

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Факультет педагогики и психологии

Кафедра дошкольного, специального образования и педагогического менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

✓ Декан факультета педагогики
и психологии к.п.н., доцент



(подпись)

Васильева Л.И.

« 24 » 09

2024 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине:

Б1.В.05 МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

на 2025/2026 учебный год

Направление подготовки:

6.44.04.02 Психолого-педагогическое образование

Профиль подготовки

Менеджмент в образовании

квалификация (степень) выпускника

Магистр

Форма обучения: заочная

ГОД НАБОРА: 2023

Тирасполь 2024 г.

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг образовательных услуг» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта ВО по направлению подготовки 44.04.02 – Психолого-педагогическое образование и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) магистерской программе «Менеджмент в образовании».

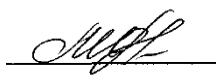
Составитель рабочей программы:

к.п.н., доцент.  Э.А. Музенитова

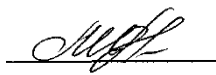
Рабочая программа утверждена на заседании кафедры ДСО и ПМ

«03» сентября 2024 г. протокол № 1

Зав. кафедры-разработчика

«03» сентября 2024 г.  Марачковская О.Л.

Зав. выпускающей кафедрой

«03» сентября 2024 г.  Марачковская О.Л.

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Целями освоения дисциплины «Маркетинг образовательных услуг» является формирование теоретических основ маркетинговой деятельности в образовании, анализа рынка, проектирование целевых сегментов, продукции и услуг, путей ценообразования и продвижения применительно к сфере образования.

Задачами освоения дисциплины являются:

- овладение основными понятиями маркетинга и спецификой его в образовании;
- освоение этапов управления маркетинговой деятельностью в организации образования;
- формирование навыков анализа, проектирования, разработки маркетинговых объектов в образовании;
- освоение технологий реализации рыночных механизмов в системе образования.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг образовательных услуг» относится к обязательной части учебного плана по программе магистратуры направление Психолого-педагогическое образование, магистерская программа «Менеджмент в образовании».

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучения дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

Категория (группа) компетенции	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
<i>Универсальные компетенции и индикаторы их достижения</i>		
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИД УК-1.1. Знает: методы критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода; основные принципы критического анализа; способы поиска вариантов решения поставленной проблемной ситуации. ИД УК-1.2. Умеет: анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними; осуществлять поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации; определять стратегию достижения поставленной цели как последовательности шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности. ИД УК-1.3. Владет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и определения стратегии действий для достижения поставленной цели.
<i>Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения</i>		
Построение воспитывающей образовательной среды	ПК-4 способен к изучению состояния и потенциала управляемой системы на основе	ИД-1 ПК-4 Знает: - историю и современные условия внедрения основных подходов к управлению образовательными системами; - основные методы стратегического и оперативного анализа состояния образовательной и административно-хозяйственной деятельности ОО, кадрового состава ОО;

	комплекса методов стратегического и оперативного анализа и использованию технологии принятия управленческих решений в образовательных организациях разного вида и уровня;	- методы и приемы координации различных видов деятельности, а также деятельности субъектов образовательного процесса в ОО, нормативные требования к нему. ИД-2 пк-4 Умеет: - грамотно координировать различные виды деятельности, а также деятельность субъектов образовательного процесса в ДОО; - создавать условия для эффективного руководства всеми видами деятельности ОО, для поощрения и стимулирования творческой инициативы работников в условиях инновационной деятельности; - использовать индивидуальные и групповые технологии принятия решений в управлении организацией, осуществляющей образовательную деятельность. ИД-3 пк-4 Владеет: - инструментарием для обеспечения системной образовательной и административно-хозяйственной деятельности ОО, работы с кадрами; - опытом координации различных видов деятельности, а также деятельности всех субъектов образовательного процесса в ОО;
--	---	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по семестрам:

Семестр	Количество часов						Форма итогового контроля
	Трудоемк ость, з.е./часы	В том числе					
		Аудиторных				Самост. работы	
		Всего	Лекций	Лаб. раб.	Практич. зан		
5	3/108	10	2	-	8	94	Зачет с оценкой
Итого:	3/108	10	2	-	8	94	4

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Форма обучения	№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
			Всего	Аудиторная работа			Сам раб.
				Л	ПЗ	ЛР	
з\о	1	Раздел 1. Маркетинг как направление управленческой деятельности. Становление маркетинга. Основные понятия. Специфика маркетинга услуг. Маркетинг системы образования. Этапы маркетинговой деятельности.	12	2	-	-	10

