

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. В.П. Астафьева
(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Институт психолого-педагогического образования

Кафедра-разработчик: кафедра Экономики и менеджмента

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ В ОБРАЗОВАНИИ

Направление подготовки: 44.04.01 «Педагогическое образование»

Направленность (профиль) образовательной программы:

«Управление образованием и проектный менеджмент»

Квалификация (степень): Магистр

Красноярск 2020

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в образовании» составлена доцентом кафедры Москвиным С. Н.

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры менеджмента организации протокол № 5 от «12» мая 2017 г.

Заведующий
А.А. Лукьянова

кафедрой



Одобрено научно-методическим советом специальности (направления подготовки) ИППО
«17» мая 2017 г. Протокол № 4

Председатель НМСС (Н)



О.В. Груздева

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в образовании» составлена доцентом кафедры Москвиным С. Н.

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры менеджмента организации протокол №8 от 5.09.2018 г.

Заведующий кафедрой д-р кон. наук, проф. _ А. А.



Лукьянова

Одобрено учебно-методическим советом Института психолого-педагогического образования №6 от 12.09.2018 г.

Председатель канд. психол. Наук, доц.



Т. Г. Авдеева

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в образовании» составлена доцентом кафедры Москвиным С. Н.

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры экономики и менеджмента протокол № 5 от «15» мая 2019 г.

Заведующий кафедрой



О.Н. Владимирова

Одобрено научно-методическим советом специальности (направления подготовки) ИППО

«15» мая 2019 г. Протокол № 5

Председатель НМСС (Н)



Т.Г. Авдеева

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в образовании» составлена доцентом кафедры Москвиным С. Н.

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры экономики и менеджмента
Протокол № 5 от 14 мая 2020 г.

И.о. заведующий кафедрой

Д-р экон. наук, доцент



О.Н. Владимирова

Одобрено НМСС(Н)

Протокол № 5, от 20 мая 2020 г.

Председатель научно-методическим советом

специальности (направления подготовки) ИППО



Т.А. Шкерина

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в образовании» составлена согласно ФГОС ВО по направлению подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование» (уровень магистратуры) и профессионального стандарта руководителя образовательной организации (управление в сфере образования).

Рабочая программа дисциплины разработана для студентов заочной формы обучения и относится к дисциплинам по выбору вариативной части профессионального цикла дисциплин (Б1.В.ДВ.05.02). Дисциплина изучается в третьей сессии первого курса – 1 з.е. (36 часов) и во второй сессии второго курса – 2 з.е. (72 часа).

Трудоемкость дисциплины составляет 3 з. е. (108 часов). Аудиторная работа -8, самостоятельная работа - 96.

Цель освоения дисциплины

Формирование глубоких теоретических и практических знаний, умений и навыков по формированию научных основ маркетинга, управлению системными маркетинговыми инструментами для удовлетворения потребностей как отдельно взятой личности, так и общества в целом, достижения целей хозяйствующего субъекта на рынке с учетом последних достижений в области маркетинга образования.

Планируемые результаты обучения

В ходе изучения дисциплины осуществляется формирование следующих компетенций по ФГОС ВО:

- **ПК-13**-готовностью изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа;
- **ПК-14**-готовностью исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы.

Планирование результатов обучения

Задачи освоения дисциплины	Планируемые результаты (дескрипторы)	Формируемая компетенция по ФГОС ВО
Ознакомить магистрантов с современными концепциями маркетинговой деятельности образовательной организации	Знать: - способы анализа имеющихся данных по формированию и реализации маркетинговой стратегии образовательной организации. Уметь: - составлять перечень задач по теме совершенствования реализации маркетинговой стратегии образовательной организации; Владеть: - способностью формирования возможных направлений совершенствования реализации маркетинговой стратегии образовательной организации.	ПК-13
Сформировать практические навыки управления маркетинговой деятельностью образовательной организации.	Знать: - алгоритмы разработки и принятия управленческих решений по реализации маркетинговой стратегии образовательной организации; Уметь: - формулировать особенности и потребности образовательной организации при формировании и реализации маркетинговой стратегии; - предлагать изменения в планировании управления маркетинговой стратегией образовательной организации;	ПК-14

	Владеть: - навыками использования моделей управления маркетинговой стратегией образовательной организации.	
--	---	--

Контроль результатов

Итоговой формой контроля данной дисциплины является зачет.

Текущий и итоговый контроль осуществляются в формах различных заданий. Задания, а также критерии их оценивания, представленные в фонде оценочных средств.

Перечень образовательных технологий, используемых при освоении дисциплины

В рабочей программе дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- современное традиционное обучение;
- проблемное обучение;
- интерактивные технологии;
- технологии имитационного моделирования;
- игровые технологии.

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ

Технологическая карта обучения дисциплине «Маркетинг в образовании»

Для обучающихся образовательной программы направления подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование»

Направленность (профиль) образовательной программы «Управление образованием и проектный менеджмент»

степень (квалификация) – Магистр

Форма обучения - заочная

(Общая трудоемкость дисциплины – 3 з. е.)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего часов	Аудиторных часов				Внеаудиторных часов	Формы и метода контроля
		Всего	лекций	семинаров	лабор-х работ		
Модуль 1. Понятие и концепции маркетинга образовательных услуг	27	2	-	2	-	24 + 1 КСР	Рыночные факторы, влияющие на реализацию товаров
Модуль 2. Анализ рынка и маркетинговые исследования	27	2	-	2	-	24 + 1 КСР	Маркетинговый анализ сегмента
Модуль 3. Разработка маркетингового комплекса образовательных услуг	27	2	-	2	-	24 + 1 КСР	Учебное проектирование
Модуль 4. Организация сбыта и маркетинговые коммуникации в образовании	27	2	-	2	-	24 + 1КСР	Анализ на основе метода экспертных оценок
Итого	108	8	-	8	-	96 + 4 КСР	
Форма итогового контроля по уч. плану	Зачет						

Содержание основных разделов и тем дисциплины

Модуль 1. Понятие и концепции маркетинга образовательных услуг.

