологии, протокол № 15 «18» апреля 2016г.

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 ходе лекционных занятий применяются элементы интерактивных технологий, когда студенты становятся активными участниками занятия, вступая в диалог с ведущим преподавателем, могут по его поручению освещать (на основе проведенных исследований и научной работы) отдельные вопросы темы, комментировать их, давать альтернативную интерпретацию.

В ходе практических занятий в программе данного курса предусмотрено использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: разбор конкретных педагогических ситуаций (кейс-технологии), учебные дискуссии, развития критического мышления, элементов деловых и ролевых игр, рефлексивные технологии.

В ходе изучения дисциплины используются такие формы организации занятий как, решение проблемных ситуаций, анализ примеров из педагогической практики, диалоги и элементы дискуссий, выполнение индивидуальных заданий, подготовка эссе, разработка методик и опрос участников практического педагогического процесса, выполнение творческих заданий, позволяющих максимально реализовать творческий потенциал студенчества. Эти технологии в сочетании с внеаудиторной работой позволяют решать задачи формирования и развития профессиональных умений и навыков обучающихся как основы профессиональной компетентности в сфере образования.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

В ходе текущего контроля оцениваются промежуточные результаты освоения дисциплины. Для этого используются устный опрос, тестирование, мониторинг образовательной деятельности, осуществляемый через учет активности студентов в аудитории и в участии в семинарских занятиях.

Текущий контроль осуществляется в ходе семинарских занятий, коллоквиумов, коллективных обсуждений изучаемой проблематики, при разборе практических задач и кейсов. Компетенции в области распознавания и интерпретации дидактико-методических явлений формируются в ходе освоения магистрами теоретических вопросов дисциплины. Инструментальные компетенции связаны с проведением практических занятий и самостоятельной работы студентов.

Темы рефератов, эссе, докладов с компьютерной презентацией:

1. Проблема маркетинга в образовании и в истории отечественной педагогики.
2. Пути и средства решения проблемы маркетинга в образовании.
3. Понятийно-терминологический аппарат проблемы маркетинга в образовании.
4. Эволюция идеи маркетинга в отечественной педагогике.
5. Концепции маркетинга в образовании.
6. Функции маркетинга в образовании. Принципы маркетинга в образовании.
7. Образовательная организация, ее основные функции.
8. Ресурсы и потенциал образовательной организации.
9. Образовательная услуга как товар.
10. Типология маркетинга.
11. Маркетинговая среда образовательного учреждения и ее составляющие.
12. Специфика маркетинговых исследований.
13. Методы и средства маркетинговых исследований.
14. Управление маркетинговой деятельностью образовательного учреждения.

15. Инструменты маркетинга в управлении развитием образовательного учреждения.
16. Формирование имиджа образовательного учреждения на рынке услуг.
17. Правила и принципы маркетингового управления.
18. Показатели эффективности развития образовательного учреждения на рынке услуг.

Вопросы коллоквиума:

1. Маркетинговая среда образовательного учреждения (ОУ) и маркетинговые стратегии развития организации.
2. Понятие и структура окружающей маркетинговой среды.
3. Компоненты российской окружающей маркетинговой среды.
4. Воздействие компонентов окружающей маркетинговой среды на конъюнктуру рынка образовательных услуг.
5. Политическая правовая окружающая среда. Экономическая среда окружающая. Социокультурная и морально-этическая окружающая среда.
6. Содержание и практика коммуникаций на рынке образовательных услуг.
7. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.
8. Составляющие процесса коммуникации на рынке.
9. Особенности и требования современной рекламы.
10. Специфические черты и перспективы рекламы на российском рынке.
11. Элементы технологии и организации рекламы образовательных услуг.

Перечень примерных контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы:

1. Становление теории и практики маркетинга.
2. Этика современной маркетинговой деятельности.
3. Состояние и направления развития маркетинга высшего образования.
4. Организация маркетинговой службы в системе высшего образования.
5. Определение запросов потребителей образовательной сферы.
6. Практика целевого маркетинга в образовании.
7. Маркетинговая коммуникация в системе высшего образования.
8. Реклама: сущность, функции, технологии.
9. Перспективы публичных отношений в образовании.
10. Результативность маркетинговой деятельности высшего образовательного учреждения.