Форма обучения	№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
			Всего	Аудиторная работа			Сам раб.
				Л	ПЗ	ЛР	
	2	Раздел 2. Система маркетинговой информации и проведение маркетинговых исследований в организации образования (ОО). Система маркетинговой информации ОО. Организация маркетинговых исследований в ОО.	4	-	2	-	-
	3	Раздел 3. Маркетинговая среда ОО. Факторы маркетинговой макро- и микросреды ОО. Конкурентная позиция ОО на рынке образовательных услуг. Покупательское поведение родителей в процессе приобретения услуг ОО (процесс принятия решения о покупке; факторы, влияющие на покупательское поведение). Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование образовательных услуг. Критерии и условия эффективности сегментации. Позиционирование услуг ОО на рынке.	32	-	2	-	30
	4	Раздел 4. Формирование комплекса маркетинга в сфере образовательных услуг. Составляющие комплекса маркетинга. Ассортиментная политика. Ценовая политика. Коммуникативная политика. Формирование комплекса продвижения услуг.	32	-	2		30
	5	Раздел 5. Управление маркетинговой деятельностью в ОО. Планирование маркетинга. Организация маркетинга. Контроль за маркетингом.	24	-	2		24
Итого:			104	2	8	-	94
Всего (зачет 4 ч.):			108	2	10	-	94

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности.

Лекции.

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема лекции	Учебно наглядные пособия
Раздел 1. Маркетинг как направление управленческой деятельности.				

1	1	2	Тема 1. Сущность и особенности маркетинга в сфере образования. 1. Становление маркетинга. Основные понятия. 2. Специфика маркетинга услуг. 3. Маркетинг системы образования. 4. Этапы маркетинговой деятельности. 5. Субъекты и объекты маркетинга ОУ, их функции. Принципы маркетинга и управления маркетинговой деятельностью на рынке ОУ.	
	Итого по разделу часов	2		
	Итого:	2		

Практические занятия

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема практического занятия	Учебно-наглядные пособия
Раздел 2. Система маркетинговой информации и проведение маркетинговых исследований в организации образования (ОО).				
1	2	2	Тема 1. Стратегии маркетинга образовательных услуг. 1. Назначение и проблемы стратегии маркетинга для образовательных учреждений. 2. Финансовые и маркетинговые цели образовательных учреждений. 3. Критерии классификации, генезис и виды стратегий. 4. Разработка стратегии маркетинга для образовательных учреждений.	
	Итого по разделу часов	2		
Раздел 3. Маркетинговая среда ОО.				
2	3	2	Тема 2. Факторы маркетинговой макро- и микросреды ОО. 1. Конкурентная позиция ОО на рынке образовательных услуг. 2. Покупательское поведение родителей в процессе приобретения услуг ОО (процесс принятия решения о покупке; факторы, влияющие на покупательское поведение). 3. Критерии и условия эффективности сегментации. 4. Позиционирование услуг ОО на рынке.	
	Итого по разделу часов	2		
Раздел 4. Формирование комплекса маркетинга в сфере образовательных услуг.				
3	4	2	Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга.	

			1. Ассортиментная политика. 2. Ценовая политика. 3. Коммуникативная политика. 4. Формирование комплекса продвижения услуг.	
	Итого по разделу часов	2		
Раздел 5. Управление маркетинговой деятельностью в ОО.				
4	5	2	Тема 4. Управление маркетинговой деятельностью в ОО. 1. Планирование маркетинга. 2. Организация маркетинга. 3. Контроль за маркетингом. 4. Коммуникации и продвижение ОУ на рынке.	
	Итого по разделу часов	2		
	Итого	8		

Самостоятельная работа студента

Раздел дисциплины	№ п/п	Тема и вид СРС	Трудоемкость (в часах)
Раздел 1. Маркетинг как направление управленческой деятельности.			
Раздел 1	1	Составьте глоссарий с указанием источников информации по теме: «Маркетинг: содержание и основные понятия».	10
Итого по разделу часов:			10
Раздел 3. Маркетинговая среда ОО.			
Раздел 3	2	Представьте анализ внешнего окружения вашего образовательного учреждения, по плану: 1. Потенциальные потребители услуг образовательного учреждения; 2. Конкуренты; 3. Работодатели.	10
	3	Произведите сегментирование рынка ОУ образовательного учреждения. Дайте характеристику номенклатуры предлагаемых услуг, определите соответствие номенклатуры услуг выделенным вами сегментам.	10
	4	Сделайте анализ потребительских свойств ОУ, предлагаемых образовательным учреждением, используя трехуровневую модель анализа потребительских свойств товара.	10
Итого по разделу часов:			30
Раздел 4. Формирование комплекса маркетинга в сфере образовательных услуг.			
Раздел 4	5	Подготовить презентацию «Реклама на образовательном рынке».	20
	6	Дайте характеристику основным мероприятиям продвижения ОУ образовательным учреждением на рынок.	10
Итого по разделу часов:			30
Раздел 5. Управление маркетинговой деятельностью в ОО.			
Раздел 5	7	Задание 1. Составьте характеристику рынка ОУ в образовательном учреждении. Задание 2. Проанализируйте маркетинговую	24

