

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.О.07.02 МОДУЛЬ "ЛИДЕРСТВА И  
АДМИНИСТРИРОВАНИЯ В ОБРАЗОВАНИИ"

Маркетинг образовательных услуг

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

44.03.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль)

44.03.01.31 Тьютор

Форма обучения

заочная

Год набора

2022

Красноярск 2022

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили \_\_\_\_\_

PhD, Доцент, Седых Т.В.,

\_\_\_\_\_  
должность, инициалы, фамилия

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью изучения дисциплины является ознакомление студентов с основами маркетинга в сфере образования, специфическими особенностями управления маркетинговой деятельностью на рынке образовательных услуг и продуктов, получение представления об организации эффективных маркетинговых коммуникаций и продвижения соответствующих услуг и продуктов.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

- общее ознакомление студентов с основами маркетинга и организацией маркетинговой деятельности в образовательном учреждении, с содержанием ключевых концепций маркетинга;
- ознакомление с концепцией маркетинга образовательных услуг, спецификой маркетинговой среды и сегментации рынка образовательных услуг и продуктов в России и за рубежом;
- ознакомление с терминологией в сфере маркетинга (понятия «маркетинговая среда», «маркетинговая коммуникация», «рынок образовательных услуг» и др.);
- общее ознакомление с особенностями коммуникаций на рынке образовательных услуг, стратегиями маркетинга образовательных услуг, основами ценнообразования на образовательные услуги и продукты;
- проектирование стратегии продвижения конкретной образовательной услуги или продукта на региональном или российском рынке образовательных услуг;
- проектирование маркетинговой стратегии конкретного образовательного учреждения (или отдельного подразделения).

### 1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
<b>ОПК-1 : Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики</b>	
ОПК-1 .1: Способен выбирать основные правовые документы, регламентирующие профессиональную деятельность педагога	

ОПК-1 .2: Применяет содержание основных правовых документов, регламентирующих профессиональную	
деятельность педагога, для анализа содержания и методов обучения, воспитания и развития обучающихся	
ОПК-1 .3: Применяет нормы профессиональной этики при реализации педагогической деятельности с участниками образовательных отношений	

#### **1.4 Особенности реализации дисциплины**

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=21569>.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	Семестр					
		1	2	3	4	5	6

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
<b>1. Маркетинг: основные понятия, принципы, концепции</b>									
	1. Сущность, принципы и функции маркетинга. Особенности маркетинга услуг	2							
	2. Маркетинг как экономическая категория и как философия субъектов рынка.			2					
	3. Сущность и назначение маркетинговой информации.			2					
<b>2. Сущность и особенности маркетинга образовательных услуг. Состояние и основные тенденции развития образования в</b>									
	1. Концепция маркетинга образовательных услуг. Окружающая маркетинговая среда образовательной организации	2							
	2. Образовательная услуга. Особенности маркетинга образовательных услуг.			2					
	3. Рынок образовательных услуг. Сегментация международного и российского рынка образовательных услуг.			2					
<b>3. Управление маркетинговой деятельностью на рынке образовательных услуг и продуктов</b>									

1. Управление маркетингом. Комплекс маркетинговых коммуникаций	2							
2. Рынок образовательных услуг. Сегментация международного и российского рынка образовательных услуг.			2					
3. Разработка стратегии маркетинга для образовательного учреждения.			4					
4. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций			2					
5.							41	
Всего	6		16				41	

#### **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

**4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):**

**4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

#### **5 Фонд оценочных средств**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

**6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**