Оценка качества усвоения знаний по дисциплине в процессе текущего контроля проводится по накопительной системе баллов в устной и письменной форме при выполнении практических заданий индивидуального и группового характера и предполагает:

- оценку активности участия и результативности работы в процессе всех видов контроля и выполнения практических заданий;
- оценку выполнения творческих практических заданий в соответствии с критериями ФОС.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

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.

Форма экзаменационного билета:

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Направление подготовки 44.04.02 «Психолого-педагогическое образование»
Направленность (профиль) «Управление образовательными учреждениями»
Кафедра педагогики и психологии
2017 – 2018 учебный год

ДИСЦИПЛИНА

«Маркетинг образовательных услуг»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Проблема маркетинга в образовании в истории отечественной педагогики.
2. Образовательная услуга как товар.

Зав. кафедрой _____ **В.М. Гребенникова**

Вопросы к экзамену:

1. Проблема маркетинга в образовании в истории отечественной педагогики.
2. Пути и средства решения проблемы маркетинга в образовании.
3. Понятийно-терминологический аппарат проблемы маркетинга в образовании.
4. Эволюция идеи маркетинга в отечественной педагогике.
5. Концепции маркетинга в образовании.
6. Функции маркетинга в образовании. Принципы маркетинга в образовании.
7. Образовательная организация, ее основные функции.
8. Ресурсы и потенциал образовательной организации.
9. Образовательная услуга как товар.
10. Методология SWOT – анализа.
11. Типология маркетинга.
12. Маркетинговая среда образовательного учреждения и ее составляющие.
13. Специфика маркетинговых исследований.
14. Методы и средства маркетинговых исследований.

15. Управление маркетинговой деятельностью образовательного учреждения.
16. Инструменты маркетинга в управлении развитием образовательного учреждения.
17. Формирование имиджа образовательного учреждения на рынке услуг.
18. Правила и принципы маркетингового управления.
19. Показатели эффективности развития образовательного учреждения на рынке услуг.
20. Субъекты маркетинга образовательных услуг, их функции.
21. Объекты маркетинга в образовании.
22. Проблемное содержание и функции маркетинга образовательных услуг.
23. Маркетинг как философия субъектов рынка.
24. Принципы маркетинга и управления маркетинговой деятельностью на рынке образовательных услуг.
25. Методы маркетинга и проведение исследований.
26. Понятие и структура окружающей маркетинговой среды.
27. Компоненты российской окружающей маркетинговой среды.
28. Воздействие компонентов окружающей маркетинговой среды на конъюнктуру рынка образовательных услуг.
29. Политическая правовая окружающая среда.
30. Экономическая среда окружающая.
31. Социокультурная и морально-этическая окружающая среда.
32. Понятие и содержание сегментации рынка.
33. Виды и особенности рынка образовательных услуг по группам потребителей.
34. Рынок конечных потребительских услуг.
35. Сегментация по параметрам образовательных услуг.
36. Сегментация рынка образовательных услуг по конкурентам.
37. Разновидности конкурентов на рынке образовательных услуг.
38. Назначение и виды стратегии маркетинга образовательных услуг.
39. Назначение и проблемы стратегии маркетинга для образовательных учреждений.
40. Финансовые и маркетинговые цели образовательных учреждений.
41. Критерии классификации и виды стратегий.
42. Содержание стратегии маркетинга образовательных услуг.
43. Формирование вариантов стратегии образовательных услуг.
44. Механизмы оценки, отбора и оптимизации вариантов стратегии образовательных услуг.
45. Содержание и практика коммуникаций на рынке образовательных услуг.
46. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.
47. Составляющие процесса коммуникации на рынке.
48. Особенности и требования современной рекламы.
49. Специфические черты и перспективы рекламы на российском рынке.
50. Элементы технологии и организации рекламы образовательных услуг.
51. Организация и управление маркетингом в образовательном учреждении.