Понятие маркетинга. Роль маркетинга в образовании. Цели и функции образования. Структурно-функциональная модель маркетинга образовательных услуг. Понятие рынка и товара. Концепция совершенствования товара. Концепция интенсификации коммерческих усилий. Концепция социально-этичного маркетинга. Концепция маркетинговых отношений. Концепция холистического маркетинга.

Модуль 2. Анализ рынка и маркетинговые исследования

Субъекты рынка. Жизненный цикл рынка и темпы его роста. Эластичность спроса на рынке. Тип, масштаб и структура конкуренции. Емкость рынка и рыночные сектора. Степень и показатели консолидации рынка. Модель пяти конкурентных сил М. Портера. Профиль конкуренции. Матрица BCG. Цели маркетинговых исследований. Основные методы маркетинговых исследований, их особенности и условия использования. Методика фокус-группы.

Модуль 3. Разработка маркетингового комплекса образовательных услуг

Сегментирование рынка. Целевой сегмент. Стратегии сегментирования. Методика позиционирования образовательной услуги. Комплекс образовательной услуги как товара. Основные и вспомогательные товары. Управление портфелем образовательных услуг. Механизмы установления цены на образовательную услугу

Модуль 4. Организация сбыта и маркетинговые коммуникации

Каналы сбыта образовательных услуг. Длина канала сбыта. Анализ альтернативных каналов сбыта. Специфика взаимодействия с потребителями услуги. CRM-система. Маркетинговые коммуникации и их эффективность. Реклама понятие, виды, функции. Рекламные носители и применение рекламы в образовании. Связи с общественностью в образовании. Используемые методы связи с общественностью. Новостные поводы и их подача в СМИ. Имидж образовательной услуги и организации. Направления стимулирования сбыта в образовании.

Методические рекомендаций по освоению дисциплины

1. Рекомендации по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины

Изучение данной дисциплины требует от обучающегося высокой самоорганизации, определенных способностей, навыков и умений, так как ему необходимо не только учиться, но и управлять своим учебным процессом, т.е. планировать, организовывать, контролировать учебный процесс и оценивать результаты своего обучения.

Обучающемуся, прежде всего, необходимо сделать анализ своей «средней» недели, т.е. определить «свободное» время за каждый день и за неделю в целом. Для этого необходимо записать все действия, произведенные за день, включая сон, еду, хобби и т.д. Проработав эту работу, обучаемый сможет увидеть, сколько времени необходимо тратить на учебный процесс, и сколько времени остается для других целей.

Для студентов заочной формы обучения, согласно опыту, 2-3 часа в день 2-3 дня в неделю - достаточный режим для занятий. Далее необходимо составить персональный план обучения, определив каким образом, занятия будут сочетаться с профессиональной и личной жизнью обучающегося.

Прежде чем приступить к занятиям, необходимо определиться со стилем занятий и создать соответствующую обстановку, поскольку социально-психологическая среда существенно меньше, чем в традиционном обучении в университете, регламентирует и дисциплинирует действия обучающегося. Следовательно, при самостоятельной работе необходимо задействовать все средства управления учебной деятельностью, позволяющие добиваться высоких результатов обучения и, прежде всего, такие мощные факторы, как: мотивация, концентрация, организация.

Обучающийся должен четко определить, что он желает получить от курса. Долговременными задачами будут являться саморазвитие и самообразование. Но эти задачи не будут полностью достижимы до завершения курса.

Известно, что необходимой предпосылкой успешности всякой деятельности, в том числе и учебной, является сформированность мотивационной сферы.

Чтобы сохранить мотивацию в процессе обучения, необходимо определять краткосрочные задачи и оценивать результаты их выполнения. Хорошо, если обучающийся будет ставить задачи на каждое занятие, например, «по истечении этих двух часов я буду иметь...».

Отмечая в составленном расписании выполненные работы, обучающийся приобретает чувство достигнутого и получает личное удовлетворение.

Заочное обучение, в противоположность очной форме обучения, где темп задается группой и преподавателям, дает обучающемуся гибкость в установлении собственной скорости усвоения материала и возможность изменить ее при необходимости. Он может бегло просматривать известную информацию и более внимательно изучать новый учебный материал.

Обратим внимание на внешнюю окружающую среду. Благоприятная внешняя обстановка содействует эффективному обучению. Если ее нет, можно с уверенностью сказать, что занятия будут бесполезными, а время потрачено напрасно.

Необходимо выбрать комбинацию времени и места, больше всего подходящую для занятий, и гарантирующую с наибольшей вероятностью, что никто и ничто не будет беспокоить (в том числе голоса, работа телевизора и т.д.).

Место для занятий должно быть хорошо освещено, иметь благоприятную температуру и вентилируемое. Душная темная комната с очевидностью представит сложности для занятий.

Занятия должны проводиться в регулярное время. Нецелесообразно их переносить или откладывать.

Режим занятий:

5-10 минутные перерывы после каждого часа занятий дают возможность размяться и помогают сохранить "свежую голову". Почувствовав усталость, необходимо переключиться на другой вид занятий. Можно прослушать аудио или посмотреть видео, или вернуться вновь к упражнению, которое было пропущено ранее. Если это не помогает, необходимо прекратить занятие. В этом случае добиться чего-либо положительного вряд ли удастся. Можно читать страницу за страницей, не улавливая их смысла. Какого-то одного "правильного" образца занятий не существует. Поэтому каждому обучающемуся необходимо определить свой собственный стиль. Нужно вспомнить старый опыт, проанализировать его и принять нужное решение. Какой бы стиль обучающийся не выбрал, он всегда должен помнить о необходимости *"управлять"* собственным процессом обучения.

Процессы планирования и контроля являются частью хорошо организованного процесса управления, которые позволяют обучающемуся судить об успехах учебы.

Планирование времени, окружающей обстановки и типа занятий, организация дополнительных условий - все это, помноженное на дисциплинированность, обеспечит успех в учебе. В противном случае - достижение намеченных целей будет поставлено под сомнение. Хорошим методом для начала процесса обучения является метод ежедневных занятий, а золотым правилом должно стать: "Имей хорошие планы и придержишься их, не откладывай работу на завтра".

Необходимо научиться подразделять работу на рутинную, механическую, например, переписывание или обычное чтение, и на работу, требующую большой концентрации усилий, такую, как планирование задания и творческий процесс его написания. *"Творческую"* работу целесообразно выполнять по утрам, обычно в выходные дни, а *"рутинную"* работу по вечерам. Необходимо предусмотреть время для наиболее продуктивной и творческой работы и в соответствии с этим строить свои занятия. В плане обучения целесообразно делать пометки о проделанной работе, чтобы знать, что нужно сделать в дальнейшем и какие материалы следует подготовить для предстоящих занятий.

Воздействие непредвиденных обстоятельств может быть причиной нарушения планов занятий. В этом случае необходимо оценить сложившуюся ситуацию и решить, как выйти из этого положения.

Приемы и методы учения:

Основная цель обучения носит, как правило, практический характер - усвоить как можно больше хороших идей из представленных материалов и затем применить их в своей работе. При этом необходимо знать, на какие доказательства и доводы опираются эти идеи, и посвящать большую часть времени и энергии тем частям, которые содержат ключевые идеи. *Уровень понимания основных моментов* в тексте и способность связать их со своей работой можно проверить с помощью вопросов, указанных в конце темы и тестов. При работе с текстом подчеркивание ключевых слов может оказаться ценным. Этот способ заставляет сконцентрироваться при чтении и напоминает основные идеи при повторном обращении к тексту. Заметки на полях могут содержать собственные мысли и интерпретацию материала вместе с примерами из собственного опыта, которые могут быть полезными в дальнейшем.

При записях необходимо использовать *системный подход*. Заметки необходимо сохранить в хорошем сброшюрованном виде, а не на каком-то клочке бумаги, который вероятнее всего потеряется. Заметки должны быть тщательно структурированы, так как структура является важной для понимания и обучения. Замечания должны состоять из заголовков с очень краткими объяснениями. В заметках необходимо использовать в большей степени собственные слова, а не дублирование текста. Выполнение обширных записей, которые дословно повторяют текст материала, - это пустая трата времени, так как чтение этих замечаний будет не быстрее чтения оригинала. Записи должны быть по возможности краткими.

Если обучающийся не может собственными словами выразить основную мысль раздела, значит он не понял этой части курса и ему следует в этом разобраться !!!

Записи всегда индивидуальны, поэтому каждый использует свой личный метод. Некоторые применяют разветвленные диаграммы, основанные на ключевых словах. Другие предпочитают списки или предложения. Очень важно иметь *свой метод* ведения записей. В конце концов, наличие хороших конспектов поможет при их просмотре закрепить полученные знания.

Как увеличить скорость чтения?

Ошибочно просто читать каждую страницу. Задача состоит в том, чтобы *понять основные идеи*, ознакомиться с их доказательствами. Тексты построены таким образом, чтобы активизировался процесс мышления. Поэтому скорость продвижения по тексту будет зависеть от способности принять новые идеи, а не от скорости, с которой можно прочесть слова сами по себе.

Техника скоростного чтения больше касается быстроты прочитывания материала, чем его глубокого понимания. Такое беглое чтение имеет свои преимущества.

Очень разумно прочитывать материал прежде, чем читать его в деталях. Это поможет последующему чтению и пониманию при помощи установления общей структуры и основного содержания, и это также поможет идентифицировать части текста, которые можно пропустить, потому что информация уже знакома. Некоторые разделы потребуют больше времени, чем другие. Может оказаться выгодным потратить полчаса на интенсивное изучение материала на нескольких ключевых страницах, двигаясь дальше только тогда, когда освоена основная мысль.

Однако, не следует тратить слишком много времени на тот раздел, который не понятен. В этом случае следует перейти к следующему, сделав пометку на полях, а затем обратиться с возникшей проблемой к другим источникам.

2. Порядок подготовки к практическим занятиям.

Семинарские занятия предназначены для углубленного изучения того или иного предмета. Семинары помогают студентам овладеть понятийно-терминологическим аппаратом, свободно оперировать им, применять теорию к практическим приложениям, прививают навыки самостоятельного мышления, устного выступления. На семинаре знания, которые получили студенты на лекции и в результате самостоятельной работы закрепляются, приобретают качественно иное, более осмысленное содержание расширяются, углубляются.

По форме проведения семинарские занятия могут представлять собой развернутую беседу по заранее сообщенному плану или небольшие доклады студентов. В этом случае на семинар можно вынести теоретический материал, который оставлен студентами для самостоятельного изучения. Докладчики могут использовать информационные и

коммуникационные технологии для презентаций (тезисы, схемы, видеодемонстрации, моделирование). После каждого доклада проводится коллективное обсуждение по ряду параметров: научность, доказательность, новизна, достоинства и недостатки, речь, демонстрация, поведение, контакт с аудиторией и так далее. Семинары являются активной формой учебных занятий и широко используются при преподавании данной учебной дисциплины. Как правило, они строятся на основе живого творческого обсуждения, товарищеской дискуссии по рассматриваемой тематике. Каждый студент обязан принять активное участие в обсуждении вопросов семинара и, другими словами, не может «отсидеться».

При этом преподаватель может оценить активность каждого студента. В процессе обучения используются следующие типы семинаров:

- вопросно-ответный семинар;
- семинар с использованием докладов по вопросам темы семинара;
- семинар - пресс-конференция;
- другие.

Общий сценарий проведения семинара задается преподавателем заранее. Например, на семинаре с использованием докладов по вопросам темы семинара, на протяжении проведения семинара студенты обязаны дать ответы в письменной форме на каждый вопрос. Преподаватель комментирует ответ студента, кроме того, поощряются высказывания студентов, получаемые как реакция на сообщения своих сокурсников (активная дискуссия).

В конце семинара преподаватель подводит итоги семинара и выставляет оценки.

Таким образом, все студенты:

- обязаны сформулировать обоснованный ответ в сжатой форме на каждый вопрос семинара;
- ответить на вопросы и замечания преподавателя по содержанию своего «выступления»;
- высказать (в устной или письменной форме) свое отношение к выступлениям других студентов.

3. Методические рекомендации для подготовки сообщения.

Структура устного сообщения:

Структурными элементами сообщения являются: титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, библиографический список. Содержание должно включать перечень основных структурных элементов сообщения. Во Введении четко формулируется цель выполнения сообщения и средства достижения ее, актуальность и социальную значимость темы. Основная часть – главный содержательный раздел, разбитый на подразделы и пункты в соответствии с составленным планом. Заключение содержит обобщающие выводы по теме и личные оценки автора. Библиографический список использованных источников должен содержать перечень источников, использованных при выполнении сообщения. Источники следует располагать по алфавиту.

Порядок представления и защиты письменного сообщения:

Завершенное письменное сообщение представляется студентом преподавателю в срок, определенный преподавателем. Преподаватель анализирует текст, формулирует вопросы по содержанию. Рекомендуемый план защиты доклада:

Название темы.

Краткое изложение наиболее интересной информации по теме.

Способы и результаты поиска информации для выполнения сообщения.

Анализ трудностей, с которыми встретились при выполнении работы.

Ваше личное отношение к выполненной работе.

Порядок проведения итогового контроля:

Итоговый контроль включает в себя предварительную сдачу каждого модуля на семинарских занятиях. При условии сдачи всех модулей, осуществляется устный экзамен по дисциплине.

КОМПОНЕНТЫ МОНИТОРИНГА УЧЕБНЫХ ДОСТИЖЕНИЙ

Технологическая карта рейтинга дисциплины

Наименование дисциплины	Направление подготовки Наименование программы Уровень образования	Количество зачетных единиц
Маркетинг в образовании	Направление подготовки 44.04.01 образовательная программа «Управление образованием и проектный менеджмент» квалификация (степень) магистр	3,0 з.е. (108 часов)
Смежные дисциплины по учебному плану		
Предшествующие: управленческая экономика		
Последующие: управление проектами в сфере образования		

ВХОДНОЙ РАЗДЕЛ			
	Форма работы	Количество баллов	
		min	Max
Текущая работа	Контрольный кейс		
Итого		3	5

БАЗОВЫЙ РАЗДЕЛ №1 - АНАЛИТИЧЕСКИЙ			
	Форма работы	Количество баллов	
		min	Max
Текущая работа	Маркетинговый анализ сегмента	9	15
	Анализ на основе метода экспертных оценок	9	15
Итого		18	30

БАЗОВЫЙ РАЗДЕЛ №1 - УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ			
	Форма работы	Количество баллов	
		min	Max
Текущая работа	Факторы, влияющие на реализацию услуг образовательной организации	12	20
	Учебное проектирование	12	20
Итого		24	40

ИТОГОВЫЙ РАЗДЕЛ			
	Форма работы	Количество баллов	
		min	Max
Текущая работа	Экзамен в форме контрольного теста	15	25
Итого		15	25

Общее количество баллов по дисциплине (по итогам всех модулей)	Количество баллов	
	min	Max
	60	100

Соответствие рейтинговых баллов и академической оценки

Общее количество набранных баллов	Академическая оценка
60-72	3 (удовлетворительно)
73-86	4 (хорошо)
87-100	5 (отлично)

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. В.П. Астафьева
(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Кафедра-разработчик: Экономики и менеджмента

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
Протокол № 5
от 14 мая 2020 г.
И.о. зав. кафедрой О.Н. Владимирова



ОДОБРЕНО
на заседании научно-методического совета
специальности (направления подготовки)
Протокол № 5
от 20 мая 2020г.
Председатель Т.А. Шкерина



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине

Маркетинг в образовании

Направление подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование»
Направленность (профиль) образовательной программы «Управление образованием и
проектный менеджмент»
Степень (квалификация) - Магистр образования

Составитель: С.Н. Москвин, доц. каф. менеджмента организации

Красноярск 2020

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ НА ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Представленный фонд оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации соответствует требованиям ФГОС ВО и профессиональным стандартам Педагог (профессиональная деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель), утвержденным приказом Минтруда России от 18.10.2013 N 544н.

Предлагаемые формы и средства аттестации адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки Направление 44.04.01 «Педагогическое образование» направленность (профиль) образовательной программы: «Управление образованием и проектный менеджмент».

