

Аннотация по дисциплине
Б1.В.ДВ.06.01 Маркетинг образовательных услуг
Направление 45.04.01 Филология
Направленность (профиль) Кросс-культурная коммуникация в международной академической среде

Объем трудоемкости для студентов ОФО: 2 зачетные единицы (24 часа , из них – 24,2 часов контактных: лекционных 12 ч., практических 12 ч.; 48 часов самостоятельной работы; ИКР – 0,2 часа)

Цель дисциплины: формирования у магистрантов целостного представления об особенностях, структуре, целях и основных направлениях маркетинговой деятельности образовательных учреждений. Объектом изучения дисциплины являются образовательные услуги с точки зрения их особенностей как товара и сами образовательные учреждения как производители образовательных услуг и как объект маркетинговой деятельности

Задачи дисциплины:

1. Создание комплексного представления об особенностях маркетинговой деятельности образовательного учреждения.
2. Формирование навыков анализа ситуации на рынке образовательных услуг
3. Формирование умений принятия решений с учетом состояния окружающей маркетинговой среды образовательного учреждения.
4. Формирование навыков формулировки и внедрения маркетинговых стратегий в области продвижения образовательного учреждения.
5. Формирование умений создания и стратегического продвижения бренда образовательного учреждения

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.01 «Маркетинг образовательных услуг» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Данная дисциплина находится в логической взаимосвязи с другими дисциплинами ООП и предполагает, что магистранты уже обладают основными навыками и знаниями по ряду взаимосвязанных с этой дисциплиной предметов. Для её освоения необходимы знания и умения, приобретённые в процессе изучения следующих дисциплин: «Российские вузы в международном образовательном пространстве», «Основные направления международной образовательной деятельности», «Международный рынок образовательных услуг».

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-13 *Способностью рационально использовать материальные, нематериальные и финансовые ресурсы для образовательной деятельности, выполнения научных исследований, и проектных разработок в соответствии с направленностью (профилем) магистерской программы.*

ПК-15 *Способностью организовывать работу профессионального коллектива, поддерживать эффективные взаимоотношения в профессиональном коллективе, обеспечивать безопасные условия труда*

Содержание компетенции (или)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны
-------------------------------------	--

её части)			
	Знать	Уметь	Владеть
ПК-13 Способностью рационально использовать материальные, нематериальные и финансовые ресурсы для образовательной деятельности, выполнения научных исследований, и проектных разработок в соответствии с направленностью (профилем) магистерской программы.	Условия трансформации ресурсов ОУ в устойчивые конкурентные преимущества; характеристики образовательных учреждений по типу стратегического конкурентного инновационного поведения	Выстраивать структурную схему VRIO-анализа; уметь использовать различные инструменты анализа ресурсной концепции для комплексной оценки деятельности и формирования эффективной стратегии развития образовательного учреждения	Навыками определения ключевых ресурсов образовательного учреждения, методикой VRIO-анализа для определения ценности и эффективности использования ресурсов образовательного учреждения;
ПК-15 Способностью организовывать работу профессионального коллектива, поддерживать эффективные взаимоотношения в профессиональном коллективе, обеспечивать безопасные условия труда	Знать основные организационные процессы в сфере образования; основные типы траекторий развития образовательных учреждений; способы продвижения образовательных услуг	Выделять наиболее эффективные инструменты для продвижения образовательных продуктов и услуг; разрабатывать стратегию продвижения образовательных продуктов на рынок; осуществлять позиционирования образовательного учреждения	Навыками анализа маркетинговой среды образовательного учреждения, навыками формирования эффективной стратегии маркетинга образовательного учреждения, навыками создания бренда образовательного учреждения

Содержание и структура дисциплины (модуля)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7

1.	Понятие маркетинга образовательных услуг. Маркетинговая среда образовательного учреждения и ее анализ	12	2	2		8
2.	Определение ценности ресурсов и построение маркетинговой стратегии образовательного учреждения	16	4	2		10
3.	Продвижение образовательных учреждений на рынок	14	2	2		10
4.	Инновационные стратегии образовательных учреждений	12	2	2		8
5.	Бренд образовательного учреждения и его позиционирование	18	2	4		12
	<i>Итого по дисциплине:</i>	72	12	12		48

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены.*

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Кайдашова, А.К. Маркетинг профессиональных образовательных услуг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.К. Кайдашова. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2015. — 99 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/72652>
2. Калинина, С.В. Система менеджмента качества образовательных услуг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.В. Калинина. — Электрон. дан. — Москва : УМЦ ЖДТ, 2010. — 228 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/35793>.
3. Кузьмина, Е. Маркетинг образовательных услуг [Текст] : учебное пособие для магистров / Е. Е. Кузьмина . - М. : Юрайт, 2012. - 330 с. : ил. - (Магистр). - Библиогр. : с. 304-307

Автор д.э.н., проф. каф. ГПГУ Терешина М.В.