Критерии оценки ответа на экзамене:

Оценка «отлично» выставляется магистранту, если выступление (доклад) отличается последовательностью, логикой изложения. Легко воспринимается аудиторией. При ответе на вопросы выступающий (докладчик) демонстрирует глубину владения представленным материалом. Ответы формулируются аргументировано, обосновывается собственная позиция в проблемных ситуациях.

Оценка «хорошо» выставляется магистранту, если выступление (доклад) отличается последовательностью, логикой изложения. Но обоснование сделанных выводов недостаточно аргументировано. Неполно раскрыто содержание проблемы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется магистранту, если выступающий (докладчик) передает содержание проблемы, но не демонстрирует умение выделять главное, существенное. Выступление воспринимается аудиторией сложно.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется магистранту, если выступление (доклад) краткий, неглубокий, поверхностный.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

5.1 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. Чернопятав А.М. Маркетинг в образовании. Marketing in education: учебно-методическое пособие / А.М. Чернопятав. – 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>.

5.2 Дополнительная литература:

1. Орехов В.И. Антикризисное управление [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.И. Орехов, К.В. Балдин, Т.Р. Орехова. – 2-е изд., испр. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 268 с. – <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=951284>.

2. Богатырев В.А. Информационные системы и технологии. Теория надежности: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В.А. Богатырев. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 318 с. – (Серия: Бакалавр и магистр. Модуль.). – ISBN 978-5-534-00475-5. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/601E5D18-A5CB-4301-87C7-5A4D76899EEB.

3. Васильева В.М. Государственная политика и управление: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.М. Васильева, Е.А. Колеснева, И.А. Иншаков. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 441 с. – (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-04621-2. – Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/21D77492-3C7C-4863-9605-538CBB12A52A.

4. Воронков Ю.С. История и методология науки: учебник для бакалавриата и магистратуры / Ю.С. Воронков, А.Н. Медведь, Ж.В. Уманская. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 489 с. – (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-00348-2. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/494E0F46-5D39-4AB1-9850-D8F1E6734B38.

5. Золотарева А.В. Управление образовательной организацией. Развитие учреждения дополнительного образования детей: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / А.В. Золотарева. – 2-е изд., пер. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 286 с. – (Серия: Университеты России). – ISBN 978-5-534-05590-0. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/C5856A54-C7CF-4704-A5BB-2DF6BBFD7EA1.

6. Ибрагимов Г.И. Теория обучения [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.И. Ибрагимов, Е.М. Ибрагимова, Т.М. Андрианова. – Электрон. дан. – Москва: Владос, 2011. – 383 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/2971>.

7. Инновационные процессы в образовании. Тьюторство в 2 ч. Часть 1: учебное пособие для вузов / С.А. Щенников [и др.]; под ред. С.А. Щенникова, А.Г. Теслинова, А.Г.

Чернявской. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 188 с. – (Серия: Образовательный процесс). – ISBN 978-5-534-06308-0. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/71C75408-2360-454B-9D54-99078146FECC.

8. Крулехт М.В. Методология и методы психолого-педагогических исследований. Практикум: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / М.В. Крулехт. – 2-е изд., пер. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 195 с. – (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-05461-3. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/AAD88C09-8638-47FB-A70A-4B96AA1D1443.

9. Психология и педагогика высшей школы: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / ред. Охременко И.В. – М.: Юрайт, 2015. – 178 с. – <https://www.biblio-online.ru/viewer/4C593AA0-372D-4C16-B29B-018D2293A9F2#page/2>.

10. Фокин Ю.Г. Теория и технология обучения. Деятельностный подход: учебное пособие для вузов / Ю.Г. Фокин. – 4-е изд., пер. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 241 с. – (Серия: Образовательный процесс). – ISBN 978-5-534-05712-6. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/53DBBC0F-102E-41E4-8B96-3ACAABC3AB90.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.3 Периодические издания:

1. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» <http://www.mavriz.ru/>
2. Журнал «Управление образованием: теория и практика» https://elibrary.ru/title_about.asp?id=37515
3. Журнал «Информационные технологии» https://elibrary.ru/title_about.asp?id=8742
4. Педагогика <http://pedagogika-rao.ru/>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. Единая коллекция Цифровых образовательных ресурсов: – <http://school-collection.edu.ru>.
2. Педагогическая библиотека – <http://www.pedlib.ru/>.
3. Педагогическая сеть с мультимедийными возможностями: – www.metodisty.ru.
4. Социальная сеть работников образования: – www.nsportal.ru/nachalnaya-shkola/informatika.
5. Сайт Института развития личности РАО: – <http://www.ipd.ru/>.
6. Требования ФГОС: – www.standart.edu.ru/catalog.aspx.
7. Хронобус: системы для информатизации административной деятельности образовательных учреждений – <http://www.chronobus.ru>.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

По курсу предусмотрено проведение лекционных занятий, практических занятий, на которых дается основной систематизированный материал. В процессе работы на лекциях магистрант знакомится с разделами курса, основными направлениями в организации самостоятельной работы. При подготовке к семинарам и коллоквиумам магистрант изучает первоисточники методистов и научные труды по проблемам высшего образования, учиться выделять главное и второстепенное, сравнивает различные подходы к обучению по современным УМК, устанавливает связи между развитием различных отраслей науки.

Освоение данной учебной дисциплины предполагает следующие формы работы: лекции; практические занятия (анализ программ, учебников, других пособий, разработка учебных материалов для учащихся, проектирование уроков и пр.); семинарские занятия

(изучение основных методических трудов); самостоятельную работу студентов (чтение литературы, рекомендуемой в лекциях; изучение вопросов, не освещавшихся в лекциях, на основе рекомендованных материалов и личных наблюдений; подготовка к практическим и семинарским занятиям и т.п.).

Проблемная лекция – это лекция, содержащая проблемные ситуации, раскрывающие противоречия в научной информации или в психологической и педагогической практике, не имеющие готового способа разрешения. В лекции не только излагается содержание изучаемого раздела, но и демонстрируется логика его критического интерпретирования (формируется критическая компетентность: умение находить проблему и её источники, осознавать возможность или невозможность разрешения посредством наличного знания, доказательно аргументировать свою точку зрения).

В ходе текущей и промежуточной аттестации магистранты выполняют следующие задания для самостоятельной работы:

Доклад с компьютерной презентацией – форма контроля, на которой магистрант использует одновременно две формы обучения: самостоятельную подготовку к научному сообщению (докладу) по конкретной теме, его устное осуществление и мультимедийную презентацию содержания излагаемой информации (визуализация текста). Обучающийся распределяет информацию в соответствии с целями и задачами её изложения, определяет его логику, выделяет в качестве сложного материала ключевые идеи с опорой на контекст. Основное содержание слайдов состоит из аудиовизуального ряда, функция которого обратить внимание на смыслы, связи и закономерности.

Коллоквиум – средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.

Важнейшим этапом курса является самостоятельная работа по дисциплине. В ходе самостоятельной работы магистрант расширяет знания, развивает познавательные способности. Он получает возможность углублять и обновлять свои знания, выбирая тему сообщения по каждому изученному разделу, пишет рефераты, формулируя методическую проблему. При предъявлении и обсуждении результатов самостоятельной работы, выполненных к текущему занятию в срок, совершенствуются его речевые и ораторские умения.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

8.1 Перечень информационных технологий:

- проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты;
- использование электронных презентаций при проведении практических занятий.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

1. Операционная система MS Windows.
2. Интегрированное офисное приложение MSOffice.
3. Программное обеспечение для организации управляемого коллективного и безопасного доступа в Интернет.

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Электронный каталог Научной библиотеки КубГУ «Информ-система».
2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE».
3. Электронная библиотечная система издательства «Лань».
4. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM».
5. Коллекция журналов издательства Elsevier на портале ScienceDirect.
6. Scopus – мультидисциплинарная реферативная база данных.
7. Web of Science (WoS) – база данных научного цитирования.
8. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников».
9. Научная электронная библиотека (НЭБ).
10. Базы данных компании «Ист Вью».
11. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия).
12. Электронная Библиотека Диссертаций.
13. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда.
14. Электронная библиотечная система «РУКОНТ».
15. База информационных потребностей Куб ГУ.
16. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>).
17. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>).

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО)
2.	Семинарские занятия	Специальное помещение, оснащенное презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО)
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО)
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета