

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

Кафедра экономики и управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Направление подготовки: 44.04.01 Педагогическое образование
Направленность (профиль) образовательной программы
Экономика и управление в сфере образования
Квалификация: *магистр*
(очная форма обучения)

Красноярск 2018

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг» составлена доктором экономических наук, профессором Терещенко Н.Н.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и одобрена на заседании кафедры экономики и управления. Протокол № 10 от «10» мая 2017 г.

Заведующий кафедрой

Д-р пед. наук, профессор



Т.П. Грасс

Одобрено научно-методическим советом специальности (направления подготовки)

Протокол № _____ от « _____ » _____ 2017 г.

Председатель НМСС (Н)

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг» составлена доктором экономических наук, профессором Терещенко Н.Н.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и одобрена на заседании кафедры экономики и управления. Протокол № 10 от «16» мая 2018 г.

Заведующий кафедрой

д-р пед. наук, профессор



Т.П. Грасс

Одобрено научно-методическим советом специальности (направления подготовки)

Протокол № _____ от « _____ » _____ 2018 г.

Председатель НМСС

Оглавление

I. Пояснительная записка	5
II. Организационно-методические документы	13
Технологическая карта обучения дисциплине.....	13
Содержание основных разделов и тем дисциплины.....	14
Методические рекомендации по освоению дисциплины.....	19
III. Компоненты мониторинга учебных достижений	26
Технологическая карта рейтинга дисциплины.....	26
Фонд оценочных средств.....	28
Анализ результатов обучения и перечень корректирующих мероприятий по дисциплине.....	40
IV. Учебные ресурсы	41
Карта литературного обеспечения дисциплины.....	44
Карта материально-технической базы дисциплины.....	47
Лист внесения изменений.....	49

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг» разработана на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование (уровень магистратуры),) (приказ от 21 ноября 2014 г. № 1505), и Федерального закона "Об образовании в РФ" от 29.12.2012 № 273-ФЗ.

Место дисциплины в структуре образовательной программы.:
Дисциплина «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг» относится к дисциплинам вариативной части учебного плана основной образовательной программы и изучается во 3 семестре 2 курса обучения. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.ДВ 01.02.04.

Трудоемкость дисциплины включает в себя общий объем времени, отведенного на изучение дисциплины в количестве 180 часов (5 ЗЕТ). На контактную работу с преподавателем отводится 24 часа, в том числе 4 часа- лекционные занятия, 20 часов- практические занятия(семинаров), на самостоятельную работу отводится 120 часов, 36 часов - итоговый контроль (экзамен).

Целью освоения дисциплины является содействие формированию профессиональных компетенций по овладению студентами системой теоретических и практических знаний, умений и навыков работы по формированию основ знания методологии и практики проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг.

В содержании дисциплины рассматриваются методологические и практические основы разработки маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, предназначенные для дальнейшего успешного развития рынка образовательных услуг и повышения эффективности деятельности образовательных организаций различного уровня путем

наиболее полного удовлетворения спроса конечного потребителя в соответствие с развитием рынка труда.

Задачи программы:

-раскрыть содержание и сущность понятия «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг», обеспечив осознание магистрантами их роли в управлении образовательной деятельностью;

-научить определять методологические основы и проблемы маркетинговых исследований рынка образовательных услуг и выбирать соответствующие методы для их проведения релевантно целям и задачам деятельности образовательных организаций;

-сформировать и развить навыки проведения практических маркетинговых исследований рынка образовательных услуг по разным направлениям (исследование спроса и предложения, исследование потребителей, исследование конкурентов и др.).

Необходимая для маркетингового анализа информация собирается из разных источников и обеспечивает возможность проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, которые имеют сложную классификацию: по направлениям, целям, задачам и процедуре их реализации. Все эти и другие проблемы маркетинговых исследований рынка образовательных услуг рассматриваются в данном курсе как важнейший теоретико - методологический базис прикладного характера, учитывающий тип образовательной организации, возможность адаптации к меняющимся внешним и внутренним условиям, сферу деятельности и др.

Планируемые результаты обучения. В результате изучения дисциплины студент должен обладать **профессиональными компетенциями (ПК)** – *в области педагогической деятельности:*

- способностью формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики (ПК-2);

-готовностью изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа (ПК-13).

-готовностью исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы (ПК-14).

Планируемые результаты обучения

Таблица 1.

Задачи освоения дисциплины	Планируемые результаты обучения по дисциплине (дескрипторы)	Код результата обучения (компетенция)
Изучение механизма проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг	<p>Знать: категорийный аппарат в области маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, сущность и классификацию маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, последовательность проведения маркетингового исследования рынка образовательных услуг, методический инструментарий для сбора, анализа, обработки и хранения информации в процессе маркетинговых исследований рынка образовательных услуг с использованием современных информационных технологий и с учетом отечественного и зарубежного опыта проведения исследования;</p> <p>Уметь: понимать и использовать в процессе маркетинговых исследований рынка образовательных услуг основных теоретических и методологических</p>	<p>-способностью формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики (ПК-2);</p> <p>-готовностью изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа (ПК-13).</p> <p>-готовностью исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы (ПК-14).</p>

Задачи освоения дисциплины	Планируемые результаты обучения по дисциплине (дескрипторы)	Код результата обучения (компетенция)
	<p>основ маркетинговых исследований, механизма проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг;</p> <p>Владеть: навыками применения механизма проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг в практике в управленческом процессе с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системе.</p>	
<p>Изучение методики и практики формирования информационной базы маркетинговых исследований рынка образовательных услуг</p>	<p>Знать: методические подходы к формированию информационной базы маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, сущность количественных и качественных методов сбора информации с использованием информационных технологий и с учетом отечественного и зарубежного опыта;</p> <p>Уметь: понимать и использовать в процессе маркетинговых исследований рынка образовательных услуг основных методов сбора, обработки и анализа информации и маркетингового исследования с использованием информационных технологий и с учетом отечественного и зарубежного опыта путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа;</p> <p>Владеть: навыками формирования информационной базы для маркетинговых исследований рынка образовательных услуг в управленческом процессе с использованием инновационных</p>	<p>- способностью формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики (ПК-2);</p> <p>-готовностью изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа (ПК-13).</p> <p>-готовностью исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы (ПК-14).</p>

Задачи освоения дисциплины	Планируемые результаты обучения по дисциплине (дескрипторы)	Код результата обучения (компетенция)
	технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системе.	
Изучение методологических основ маркетинговых исследований потребностей и спроса на рынке образовательных услуг	<p>Знать: методологические подходы к маркетинговым исследованиям спроса и потребностей на рынке образовательных услуг, сегментирования потребителей образовательных услуг на рынке с целью формирования образовательной среды и использования профессиональных знаний и умений в реализации задач инновационной образовательной политики с учетом отечественного и зарубежного опыта;</p> <p>Уметь: использовать в процессе маркетинговых исследований рынка методик маркетинговых исследований СП образовательных услуг, признаков сегментирования потребителей с использованием информационных технологий и с учетом отечественного и зарубежного опыта путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа;</p> <p>Владеть: навыками изучения и применения основных методик маркетинговых исследований спроса и потребностей на рынке образовательных услуг в управленческом процессе с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системе.</p>	<p>- способностью формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики (ПК-2);</p> <p>-готовностью изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа (ПК-13).</p> <p>-готовностью исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы (ПК-14).</p>

Задачи освоения дисциплины	Планируемые результаты обучения по дисциплине (дескрипторы)	Код результата обучения (компетенция)
Изучение методологических и практических подходов к проведению маркетинговых исследований конъюнктуры, емкости, привлекательности рынка образовательных услуг	<p>Знать: методологические подходы к маркетинговым исследованиям конъюнктуры, емкости, привлекательности рынка образовательных услуг с целью формирования образовательной среды и использования профессиональных знаний и умений в реализации задач инновационной образовательной политики с учетом отечественного и зарубежного опыта;</p> <p>Уметь: использовать в процессе маркетинговых исследований рынка образовательных услуг методик и научных подходов исследования конъюнктуры, емкости, привлекательности рынка образовательных услуг с использованием информационных технологий и с учетом отечественного и зарубежного опыта путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа;</p> <p>Владеть: навыками изучения и применения основных методик маркетинговых исследований конъюнктуры, емкости, привлекательности рынка образовательных услуг в управленческом процессе с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системе.</p>	<p>-способностью формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики (ПК-2);</p> <p>-готовностью изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа (ПК-13).</p> <p>-готовностью исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы (ПК-14).</p>
Изучение методологических и практических подходов к проведению исследований основных элементов маркетинговой среды и политики образовательной	<p>Знать: методологические и практические подходы к проведению исследований основных элементов маркетинговой среды и политики образовательной организации с</p>	<p>-способностью формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики</p>

Задачи освоения дисциплины	Планируемые результаты обучения по дисциплине (дескрипторы)	Код результата обучения (компетенция)
организации	<p>целью формирования образовательной среды и использования профессиональных знаний и умений в реализации задач инновационной образовательной политики с учетом отечественного и зарубежного опыта;</p> <p>Уметь: использовать в процессе маркетинговых исследований рынка образовательных услуг методик и научных подходов исследования основных элементов маркетинговой среды и политики образовательной организации с учетом отечественного и зарубежного опыта путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа;</p> <p>Владеть: навыками изучения и применения основных методик маркетинговых исследований основных элементов маркетинговой среды и политики образовательной организации с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системе.</p>	<p>(ПК-2);</p> <p>-готовностью изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа (ПК-13).</p> <p>-готовностью исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы (ПК-14).</p>

Контроль результатов освоения дисциплины

В качестве методов текущего контроля успеваемости используются:

- выполнение проекта;
- подготовка к семинарским занятиям;

- написание рефератов;

-подготовка докладов.

Формой итогового контроля является экзамен.

Оценочные средства результатов освоения дисциплины, критерии оценки выполнения заданий представлены в разделе «Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации»

Перечень образовательных технологий

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий.

Традиционные образовательные технологии представлены занятиями лекционного и семинарского (практического) типа.

Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий:

- 1.Интерактивные технологии (дискуссии, проблемный семинар)
- 2.Технология проблемного обучения.
- 3.Информационные технологии.

Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

II. Организационно- методические документы

2.1 Технологическая карта обучения дисциплине «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг»

(наименование)

для студентов магистратуры

направления **44.04.01 Педагогическое образование**

Направленность (профиль) образовательной программы Экономика и управление в сфере образования

(наименование, шифр)

по **очной** форме обучения

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего часов	Контактные				Самостоятельная работа	Формы и методы контроля
		Всего	Лек	Пр	Лаб		
БАЗОВЫЙ РАЗДЕЛ № 1 Теоретико- методологические подходы к маркетинговым исследованиям рынка образовательных услуг							
<i>Механизм проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг</i>	23	3	1	2	-	20	Доклад, реферат
<i>Методики и практики формирования информационной базы маркетинговых исследований рынка образовательных услуг</i>	23	3	1	2	-	20	Доклад, реферат
БАЗОВЫЙ РАЗДЕЛ № 2 Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг							
<i>Маркетинговые исследования спроса и потребностей на рынке образовательных услуг</i>	39	7	1	6	-	30	Реферат, проект
<i>Маркетинговые исследования</i>	24,5	4,5	0,5	4		20	Реферат,

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего часов	Контактные				Самостоятельная работа	Формы и методы контроля
		Всего	Лек	Пр	Лаб		
<i>конъюнктуры, емкости, привлекательности рынка образовательных услуг</i>							проект
<i>Исследования основных элементов маркетинговой среды и политики образовательной организации</i>	36,5	6,5	0,5	6		30	Реферат, проект
ИТОГО	144	24	4	20	-	120	
Форма итогового контроля по уч. плану	36						экзамен

2.2 Содержание основных разделов и тем дисциплины

Дисциплина предназначена для студентов педагогического образования. Максимальное внимание уделяется освещению наиболее актуальных проблем методологии в маркетинговых исследованиях рынка образовательных услуг. В структуре программы учтена также степень разработанности отдельных проблем маркетинговых исследований рынка образовательных услуг. Изучение дисциплины завершается экзаменом.

БАЗОВЫЙ РАЗДЕЛ № 1. Теоретико- методологические подходы к маркетинговым исследованиям рынка образовательных услуг (тема 1-2)

Тема 1. Механизм проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг

Понятие и виды маркетинговых исследований рынка образовательных услуг. Научно-методологические подходы и принципы маркетинговых исследований рынка образовательных услуг .Цели, задачи, предмет и объект маркетинговых исследований рынка образовательных услуг. Последовательность маркетинговых исследований рынка образовательных

услуг и ее характеристика. Проблемы и необходимость маркетинговых исследований рынка образовательных услуг.

Тема 2 . Методики и практики формирования информационной базы маркетинговых исследований рынка образовательных услуг

Формирование информационной базы маркетинговых исследований рынка образовательных услуг. Виды информации о рынке образовательных услуг и их классификация. Последовательность сбора и обработки информации для маркетинговых исследований рынка образовательных услуг. Количественные методы сбора информации для маркетинговых исследований рынка образовательных услуг. Качественные методы сбора информации для маркетинговых исследований рынка образовательных услуг. Проблемы формирования информационной базы маркетинговых исследований рынка.

БАЗОВЫЙ РАЗДЕЛ № 2. Маркетинговые исследования рынка образовательных (тема3-5)

Тема 3. Маркетинговые исследования спроса и потребностей на рынке образовательных услуг

Научно-методологические подходы и виды маркетинговых исследований спроса на образовательные услуги. Этапы маркетингового исследования спроса на образовательные услуги и их характеристика
Эластичность спроса на образовательные услуги по цене : понятие, методика расчета. Эластичность спроса на образовательные услуги по доходам: понятие, методика расчета.

Изучение и оценка степени удовлетворенности спроса на образовательные услуги. Изучение и оценка неудовлетворенного спроса при

проведении маркетинговых исследований рынка образовательных услуг. Технологическая схема обработки и анализа информации о спросе на образовательные услуги.

Современные научные подходы к классификации видов исследований спроса при проведении маркетинговых исследований рынка образовательных услуг. Проблемы маркетинговых исследований спроса на рынке образовательных услуг. Необходимость проведения маркетинговых исследований спроса и использование их результатов при формировании образовательной среды и использования профессиональных знаний и умений в реализации задач инновационной образовательной политики.

Тема 4. Маркетинговые исследования конъюнктуры, емкости, привлекательности рынка образовательных услуг

Конъюнктура рынка образовательных услуг: понятие, методика исследования. Методика исследования факторов, определяющие конъюнктуру рынка образовательных услуг. Емкость рынка образовательных услуг: понятие, методы расчета. Методика исследования факторов, определяющие емкость рынка образовательных услуг. Привлекательность рынка образовательных услуг и критерии ее оценки. Проблемы маркетинговых исследований конъюнктуры, емкости, привлекательности рынка образовательных услуг.

Тема 5. Исследования основных элементов маркетинговой среды и политики образовательной организации

Маркетинговые исследования потребителей образовательных услуг. Основные признаки сегментирования потребителей рынка образовательных услуг и их характеристика. Оценка ценовой стратегии образовательной организации и ее эффективности в условиях внешней среды. Исследование конкурентного окружения образовательной организации и ее конкурентных

преимуществ. Маркетинговые исследования потребностей и предложения на рынке образовательных услуг. Изучение маркетинговых коммуникаций образовательной организации и их эффективности. Исследование маркетинговой среды деятельности образовательной организации. Оценка рекламной стратегии образовательной организации и ее эффективности в условиях внешней среды.

Изучение дисциплины завершается экзаменом.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: категоричный аппарат в области маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, сущность и классификацию маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, последовательность проведения маркетингового исследования рынка образовательных услуг, методический инструментарий для сбора, анализа, обработки и хранения информации в процессе маркетинговых исследований рынка образовательных услуг с использованием современных информационных технологий и с учетом отечественного и зарубежного опыта проведения исследования; методические подходы к формированию информационной базы маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, сущность количественных и качественных методов сбора информации с использованием информационных технологий и с учетом отечественного и зарубежного опыта; методологические подходы к маркетинговым

исследованиям спроса и потребностей на рынке образовательных услуг, сегментирования потребителей образовательных услуг на рынке, конъюнктуры, емкости, привлекательности рынка образовательных услуг; методологические и практические подходы к проведению исследований основных элементов маркетинговой среды и политики образовательной организации с целью формирования образовательной среды и использования профессиональных знаний и умений в реализации задач инновационной образовательной политики с учетом отечественного и зарубежного опыта.

Уметь: понимать и использовать в процессе маркетинговых исследований рынка образовательных услуг основных теоретических и методологических основ маркетинговых исследований, механизма проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг; основных методов сбора, обработки и анализа информации и маркетингового исследования с использованием информационных технологий; использовать в процессе маркетинговых исследований рынка методик маркетинговых исследований образовательных услуг, признаков сегментирования потребителей с использованием информационных технологий; использовать в процессе маркетинговых исследований рынка образовательных услуг методик и научных подходов исследования конъюнктуры, емкости, привлекательности рынка образовательных услуг, основных элементов маркетинговой среды и политики образовательной организации с учетом отечественного и зарубежного опыта путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа.

Владеть: навыками применения механизма проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, формирования информационной базы, основных методик маркетинговых исследований спроса и потребностей, основных элементов маркетинговой среды и политики образовательной организации в практике в управленческом

процессе с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системе.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК)** – *в области педагогической деятельности:*

-способностью формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики (ПК-2);

-готовностью изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа (ПК-13).

-готовностью исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы (ПК-14).

2.3 Методические рекомендации по освоению дисциплины

Основные формы организации обучения по дисциплине включают в себя:

- проведение занятий лекционного типа (в виде проблемных лекций);
- проведение занятий семинарского типа (в виде практической работы, коллективных форм обсуждения, мозговых штурмов, работы в микрогруппах);
- различные формы самостоятельной работы.

Формы организации учебного процесса по дисциплине «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг»:

Лекции.

Главная задача лекционных занятий по дисциплине «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг» - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности к осуществлению

аналитической деятельности, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

В процессе изложения учебного материала по дисциплине «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг» применяется проблемная лекция, на которой новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. Содержание проблемы раскрывается путем организации поиска ее решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения.