	деятельность на рынке ОУ.	
Итого по разделу часов:		24
Итого		94

5. Примерная тематика курсовых проектов (работ) (не имеются):

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями:

№	Наименование учебника, учебного пособия	Автор	Год издания	Кол-во экзempl.	Эл. версия	Место размещения эл. версии
1	Маркетинг: основы теории и практики: учебник.	Беляев В.И.	2010	1	-	-
2	Основы маркетинга.	Котлер Ф.	1990	1	-	-
3	Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании.	Панкрухин А.П.	1995	1	-	-
	Дополнительная литература:					
1	Менеджмент в организациях профессионального образования	Под ред. М.М. Бутаковой, В.И. Беляева.	2016	1	-	-

Итого по дисциплине: 100% печатных изданий

6.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. <http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/mou/10.htm> Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании.
2. <http://www.bibliotekar.ru/biznes-42/2.htm> Основы маркетинга

6.3. Методические указания и материалы по видам занятий

Методические рекомендации включают общие требования к организации и проведению лекционных занятий, к их содержанию и методике чтения.

Приступая к изучению учебной дисциплины, студенты должны ознакомиться с учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке ПГУ, изучить рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести новую тетрадь для конспектирования лекций и работы с первоисточниками. В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

В ходе подготовки к семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, пособиях и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория для лекционных и практических занятий № 206 кор. 4

Посадочных мест обучающихся 24; посадочных мест преподавателя-1; аудитория оснащена

учебной мебелью; мультимедийным проектором, переносным экраном, ноутбуком с презентациями по темам дисциплины. Список программного обеспечения на ноутбуке: Microsoft Windows 10, Microsoft Office 2016, Microsoft PowerPoint 2016, Google Chrome, Mozilla Firefox, Adobe Acrobat Reader DC, Media Player Classic и т.д.

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

На кафедре имеет рабочая программа, вопросы к зачету. Самостоятельная работа (ход, этапность выполнения) проверяется в часы консультаций. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами дисциплины по рекомендованным педагогом материалам и подготовки к выполнению индивидуальных заданий.

Самостоятельная работа включает следующие виды деятельности:

- проработку лекционного материала;
- изучение по учебникам программного материала, не изложенного на лекциях;
- подготовку к семинарам, практическим занятиям, лабораторным работам, коллоквиумам;
- подготовку докладов, статей, рефератов;
- выполнение презентаций.

Контроль за самостоятельной работой осуществляется в форме защиты индивидуальных работ, собеседования, обсуждения рефератов, а также в ходе проведения экзаменационной сессии и промежуточного текущего контроля. Текущий контроль проводится преподавателем в процессе проведения всех видов занятий. Промежуточный контроль предназначен для практической комплексной оценки освоения разделов дисциплины, и осуществляется путем подготовки студентами ответов на заданные педагогом вопросы.

9. Технологическая карта дисциплины

На кафедре имеет рабочая программа, вопросы к зачету. Самостоятельная работа (ход, этапность выполнения) проверяется в часы консультаций. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами дисциплины по рекомендованным педагогом материалам и подготовки к выполнению индивидуальных заданий.

Самостоятельная работа включает следующие виды деятельности:

- проработку лекционного материала;
- изучение по учебникам программного материала, не изложенного на лекциях;
- подготовку к семинарам, практическим занятиям, лабораторным работам, коллоквиумам;
- подготовку докладов, статей, рефератов;
- выполнение презентаций.

Контроль за самостоятельной работой осуществляется в форме защиты индивидуальных работ, собеседования, обсуждения рефератов, а также в ходе проведения экзаменационной сессии и промежуточного текущего контроля. Текущий контроль проводится преподавателем в процессе проведения всех видов занятий. Промежуточный контроль предназначен для практической комплексной оценки освоения разделов дисциплины, и осуществляется путем подготовки студентами ответов на заданные педагогом вопросы.