Оценочные средства и критерии оценивания представлены в полном объеме. Формы оценочных средств, включенных в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС, установленных в Положении о формировании фонда оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой (государственной итоговой) аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре – в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева», утвержденного приказом ректора № 297 (п) от 28.04.2018.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки по указанной программе.

Эксперт
к.э.н, профессор, кафедры Менеджмента
ФГБОУ ВО «СибГУ»



А.А. Бойко

Александр Бойко к.э.н. профессор
Сек. по персоналу (И.И.В. Карушилина)

1. Назначение ФОС

1.1. Целью создания ФОС для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «**Маркетинг в образовании**» обучающихся по направлению подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование» является определение соответствия результатов обучения по дисциплине компетенциям, достижение которых заложено установленным образовательным стандартом.

1.2. ФОС для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации решает следующие задачи:

- проверка уровня сформированности компетенций по ФГОС;
- выполнение направлений совершенствования подготовки выпускников.

1.3. ФОС разработан на основе нормативных документов:

- ФГОС ВО по направлению подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование», магистратура;
- Образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование» направленности (профиля) «Управление образованием и проектный менеджмент»;
- Положение о формировании оценочных средств текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации по программам специалитета, программам магистратуры, программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре в ФГБОУ ВО КГПУ им. В.П. Астафьева

2. Перечень компетенций, уровень сформированности которых определяется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

В соответствии с ФГОС ВО 44.04.01 «Педагогическое образование» формируются следующие компетенции:

- **ПК-13**-готовность изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа;
- **ПК-14**-готовность исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы.

Компетенция	Дисциплины практики, участвующие в формировании компетенции	Тип контроля	Оценочное средство	
			Номер	Форма
ПК-13 -готовность изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа	Научно-исследовательский семинар Теория и механизмы современного государственного управления Бизнес-инструменты в управлении образованием Социальное проектирование Менеджмент образовательной организации Стратегия развития образовательной организации Проектный анализ Теория проектного менеджмента PR в образовании Инвестиционный менеджмент Научно-педагогическая (управленческая) практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к защите и защита ВКР	Текущий	1	Решение задач, кейсов, доклад, тесты
		Текущий	1	Решение задач, кейсов, доклад, тесты
		Промежуточный	2	Устное собеседование (экзамен)
		Промежуточный	2	Устное собеседование (экзамен)
ПК-14 -готовность исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы	Научно-исследовательский семинар Теория и механизмы современного государственного управления Бизнес-инструменты в управлении образованием Социальное проектирование Правовое регулирование образования Менеджмент образовательной организации Стратегия развития образовательной организации Проектный анализ Проектирование и экспертиза образовательных систем Теория проектного менеджмента Информационная культура образовательной организации PR в образовании Инвестиционный менеджмент Научно-педагогическая (управленческая) практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к защите и защита ВКР	Текущий	1	Решение задач, кейсов, доклад, тесты
		Текущий	1	Решение задач, кейсов, доклад, тесты
		Промежуточный	2	Устное собеседование (экзамен)
		Промежуточный	2	Устное собеседование (экзамен)

3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации в форме зачета

1. Примерные вопросы к зачету (Оценочное средство №1)

№	Содержание вопроса и варианты ответа	Оцениваемые компетенции
1	<p>Выберите наиболее полное определение маркетинга:</p> <p>а) маркетинг — система принципов, методов и мер, базирующихся на 14 комплексном изучении спроса потребителей и целенаправленном формировании предложения образовательных услуг производителем;</p> <p>б) маркетинг — вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение образовательных нужд и потребностей путем обмена;</p> <p>в) маркетинг — предпринимательская деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю или пользователю;</p> <p>г) маркетинг — комплексный процесс научных исследований, технико-экономического обоснования, планирования и управления разработкой образовательных услуг, ценовой политики, методов продвижения и стимулирования с целью удовлетворения потребительского спроса.</p>	<p>ПК-13</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы анализа имеющихся данных по формированию и реализации маркетинговой стратегии образовательной организации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять перечень задач по теме совершенствования реализации маркетинговой стратегии образовательной организации;
2	<p>Потребность - это?</p> <p>а) количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд</p> <p>б) нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму</p> <p>в) товар, который способен удовлетворить нужду потребителя</p> <p>г) все ответы верны</p> <p>д) правильного ответа нет</p>	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью формирования возможных направлений совершенствования реализации маркетинговой стратегии образовательной организации.
3	<p>Концепция маркетинга утверждает, что:</p> <p>а) потребители будут благожелательны к товарам и услугам, которые широко распространены и доступны по цене;</p> <p>б) потребители не будут покупать товары организации в достаточных количествах;</p> <p>в) залогом достижения целей организации является определение нужд и потребностей целевых рынков;</p> <p>г) залогом достижения целей организации является обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными, чем у конкурентов, способами;</p> <p>д) потребители будут более благосклонны к товарам и услугам, имеющим наивысшее качество, лучшие эксплуатационные свойства и характеристики.</p>	<p>возможных направлений совершенствования реализации маркетинговой стратегии образовательной организации.</p>
4	<p>Концепция интенсификации коммерческих усилий определяет цель маркетинговой деятельности- увеличение продаж за счет?</p> <p>а) использования интенсивных технологий производства</p> <p>б) стимулирования сбыта</p> <p>в) удовлетворения потребностей потребителей</p> <p>г) все ответы верны</p> <p>д) правильного ответа нет</p>	
5	<p>5. Внутренняя маркетинговая информация — это:</p> <p>а) информация, собираемая фирмой;</p> <p>б) любая информация, которой располагает фирма;</p> <p>в) государственная информация, которую приобрела фирма;</p> <p>г) все ответы верны</p> <p>д) правильного ответа нет</p>	