Семинарские занятия по дисциплине «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг» формируют исследовательский подход к изучению учебного материала. Главной целью семинаров является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка. Семинарские занятия по дисциплине позволяют закрепить знания, умения и навыки, полученные студентами во время лекций и самостоятельной работы. Формы организации семинарских занятий разнообразны и позволяют закрепить как устные, так и письменные коммуникативные компетенции. На семинарских занятиях проводится промежуточный контроль знаний.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине включает самостоятельную работу с лекционным (теоретическим) материалом, подготовку к семинарским работам, самостоятельную работу с литературой, информационными базами данных, и является необходимым этапом учебной деятельности.

Самостоятельная работа по дисциплине проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- развития познавательных способностей и активности обучающихся;
- формирования самостоятельности;

- развития исследовательских умений.

Самостоятельная работа включает подготовку по теоретическому материалу с использованием различных форм работы:

1. Подготовка доклада.

2. Подготовка и презентация реферата.

3. Выполнение индивидуального или коллективного исследовательского проекта по маркетинговым исследованиям рынка образовательных услуг.

Доклад – вид самостоятельной работы, используется в учебной и внеучебной деятельности, способствующий формированию навыков исследовательской работы и расширяющий познавательные интересы, научное мышление.

При подготовке доклада по заданной теме следует составить план, подобрать основные источники отечественных и зарубежных авторов по теме исследования. Работая с источниками, важно систематизировать полученные сведения, сделать выводы и обобщения. К докладу по крупной теме могут привлекаться несколько студентов, между которыми распределяются вопросы выступления. Структура любого доклада может быть представлена следующим образом: -постановка проблемы;

- систематизированное изложение основных результатов изучения проблемы (направления исследований, основные положения теорий, основные научные результаты (достижения) в изучении феноменов, процессов, явлений в рамках излагаемой проблемы, спорные или неизученные аспекты);

-выводы и обобщение.

Типичные разделы доклада: актуальность проблемы; основные теоретические положения, на которых вы основываетесь; цель, задачи и

гипотеза исследования; методы, результаты; сравнение с литературными данными; обсуждение результатов, планы на будущее и т.п.

Подготовка и презентация реферата.

Реферат (от лат. referre - докладывать, сообщать) - краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемой теме.

Написание реферата, доклада практикуется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития навыков самостоятельного научного поиска и изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п. С помощью рефератов студент глубже постигает наиболее сложные проблемы курса экономики, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда. Подготовка рефератов способствует, закреплению у него знаний по экономике, развитию умения самостоятельно анализировать многообразные экономические процессы.

Работа над рефератом сводится к следующим этапам:

-Выбор темы реферата. Перечень тем реферата определяется преподавателем, который ведет дисциплину. Вместе с тем, магистранту предоставляется право самостоятельной формулировки темы реферата с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки и согласованием с преподавателем. Рассмотрев инициативную тему реферата преподаватель имеет право ее отклонить, аргументировав свое решение, или, при согласии магистранта, переформулировать тему.

-Предварительная проработка литературы по теме и составление «рабочего» плана реферата.

Подбор литературы следует начинать сразу же после выбора темы реферата. Первоначально с целью обзора имеющихся источников целесообразно обратиться к электронным ресурсам в сети Интернет и, в частности, к электронным информационным ресурсам КГПУ им. В.П.Астафьева. При подборе литературы следует также обращаться к предметно-тематическим каталогам и библиографическим справочникам библиотеки КГПУ им. В.П.Астафьева, публичных библиотек города.

Работа над предварительным планом необходима, поскольку она дает возможность еще до начала написания реферата выявить логические неточности, информационные накладки, повторы, неверную последовательность параграфов, неудачные формулировки выделенных частей или даже реферата в целом.

Рабочий план реферата разрабатывается магистрантом самостоятельно и может согласовываться с преподавателем.

-Конкретизация необходимых элементов реферата.

Реферат должен иметь четко определенные цель и задачи, объект, предмет и методы исследования. Их необходимо сформулировать до начала непосредственной работы над текстом.

Впоследствии формулировка цели, задач, объекта, предмета и методов исследования составят основу Введения к реферату.

-Сбор и систематизация литературы.

Основные источники, использование которых возможно и необходимо в реферате, следующие:

- учебники, рекомендованные Министерством образования и науки РФ;
- электронные ресурсы КГПУ им. В.П.Астафьева на русском и иностранном языках;
- статьи в специализированных и научных журналах;
- диссертации и монографии по изучаемой теме;
- инструктивные материалы и законодательные акты (только последних изданий);
- данные эмпирических и прикладных исследований (статистические данные, качественные интервью и т.д.)
- материалы Интернет-сайтов.

-Написание основной части реферата.

Изложение материала должно быть последовательным и логичным. Общая логика написания параграфа сводится к стандартной логической схеме «Тезис - Доказательство - Вывод» (количество таких цепочек в параграфе, как правило, ограничивается тремя – пятью доказанными тезисами).

Все разделы реферата должны быть связаны между собой. Особое внимание следует обращать на логические переходы от одной главы к другой, от параграфа к параграфу, а внутри параграфа – от вопроса к вопросу.

-Представление реферата преподавателю.

Реферат представляется преподавателю в напечатанном виде в установленные сроки. Преподаватель проверяет реферат и при наличии замечаний указывает их в письменной рецензии. Студент должен исправить все замечания и представить реферат на повторную проверку. При допуске

реферата к защите преподавателем магистрант готовится к презентации и публичной защите реферата.

Защита реферата.

Защита реферата осуществляется в форме публичной дискуссии с презентацией основных результатов реферата.

Рефераты пишутся по наиболее актуальным темам. В них на основе тщательного анализа и обобщения научного материала сопоставляются различные взгляды авторов и определяется собственная позиция студента с изложением соответствующих аргументов.

Темы рефератов должны охватывать и дискуссионные, проблемные вопросы экономики. Они призваны отражать передовые научные идеи, обобщать тенденции экономической практики.

Выполнение индивидуального или коллективного исследовательского проекта по маркетинговым исследованиям рынка образовательных услуг.

Студенты на основе изучения теоретического материала и собственного практического опыта проводят самостоятельные научно-практические исследования в области маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, результатом которых является разработка индивидуального или коллективного исследовательского проекта. Разработка проекта позволяет оценивать и диагностировать знание теоретико- методологических и практических подходов разработки конкретных проектов в сфере маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, теоретического и фактического учебного и научного материала по маркетинговым исследованиям рынка, умение правильно использовать специальные термины и понятия, методологические подходы, узнавание объектов изучения ; позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал по изучаемой дисциплине с позиций различных методологических подходов, установлением причинно-следственных связей.

