

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)

44.03.01.32 Педагогический дизайн цифровой образовательной среды

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
ОПК-1 : Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики	
ОПК-1 .1: Знает основные правовые документы, регламентирующие профессиональную деятельность педагога основного и среднего общего образования	

ОПК-1 .2: Умеет применять содержание основных правовых документов, регламентирующие	
профессиональную деятельность педагога основного и среднего общего образования, для анализа содержания и методов обучения, воспитания и развития обучающихся	
ОПК-1 .3: Умеет применять содержание основных правовых документов, регламентирующие профессиональную деятельность педагога основного и среднего общего образования, для анализа содержания и методов обучения, воспитания и развития обучающихся	

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)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.							
				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
1. Маркетинг: основные понятия, принципы, концепции											
		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					
2. Сущность и особенности маркетинга образовательных услуг. Состояние и основные тенденции развития образования в											
		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					
3. Управление маркетинговой деятельностью на рынке образовательных услуг и продуктов											

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)