6	<p>Микросреда образовательной организации - это?</p> <p>а) набор услуг б) функциональные структуры организации в) формальные и неформальные группы г) силы и субъекты, на которые организация может влиять д) силы и субъекты, на которые организация не может влиять е) правильного ответа нет</p>		
7	<p>7. Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке являются:</p> <p>а) внешней информацией; б) внутренней первичной информацией; в) внутренней вторичной информацией; г) все ответы верны; д) правильного ответа нет</p>		
8	<p>В чем заключается отличие панельного опроса от других видов опроса?</p> <p>а) проводится по одной и той же теме на разных выработках б) проводится на одной и той же выборке по разными темам в) проводится по одной и той же теме на одной и той же выработке в произвольное время г) проводится по той же теме, на той же выборке через четко определенные периоды времени д) правильного ответа нет</p>		
9	<p>Емкость рынка — это:</p> <p>а) вместительность складских помещений и магазинов; б) объем (количество) товаров, которые может поглотить рынок при определенных условиях и за определенное время; в) количество товаров, купленное в предшествующем периоде; г) все ответы верны; д) правильного ответа нет</p>	<p>ПК-14 Знать: - алгоритмы разработки и принятия управленческих решений по реализации маркетинговой стратегии образовательной организации; Уметь: - формулировать особенности и потребности образовательной организации при формировании и реализации маркетинговой стратегии; - предлагать изменения в планировании управления маркетинговой стратегией образовательной организации; Владеть: навыками использования</p>	
10	<p>Целевой сегмент рынка</p> <p>а) комплекс образовательных услуг, представленных на рынок; б) специфические особенности предоставления услуг; в) структура выручки получаемой организацией; г) группа потребителей, объединенная общими характеристиками и потребностями д) правильного ответа нет.</p>		
11	<p>Выбор целевого рынка включает в себя следующие этапы последовательности:</p> <p>а) замер и прогнозирование спроса; б) сегментирование рынка; в) установление цены; г) отбор целевых сегментов рынка; д) позиционирование товара (услуги) на рынке.</p>		
12	<p>Если коммерческая фирма строит свою стратегию таким образом, чтобы сосредоточить свою деятельность при производстве товаров и оказании услуг на каком-то одном ограниченном сегменте то это:</p> <p>а) концентрированный маркетинг; б) дифференцированный маркетинг; в) недифференцированный маркетинг г) маркетинг, ориентированный на лидерство по издержкам</p>		
13	<p>Товар — это:</p> <p>а) вещь, обеспечивающая комфортные условия существования; б) услуга, обладающая полезностью и предназначенная для</p>		

	продажи; в) все ответы верны; г) нет правильного ответа	моделей управления маркетинговой стратегией образовательной организации.
14	Механизмами установления цены на образовательную услугу являются: а) себестоимость создания и продвижение услуги + норма прибыли; б) установление цены на основе расчета точки безубыточности; в) установление цены на основе ощущаемой ценности услуги; г) на основе среднерыночного показателя цен; д) все ответы верны.	
15	В сфере образовательных услуг используются следующие каналы сбыта: а) непосредственные; б) фирменная торговая сеть; в) сеть дистрибьюторов, торговых агентов г) франчайзинг; д) розничная торговая сеть.	
16	Выделите виды маркетинговых коммуникаций, не используемых для образовательных услуг: а) реклама; б) связи с общественностью; в) стимулирование сбыта; г) брендинг; д) все варианты используются.	

Критерии оценки экзамена по дисциплине

Оценка на экзамене состоит из двух частей:

Выполнение тестового задания

Пояснения к тестовому заданию и ответы на вопросы

Оценка на экзамене ставится на основе следующих критериев:

Оценка	Критерии
«Отлично»	1) полное раскрытие вопроса; 2) указание точных названий и определений; 3) правильная формулировка понятий и категорий; 4) самостоятельность ответа, умение вводить и использовать собственные классификации и квалификации, анализировать и делать собственные выводы по рассматриваемой теме; 5) использование дополнительной литературы и иных материалов и др.
«Хорошо»	1) недостаточно полное, по мнению преподавателя, раскрытие темы; 2) несущественные ошибки в определении понятий, категорий и т.п., кардинально не меняющих суть изложения; 3) использование устаревшей учебной литературы и других источников
«Удовлетворительно»	1) отражение лишь общего направления изложения лекционного материала и материала современных учебников; 2) наличие достаточного количества несущественных или одной, двух существенных ошибок в определении понятий и категорий и т. п.; 3) использование устаревшей учебной литературы и других источников; 4) неспособность осветить проблематику учебной дисциплины и др.

Показатели и критерии оценки сформированности компетенций

Введены три уровня сформированности компетенций:

Пороговый (минимально-необходимый набор знаний, умений, навыков, способов деятельности и отношений в сфере компетенций)

Базовый (владение основными знаниями, умениями, навыками, способами деятельности и отношениями в сфере компетенций)

Продвинутый (проявление установки обучающегося на поиск и реализацию новых нестандартных решений в сфере компетенций на основе знаний, умений, навыков, способов деятельности и отношений)

Компетенция	Продвинутый	Базовый	Пороговый
	Отлично (5)	Хорошо (4)	Удовлетворительно (3)
ПК-13	Готов к поиску и применению инновационных решений в нестандартных ситуациях и полностью берет на себя ответственность	Готов действовать в нестандартной ситуации и нести за свои действия ответственность	Готов к действиям в нестандартной ситуации с переносом в нее известных способов работы
ПК-14	Готов искать и применять новые эффективные формы взаимодействия с участниками образовательного процесса, руководства коллективом	Готов взаимодействовать с участниками образовательного процесса и руководству коллективом	Готов к взаимодействию с участниками образовательного процесса, использует известные техники взаимодействия