III. Компоненты мониторинга учебных достижений

3.1 ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА РЕЙТИНГА ДИСЦИПЛИНЫ

для студентов магистратуры

направления **44.03.01 Педагогическое образование**

Направленность (профиль) образовательной программы Экономика и управление в сфере образования

(наименование, шифр)

по очной форме обучения

(общая трудоемкость дисциплины 5 з.е.)

Наименование дисциплины	Направление подготовки и уровень образования (бакалавриат, магистратура, аспирантура) Наименование программы/ профиля	Количество зачетных единиц
Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг	магистратура	5
Смежные дисциплины по учебному плану		
Предшествующие: маркетинговые исследования рынка		
Последующие: Научно-исследовательская работа		
Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы		

Входной модуль (проверка «остаточных» знаний по ранее изученным смежным дисциплинам)			
	Форма работы	Количество баллов 5 %	
		min	max
	Тестирование	0	5
Итого		0	5

Базовый модуль № 1			
	Форма работы	Количество баллов 23%	
		min	max
Текущая работа	Доклад	5	7
	Реферат	5	11
Промежуточный рейтинг-контроль	Собеседование	3	5
Итого		13	23

Базовый модуль № 2			
	Форма работы	Количество баллов 52%	
		min	max
Текущая работа	Доклад	5	7
	Реферат	5	11
	Проект	19	29
Промежуточный рейтинг-контроль	Защита проекта	3	5
Итого		32	52

Итоговый модуль			
Содержание	Форма работы	Количество баллов 20%	
		min	max
	Собеседование	15	20
Итого		15	20
Общее количество баллов по дисциплине (по итогам изучения всех модулей, без учета дополнительного модуля)		min	max
		60	100

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ			
	Форма работы	Количество баллов	
		min	max
	Активность при изучении дисциплины	0	10
	Участие в конференциях (участие 5 баллов, призовое место 10 баллов)	0	(5) 10
	Научная публикация	0	10
Итого		0	10
Общее количество баллов по дисциплине (по итогам изучения всех модулей, без учета дополнительного модуля)		min	max
		30	100

Соответствие рейтинговых баллов и академической оценки:

<i>Общее количество набранных баллов*</i>	<i>Академическая оценка</i>
60 – 72	3 (удовлетворительно)
73 – 86	4 (хорошо)
87 – 100	5 (отлично)

3.2. Фонд оценочных средств (контрольно-измерительные материалы)

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Красноярский государственный педагогический университет
им. В.П. Астафьева»**

Институт социально-гуманитарных технологий

Кафедра-разработчик - кафедра экономики и управления

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры экономики и
управления

протокол № 10 от «16» мая 2018 г.
Заведующий кафедрой Т.П.Грасс

ОДОБРЕНО

На заседании научно-методического совета
специальности (направления подготовки)
«11» июня 2018 г. Протокол № 5
Председатель НМСС (Н) Кухар М.А.

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
УСЛУГ**

Направление подготовки: 44.04.01 Педагогическое образование
Направленность (профиль) образовательной программы
Экономика и управление в сфере образования

Квалификация: *Магистр*
(очная форма обучения)

Составитель: Терещенко Н.Н., профессор кафедры экономики и управления¹.

1. Назначение фонда оценочных средств

1.1. **Целью** создания ФОС дисциплины «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг» является установление соответствия учебных достижений запланированным результатам обучения, результатам освоения и требованиям основной профессиональной образовательной программы, рабочей программы дисциплины.

1.2. ФОС по дисциплине решает **задачи**:

– оценка достижений обучающихся в процессе изучения дисциплины, с определением положительных/отрицательных результатов и планирование корректирующих мероприятий;

– обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс университета;

– совершенствование самоподготовки и самоконтроля обучающихся.

1.3. ФОС разработан на основании **нормативных документов**:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование (уровень магистратуры),) (приказ от 21 ноября 2014 г. № 1505), и Федерального закона "Об образовании в РФ" от 29.12.2012 № 273-ФЗ;

- образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 44.03.01 Педагогическое образование, уровень подготовки – магистратура;

- Положения о формировании фонда оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре в КГПУ им. В.П. Астафьева» (приказ № 297 (п) от 28.04.2018).

2. Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины.

2.1. Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины:

профессиональными компетенциями (ПК) – в области педагогической деятельности:

- способностью формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики (ПК-2);

-готовностью изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа (ПК-13).

-готовностью исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы (ПК-14).

2.2. Этапы формирования и оценивания компетенций

Компетенция	Этап формирования компетенции	Модули дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Тип контроля	Оценочное средство/ КИМы	
				Номер	Форма
ПК-2 способностью формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики	Ориентировочный	БАЗОВЫЙ РАЗДЕЛ № 1; БАЗОВЫЙ РАЗДЕЛ № 2.	Текущий контроль	4.2.3.	Реферат
	Когнитивный			4.2.1	Доклад
	Праксиологический			4.2.2	Проект
	Рефлексивно-оценочный		Промежуточная аттестация	3.2.1	Экзамен
ПК-13 готовностью изучать состояние и потенциал	Ориентировочный	БАЗОВЫЙ РАЗДЕЛ № 1;	Текущий контроль	4.2.3.	Реферат
				4.2.1	Доклад
	Когнитивный			4.2.2	Проект

Компетенция	Этап формирования компетенции	Модули дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Тип контроля	Оценочное средство/ КИМы	
				Номер	Форма
управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа	Праксиологический	БАЗОВЫЙ РАЗДЕЛ № 2.	Промежуточная аттестация	3.2.1	Экзамен
	Рефлексивно-оценочный				
ПК-14 готовностью исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы	Когнитивный Ориентировочный	БАЗОВЫЙ РАЗДЕЛ № 1;	Текущий контроль	4.2.3.	Реферат
	Праксиологический	БАЗОВЫЙ РАЗДЕЛ № 2		4.2.1	Доклад
	Рефлексивно-оценочный			4.2.2	Проект
			Промежуточная аттестация	3.2.1	Экзамен

3. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

3.1. Фонды оценочных средств включают: собеседование по вопросам к экзамену

3.2. Оценочные средства

3.2.1 Оценочное средство собеседование по вопросам к экзамену.

Критерии оценивания по оценочному средству собеседование по вопросам к экзамену.

Формируемые компетенции	Продвинутый уровень сформированности компетенций	Базовый уровень сформированности компетенций	Пороговый уровень сформированности компетенций
	(87 - 100 баллов) отлично/зачтено	(73 - 86 баллов) хорошо/зачтено	(60 - 72 баллов)* удовлетворительно/ зачтено
способностью формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики (ПК-2)	Обучающийся на высоком уровне проявляет способность формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики	Обучающийся на среднем уровне проявляет способность формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики	Обучающийся на удовлетворительном уровне проявляет способность формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики
готовностью исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы (ПК-14)	Студент проявляет готовность к исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы на высоком уровне	Студент проявляет готовность к исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы на среднем уровне	Студент проявляет готовность к исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы на удовлетворительном уровне

			уровне
готовностью изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа (ПК-13)	Обучающийся на высоком уровне готов изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа	Обучающийся на среднем уровне готов изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа	Обучающийся на низком уровне готов изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа

*Менее 60 баллов – компетенция не сформирована

4. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости

4.1. Фонды оценочных средств включают: доклад, реферат, исследовательский проект.

4.2.1. Критерии оценивания по оценочному средству доклад

Критерии оценивания	Количество баллов (вклад в рейтинг)
Полнота, последовательность и структурированность изложения вопроса	1
Аналитический подход к рассмотрению вопроса	3
Аргументированность собственной точки зрения.	2
Ответы на дополнительные вопросы	1
Максимальный балл	7

4.2.2. Критерии оценивания оценочного средства исследовательский проект

Критерии оценивания	Количество баллов (вклад в рейтинг)
Проект содержит глубокий анализ проблемы, обучающийся опирается на теоретические знания и демонстрирует практические навыки проведения исследования по выявленной проблеме	15
Наличие различных точек зрения и научно-методологических подходов к проведению исследования как отечественных, так и зарубежных ученых	5
Обращение к материалам собственной исследовательской деятельности	9
Максимальный балл	29

4.2.3. Критерии оценивания по оценочному средству реферат

Критерии оценивания	Количество баллов (вклад в рейтинг)
Полнота, последовательность и структурированность изложения вопроса.	2
Аналитический подход к рассмотрению вопроса	3
Привлечение доказательной базы (статистики, исследований)	2
Аргументированность собственной точки зрения.	2
Ответы на дополнительные вопросы.	2
Максимальный балл	11

5. Оценочные средства (контрольно-измерительные материалы)

5.1. Типовые вопросы к собеседованию на экзамене по дисциплине «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг»:

1. Понятие и виды маркетинговых исследований рынка образовательных услуг.
2. Научно-методологические подходы и принципы маркетинговых исследований рынка образовательных услуг.
3. Последовательность маркетинговых исследований рынка образовательных услуг и ее характеристика.
4. Формирование информационной базы маркетинговых исследований рынка образовательных услуг.
5. Виды информации о рынке образовательных услуг и их классификация .
6. Научно-методологические подходы и виды маркетинговых исследований спроса на образовательные услуги.
7. Этапы маркетингового исследования спроса на образовательные услуги и их характеристика.
8. Эластичность спроса на образовательные услуги по цене : понятие, методика расчета.
9. Эластичность спроса на образовательные услуги по доходам: понятие, методика расчета.
- 10.Изучение и оценка степени удовлетворенности спроса на образовательные услуги.
- 11.Изучение и оценка неудовлетворенного спроса на образовательные услуги.
12. Технологическая схема обработки и анализа информации о спросе на образовательные услуги.
- 13.Количественные методы сбора информации для маркетинговых исследований рынка образовательных услуг.

14. Качественные методы сбора информации для маркетинговых исследований рынка образовательных услуг.
15. Сегментирование рынка образовательных услуг: понятие, принципы, виды.
16. Маркетинговые исследования потребителей образовательных услуг.
17. Основные признаки сегментирования потребителей рынка образовательных услуг и их характеристика.
18. Конъюнктура рынка образовательных услуг: понятие, методика исследования.
19. Методика исследования факторов, определяющие конъюнктуру рынка образовательных услуг.
20. Емкость рынка образовательных услуг: понятие, методы расчета.
21. Методика исследования факторов, определяющие емкость рынка образовательных услуг.
22. Оценка ценовой стратегии образовательной организации и ее эффективности в условиях внешней среды.
23. Привлекательность рынка образовательных услуг и критерии ее оценки.
24. Исследование конкурентного окружения образовательной организации и ее конкурентных преимуществ.
25. Маркетинговые исследования потребностей и предложения на рынке образовательных услуг.
26. Изучение маркетинговых коммуникаций образовательной организации и их эффективности.
27. Исследование маркетинговой среды деятельности образовательной организации.
28. Оценка рекламной стратегии образовательной организации и ее эффективности в условиях внешней среды.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

6.1. Примерные разделы индивидуального или коллективного исследовательского проекта «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг»:

1. Изучение и оценка факторов, определяющих развитие рынка образовательных услуг.
2. Маркетинговые исследования потребностей и предложения на рынке образовательных услуг.
3. Исследование конкурентного окружения образовательной организации и ее конкурентных преимуществ.
4. Маркетинговые исследования спроса на образовательные услуги.
5. Оценка привлекательности рынка образовательных услуг.
6. Другие аспекты маркетинговых исследований рынка – по выбору (рекламы, ценовой политики, емкости рынка и т.д.)

6.2 Тематика докладов

1. Виды информации о рынке образовательных услуг и их классификация .
2. Эластичность спроса на образовательные услуги по цене : понятие, методика расчета.
3. Эластичность спроса на образовательные услуги по доходам: понятие, методика расчета.
4. Изучение и оценка степени удовлетворенности спроса на образовательные услуги.
5. Изучение и оценка неудовлетворенного спроса на образовательные услуги.
6. Технологическая схема обработки и анализа информации о

спросе на образовательные услуги.