Промежуточная оценка (освоение модулей)

МОДУЛЬ 1. (Оценочное средство №1)

Факторы, влияющие на реализацию услуг образовательной организации ПК-13, ПК-14

Сформулировать и оценить рыночные факторы, влияющие на реализацию образовательных услуг

	Фактор	Объект влияния	Сила влияния (баллы)

МОДУЛЬ 2. (Оценочное средство №2)

Маркетинговый анализ сегмента ПК-13, ПК-14

Провести маркетинговый анализ рыночного сегмента с помощью представленных ниже инструментов, сделать вывод о его состоянии и перспективах.

Базовые показатели сегмента

Матрица BCG,

Матрица McKinsey

Матрица ABC-XYZ

Модель Дибба-Симкина

МОДУЛЬ 3. (Оценочное средство №3)

Учебное проектирование ПК-13, ПК-14

Спроектировать кейс (на основе метода конкретных ситуаций) на основе своей организации по предложенным рекомендациям.

Кейс -метод интерактивного группового обучения, предназначенный для совершенствования навыков и получения опыта в различных областях

Классификация кейсов

Иллюстративные учебные ситуации

Ситуации с описанием объекта и выделенными проблемами

Ситуации с описанием объекта без акцентировки проблем

Ситуации с вымышленной, но правдоподобной информацией

Этапы создания

1. Формулирование учебной цели, для которой будет применяться данный метод.
2. Анализ литературных источников, периодики, справочников, интернет-ресурсов.
3. Проектирование направления, содержания и формы подачи текстового материала
4. Написание ситуации и заданий к ней
5. Апробация кейса в учебных условиях и доработка

Требования к кейсу

- - соответствовать четко поставленной цели;
- - иметь соответствующий уровень трудности;
- - Отличаться драматизмом, проблемностью;
- - быть актуальным и не устаревать слишком быстро;
- - иллюстрировать типичные ситуации;
- - провоцировать дискуссию;
- - иметь несколько решений.

МОДУЛЬ 4. (Оценочное средство №4)

Анализа на основе метода экспертных оценок ПК-13, ПК-14

Провести анализ (по методу экспертных оценок) выбора способов продвижения и средств маркетинговой коммуникации на основе анализа альтернатив.

1. Методом мозгового штурма придумать 20-40 способов продвижения образовательного продукта (инструментов маркетинговой коммуникации).
2. Выбрать 3-4 оптимальных для организации.
3. Составить критерии оценки и весовые коэффициенты.
4. Провести оценку.

Лист внесения изменений

Дополнения и изменения в рабочую программу дисциплины на 2020/2021 учебный год

В программу вносятся следующие изменения:

1. Обновлены титульные листы рабочей программы, фонда оценочных средств в связи с изменением ведомственной принадлежности – Министерству просвещения Российской Федерации.

2. Обновлена и сопасована с Научной библиотекой КГПУ им. В.П. Астафьева «Карта литературного обеспечения (включая электронные ресурсы)», содержащая основную и дополнительную литературу литературы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

3. Обновлена «Карта материально-технической базы дисциплины», включающая аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы обучающихся в КГПУ им. В.П. Астафьева) и комплекс лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

Программа одобрена на заседании кафедры-разработчика (выпускающей кафедры)
«14» мая 2020 г., протокол № 5

Внесенные изменения утверждаю:

И.о. заведующий кафедрой

О.Н. Владимирова

Одобрено НММС(Н)
«20» мая 2020 г., протокол № 5

Председатель НМСС (Н)

Т.А. Шкерина

УЧЕБНЫЕ РЕСУРСЫ

Карта литературного обеспечения дисциплины (включая электронные ресурсы)

«Маркетинг в образовании»

для обучающихся образовательной программы направления подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование»
направленности (профиля) образовательной программы «Управление образованием и проектный менеджмент»
степень (квалификация) магистр

Наименование	Место хранения / Электронный адрес	Количество экземпляров / точки доступа
Основная литература		
Корзникова, Галина Григорьевна. Менеджмент в образовании: практический курс [Текст] : учебное пособие / Г. Г. Корзникова. - М. : Академия, 2008. - 288 с. - (Высшее профессиональное образование). - Библиогр. в конце разд. - ISBN 978-5-7695-3931-2	Научная библиотека	57
Чернопятов, А.М. Маркетинг в образовании=Marketing in education : учебно-методическое пособие / А.М. Чернопятов. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. - 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	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Индивидуальный неограниченный доступ
Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 252 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02723-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Индивидуальный неограниченный доступ
Калужский, М.Л. Маркетинг : учебник для вузов / М.Л. Калужский. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 217 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9443-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473029	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Индивидуальный неограниченный доступ
Лужнова, Н.В. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Н.В. Лужнова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2016. - 141 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1643-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481768	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Индивидуальный неограниченный доступ
Костюк, Н.В. Методы исследования в профессиональном образовании : учебно-методическое пособие / Н.В. Костюк ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Социально-гуманитарный институт,	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Индивидуальный неограниченный доступ