7. Сегментирование рынка образовательных услуг: понятие, принципы, виды.
8. Маркетинговые исследования потребителей образовательных услуг.
9. Основные признаки сегментирования потребителей рынка образовательных услуг и их характеристика.
10. Методика исследования факторов, определяющие конъюнктуру рынка образовательных услуг.
11. Методика исследования факторов, определяющие емкость рынка образовательных услуг.
12. Ценовая стратегия образовательной организации и ее эффективность.
13. Маркетинговые коммуникации образовательной организации и их эффективность.
14. Маркетинговая среда деятельности образовательной организации.
15. Рекламная стратегия образовательной организации и ее эффективность.

6.3 Примерная тематика рефератов по дисциплине

1. Современные подходы к понятию и классификации видов маркетинговых исследований рынка образовательных услуг.
2. Научно-методологические подходы и принципы маркетинговых исследований рынка образовательных услуг.
3. Последовательность маркетинговых исследований рынка образовательных услуг и ее характеристика.
4. Формирование информационной базы маркетинговых исследований рынка образовательных услуг.
5. Научно-методологические подходы и виды маркетинговых

исследований спроса на образовательные услуги.

6. Последовательность маркетингового исследования спроса на образовательные услуги и их характеристика.
7. Количественные методы сбора информации для маркетинговых исследований рынка образовательных услуг.
8. Качественные методы сбора информации для маркетинговых исследований рынка образовательных услуг.
9. Сегментирование рынка образовательных услуг: понятие, принципы, виды.
10. Конъюнктура рынка образовательных услуг: понятие, методика исследования.
11. Емкость рынка образовательных услуг: понятие, методы расчета.
12. Оценка ценовой стратегии образовательной организации и ее эффективности в условиях внешней среды.
13. Привлекательность рынка образовательных услуг и критерии ее оценки.
14. Исследование конкурентного окружения образовательной организации и ее конкурентных преимуществ.
15. Маркетинговые исследования потребностей и предложения на рынке образовательных услуг.
16. Изучение маркетинговых коммуникаций образовательной организации и их эффективности.
17. Исследование маркетинговой среды деятельности образовательной организации.
18. Оценка рекламной стратегии образовательной организации и ее эффективности в условиях внешней среды.

3.3 Анализ результатов обучения и перечень корректирующих мероприятий по учебной дисциплине

Результаты освоения дисциплины анализируются преподавателем в течение семестра по результатам текущего контроля.

При наличии заказа от работодателей студентов исследований по темам, связанным с дисциплиной «Маркетинговые исследования рынка», а также при наличии личной заинтересованности студента в разработке такой темы преподавателем могут быть скорректированы темы рефератов и докладов с целью выполнения поступившего заказа.

В случае нарушения отдельными студентами графика освоения дисциплины преподаватель может выдать им индивидуальное задание не отраженное в настоящей рабочей программе.

При актуализации рабочей программы необходимо учитывать выявленные в ходе образовательного процесса недостатки, связанные с его планированием и фактическими возможностями студентов выполнения графика освоения дисциплины.

IV. УЧЕБНЫЕ РЕСУРСЫ

Учебные ресурсы представлены следующими вспомогательными средствами, обеспечивающими освоение учебной дисциплины:

3.3.1. Картой литературного обеспечения дисциплины, включающей электронные ресурсы;

3.3.2. Картой материально-технической базы дисциплины, которая содержит:

- информацию об аудиториях, где проходят занятия по дисциплине;
- об имеющемся в этих аудиториях оборудовании и ином материальном обеспечении учебного процесса;
- об аудиториях для самостоятельной работы студентов;
- сведения об информационных технологиях, используемых при осуществлении образовательного процесса.

**Карта литературного обеспечения дисциплины
«Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг»
для студентов магистратуры направления 44.04.01 Педагогическое образование**

Направленность (профиль) образовательной программы Экономика и управление в сфере образования

по очной форме обучения
(общая трудоемкость дисциплины 5 з.е.)

Наименование	Место хранения/ электронный адрес	Потребность	Кол-во экземпляров/ точек доступа
ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА			
Методология оценки эффективности маркетинговой деятельности в интернет-ориентированной среде: e-маркетинговая ориентация компаний: монография / Обухов О.В., Корнилов Г.А. - Екатеринбург - Санкт-Петербург, 2016. – 194 с.	Научная библиотека КГПУ им. В.П. Астафьева https://elibrary.ru/item.asp?id=29412220	15	10
Соловьева, Ю.Н. Маркетинг-аналитика: учебное пособие / Соловьева Ю.Н., Юлдашева О.У., Лизовская В.В., Наумов В.Н., Фирсанова О.В. - Санкт-Петербург, 2016. – 126 с.	Научная библиотека КГПУ им. В.П. Астафьева	15	15
Методы исследований в менеджменте: учебник / Головина А.Н., Дьяконова Л.П., Завьялов Д.В., Завьялова Н.Б., Мельников М.С., Сагинов Ю.Л., Сагинова О.В., Семенов А.В., Скоробогатых И.И., Строганов И.А. - Москва, 2018. – 292 с.	Научная библиотека КГПУ им. В.П. Астафьева	15	20
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА			
Управление собственным бизнесом: учебник / Рубин Ю.Б. Москва, 2016. Сер. Университетская серия (14-е издание, переработанное и дополненное) – 976 с.	Научная библиотека КГПУ им. В.П. Астафьева	15	10
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник / Скоробогатых И.И., Гринева О.О., Ефимова Д.М., Ивашкова Н.И., Кадерова В.А., Мусатова Ж.Б., Невоструев П.Ю., Цветкова А.Б. - Москва, 2017. – 340 с.	Научная библиотека КГПУ им. В.П. Астафьева	15	10
Экономика маркетинга Юлдашева О.У., Салихова Я.Ю.: учебное пособие / Санкт-Петербург, 2016. – 90 с.	Научная библиотека КГПУ им. В.П. Астафьева	15	10