Наименование	Место хранения / Электронный адрес	Количество экземпляров / точки доступа
Кафедра педагогики и психологии. - Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. - 92 с. : табл. - Библиогр.: с. 48-49. - ISBN 978-5-8154-0351-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472650		
Дополнительная литература		
Акулич, И.Л. Маркетинг : учебник / И.Л. Акулич. - 8-е изд., перераб. и доп. - Минск : Вышэйшая школа, 2014. - 545 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-985-06-2539-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450394	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Индивидуальный неограниченный доступ
Жук, Е.С. Стратегический маркетинг : учебник / Е.С. Жук, Н.П. Кетова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Южный федеральный университет», Экономический факультет. - Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2011. - 203 с. - библиогр. с: С. 197-202. - ISBN 978-5-9275-0904-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241057	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Индивидуальный неограниченный доступ
Титова, В.А. Проведение маркетинговых исследований за семь дней : учебное пособие / В.А. Титова, М.Е. Цой ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Новосибирский государственный технический университет. - Новосибирск : НГТУ, 2011. - 80 с. - ISBN 978-5-7782-1616-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228885	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Индивидуальный неограниченный доступ
Кетова, Н.П. Реализация маркетинга взаимодействия в новой модели управления предпринимательским поведением компаний на целевых рынках : монография / Н.П. Кетова, Н.Г. Ларкина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Южный федеральный университет», Экономический факультет. - Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2011. - 244 с. - библиогр. с: С. 226-242. - ISBN 978-5-9275-0824-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241085	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Индивидуальный неограниченный доступ
Учебно-методическая литература для самостоятельной работы		
Савчук, Г.А. Управление маркетингом на предприятии / Г.А. Савчук, Ю.В. Мокерова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 117 с. : ил - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7996-1267-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241085	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Индивидуальный неограниченный доступ

Карта материально-технической базы дисциплины
«Маркетинг в образовании»
для обучающихся образовательной программы
направление подготовки 44.04.01 Педагогическое образование,
направленность (профиль) Управление образованием и проектный менеджмент
по заочной форме обучения

Номер аудитории/помещения 660017, Красноярский край, г. Красноярск, ул. К. Маркса, зд. 100, (Корпус № 3)	Оборудование (наглядные пособия, макеты, модели, лабораторное оборудование, компьютеры, интерактивные доски, проекторы, информационные технологии, программное обеспечение и др.)
Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	
1-04	- Учебная доска -1 шт., стол для инвалида-колясочника 1000*600 рег. -1 шт. - Программного обеспечения – нет
1-06	- Учебная доска-1шт., проектор-1шт., компьютер -1шт., экран-1шт. - Программное обеспечение: Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
2-01	- Учебная доска-1шт., проектор-1шт., экран-1шт., системный блок-1шт. - Программного обеспечения – нет
2-02	- Учебная доска-1шт., интерактивная доска-1шт., шкаф-1шт., проектор-1 шт. - Программного обеспечения – нет
2-03	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
2-04	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
2-05	- Компьютер-3шт., МФУ-2шт., принтер-1шт. - Программное обеспечение: Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
2-06 (Учебно-исследовательская лаборатория «Центр психологических и педагогических исследований»)	- Компьютер-10шт., интерактивная доска с встроенным проектором-1шт., телевизор-1шт., учебно-методическая литература - Программное обеспечение: Microsoft® Windows® 8.1 Professional (ОЕМ лицензия, контракт № 20А/2015 от 05.10.2015); KasperskyEndpointSecurity – Лиц сертификат №1В08-190415-050007-883-951; 7-Zip - (Свободная лицензия GPL); AdobeAcrobatReader – (Свободная лицензия); Google Chrome – (Свободная лицензия); Mozilla Firefox – (Свободная лицензия); LibreOffice – (Свободная лицензия GPL); XnView – (Свободная лицензия); Java – (Свободная лицензия); VLC – (Свободная лицензия); PsychometricExpert-8 (Контракт № 11/09С от24.09.2015)
2-07 (Аудитория для тренингов)	- МФУ-1шт., магнитофон-1шт. - Программного обеспечения – нет
2-09	- Флипчарт-1шт., маркерная доска-1шт., телевизор-1шт. - Программного обеспечения – нет
2-10	- Учебная доска -1шт., таблицы по детской психологии, проектор-1шт., экран-1шт., компьютер – 1шт., интерактивная

	доска-1шт., маркерная доска-1шт. - Программное обеспечение: Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
3-01	- Учебная доска-1шт., проектор-1шт., интерактивная доска-1шт., схемы и таблицы по менеджменту, компьютер- 1шт. - Программное обеспечение: Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
3-01a	- Компьютер-1шт., МФУ-1шт., принтер-1шт., сканер-1шт., проектор-1шт., ноутбук-1шт. - Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
3-03	- Проектор-1шт., учебная доска-1шт., экран-1шт., компьютер-1шт. - Программное обеспечение: Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
3-04	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
3-05	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
3-06	- Интерактивная доска с проектором-1шт., маркерная доска-1шт., системный блок-1шт. - Программное обеспечение: Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
3-07	- Оборудования – нет - Программного обеспечения – нет
3-08	- Учебная доска-1шт., экран-1шт., проектор-1шт. - Программного обеспечения – нет
3-10	- Учебная доска-1 шт., экран напольный-1шт. - Программного обеспечения – нет
4-03	- Маркерная доска-1шт., проектор- 1 шт., экран -1шт. - Программного обеспечения – нет
4-04	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
4-05	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
4-06	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
4-08	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
4-09	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
Помещения для самостоятельной работы, индивидуальных консультаций	
2-11 (Методический кабинет)	- Компьютер-14шт. - Программное обеспечение: Альт Образование 8 (лицензия № ААО.0006.00, договор № ДС 14-2017 от 27.12.2017)
4-01 (Информационно-методический ресурсный центр)	- Компьютер- 4шт. - Программное обеспечение: Альт Образование 8 (лицензия № ААО.0006.00, договор № ДС 14-2017 от 27.12.2017)