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Терещенко Н.Н.[Электронный ресурс]: Текст лекции « Виды маркетинговых исследований и их классификация/ Н.Н. Терещенко ,Краснояр. гос. пед. ун-т им.В. П. Астафьева. – Красноярск, 2018. – 27 с.	ЭБС «КГПУ им. В. П. Астафьева» Режим доступа http://elib.kspu.ru/document/6612 .	-	по паролю к сети kspu.ru.
РЕСУРСЫ СЕТИ ИНТЕРНЕТ			
Федеральный портал «Российское образование»	http://www.edu.ru/	-	Свободный. Индивидуальный неограниченный доступ
Электронная гуманитарная библиотека	http://www.gumfak.ru/	-	Свободный. Индивидуальный неограниченный доступ
Российский общеобразовательный портал	http://www.school.edu.ru	-	Свободный. Индивидуальный неограниченный доступ
Российский образовательный форум	http://www.schoolexpo.ru	-	Свободный. Индивидуальный неограниченный доступ
ЭБС Юрайт	biblio-online.ru	-	Свободный. Индивидуальный неограниченный доступ
ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ			
Электронный каталог КГПУ им. В.П. Астафьева [Электронный ресурс]: система автоматизации библиотек «ИРБИС 64»: база данных содержит сведения о книгах, брошюрах, диссертациях, компакт-дисках, статьях из научных и журналов. – Электрон. Дан. – Красноярск, 1992 – . – Режим доступа: http://library.kspu.ru .	http://library.kspu.ru .	-	свободный

<p>Elibrary.ru [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система : база данных содержит сведения об отечественных книгах и периодических изданиях по науке, технологии, медицине и образованию / Рос. Информ. Портал. – Москва, 2000– . – Режим доступа: http://elibrary.ru.</p>	<p>http://elibrary.ru</p>	<p>-</p>	<p>свободный</p>
<p>East View : универсальные базы данных [Электронный ресурс] : периодика России, Украины и стран СНГ . – Электрон.дан. – ООО ИВИС. – 2011 - .</p>	<p>https://dlib.eastview.com/</p>	<p>-</p>	<p>Индивидуальный неограниченный доступ</p>

(общая трудоемкость дисциплины 5 з.е.

Карта материально-технической базы дисциплины

«МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ»

Для обучающихся образовательной программы магистратуры

Направление подготовки: **44.04.01 Педагогическое образование**

Направленность (профиль) образовательной программы **Экономика и управление в сфере образования** (очная форма обучения)
(общая трудоемкость дисциплины 5 з.е.)

№ п /п	Номер аудитории, помещения	Кол-во посадочных мест, рабочих мест	Перечень используемого оборудования	Кафедра, за которой закреплена аудитория, помещение с указанием ответственного лица	В том числе приспособленных для использования инвалидами и лицами с ОВЗ
Учебные аудитории: г. Красноярск, ул. Ады Лебедевой, 89 (Корпус №1)					
1	2-38 Кабинет для проведения занятий с малочисленными группами и индивидуальной работы	5	Компьютер-2шт, МФУ-2шт	Кафедра экономики и менеджмента, Владимирова О.Н.	
Учебные аудитории: г. Красноярск, ул. Карла Маркса 100 (Корпус №3)					
1	3-02 Аудитория для проведения занятий с малочисленными группами и индивидуальной работы	8	Компьютера-3шт., принтера-3шт., сканер-1шт., МФУ-1шт., ноутбук-2шт., проектор-1шт.	Кафедра экономики и менеджмента, Владимирова О.Н.	Да
2	3-03	30	Проектор-1шт., учебная доска-1шт., экран-1шт., компьютер-1шт.	Кафедра экономики и менеджмента, Владимирова О.Н.	Да
3	4-04	30	Учебная доска-1шт.	Кафедра экономики и менеджмента, Владимирова О.Н.	Да
4	4-10	10	Экран- 1 шт.	Кафедра экономики и	

	Кабинет менеджмента			менеджмента, Владимирова О.Н.	Да
Аудитории для самостоятельной работы студентов: г. Красноярск, ул. Карла Маркса 100 (Корпус №3)					
1.	2-11 Методический кабинет	25	Компьютер-14 шт.	Дирекция института психолого-педагогического образования	
2.	4-01 Информационно-методический ресурсный центр	12	Компьютер- 4 шт.	Дирекция института психолого-педагогического образования	

Лист внесения изменений

Дополнения и изменения рабочей программы на 2017/2018 учебный год

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. Внесено изменение в наименовании образовательной программы согласно Приказу «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в КГПУ им. В.П. Астафьева» (№32(п) от 01.03.2017г.).
2. Изменены наименования уровней сформированности компетенций в соответствии с приказом «О внесении изменений в Положение о формировании фонда оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации 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» и его филиалах» от 01.03.2017г., № 986(п).
3. Список литературы обновлен учебными и учебно-методическими изданиями, электронными образовательными ресурсами. Обновлен перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем.
4. Обновлен перечень лицензионного программного обеспечения.
5. Внесены изменения в карту материально-технического обеспечения дисциплины.

6. Актуализирована тематика эссе.

7. Уточнен перечень вопросов к зачету в соответствии с формируемыми компетенциями.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики и управления «16» мая 2017 г., Протокол № 10.

Внесенные изменения утверждаю:

Заведующий кафедрой экономики
и управления

Т.П. Грасс



Одобрено НМСС (Н).

Протокол № ____ от «____» _____ 2017 г.

Председатель НМСС (Н)

Лист внесения изменений

Дополнения и изменения рабочей программы на 2018/2019 учебный год

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. В фонд оценочных средств внесены изменения в соответствии с приказом «Об утверждении Положения о фонде оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой (государственной итоговой) аттестации» от 28.04.2018г., № 297 (п).
2. Список литературы обновлен учебными и учебно-методическими изданиями, электронными образовательными ресурсами. Обновлен перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем.
3. Обновлен перечень лицензионного программного обеспечения.
4. Внесены изменения в карту материально-технического обеспечения дисциплины.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики и управления «16» мая 2018 г., Протокол № 10.

Внесенные изменения утверждаю:

Заведующий кафедрой экономики

и управления

Т.П. Грасс



Одобрено НМСС (Н)

Протокол № ____ от « ____ » _____ 2018 г.

Председатель НМСС (Н)

Лист внесения изменений

Дополнения и изменения рабочей программы на 2018/2019 учебный год

1. На титульном листе РПД и ФОС изменено название ведомственной принадлежности «Министерство науки и высшего образования» на основании приказа «о внесении изменений в сведения о КГПУ им. В.П. Астафьева» от 15.07.2018г., № 457 (п).

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики и управления «20» сентября 2018 г., Протокол № 2.

Внесенные изменения утверждаю:

Заведующий кафедрой экономики

и управления

Т.П. Грасс



Одобрено НМСС (Н).

Протокол № ____ от « ____ » _____ 2018 г.

Председатель НМСС (Н)