

**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)**

Институт психолого-педагогического образования

Кафедра экономики и менеджмента

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*

(заочная форма обучения)

Красноярск, 2019

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговые исследования рынка непрерывного образования составлена д.э.н., профессором Н.Н. Терещенко.

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры экономики и менеджмента.

Протокол № 5 от «15» мая 2019 г.

И.о. 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

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 г. (№ 273-ФЗ).

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана основной образовательной программы и изучается на 2 курсе обучения. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.ДВ. 01.02.03.

Общая трудоемкость дисциплины: 180 часов (5 З.Е). Итоговый контроль – экзамен.

Цель освоения дисциплины - приобретение магистрантами теоретических и практических знаний, умений и навыков работы по формированию основ знания методологии и практики проведения маркетинговых исследований рынка непрерывного образования.

Задачи:

- 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 непрерывного образования и выбирать соответствующие методы для их проведения релевантно целям и задачам деятельности образовательных организаций;

- сформировать и развить навыки проведения практических маркетинговых исследований рынка непрерывного образования 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 непрерывного образования, которые имеют сложную классификацию: по направлениям, целям, задачам и процедуре их реализации. Все эти и другие проблемы маркетинговых исследований рынка непрерывного образования 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 магистрант должен обладать следующими компетенциями:

- 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).

Задачи освоения дисциплины	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код результата обучения (компетенция)
----------------------------	---	---------------------------------------

<p>1. Изучение механизма проведения маркетинговых исследований рынка непрерывного образования</p>	<p>Знать: категорийный аппарат в области маркетинговых исследований рынка непрерывного образования, сущность и классификацию маркетинговых исследований рынка непрерывного образования, последовательность проведения маркетингового исследования рынка непрерывного образования, методический инструментарий для сбора, анализа, обработки и хранения информации в процессе маркетинговых исследований рынка непрерывного образования, 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 непрерывного образования, основных теоретических и методологических основ маркетинговых исследований, механизма проведения маркетинговых исследований рынка непрерывного образования;</p> <p>Владеть: навыками применения механизма проведения маркетинговых исследований рынка непрерывного образования, в практике в управленческом процессе с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системе.</p>	<p>ПК-2; ПК-13; ПК-14</p>
<p>2. Изучение методики и практики формирования информационной базы маркетинговых исследований рынка непрерывного образования</p>	<p>Знать: методические подходы к формированию информационной базы маркетинговых исследований рынка непрерывного образования, сущность количественных и качественных методов сбора информации с использованием информационных технологий и с учетом отечественного и зарубежного опыта;</p>	<p>ПК-2; ПК-14</p>
	<p>Уметь: понимать и использовать в процессе маркетинговых исследований рынка непрерывного образования, 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 непрерывного образования, в управленческом процессе с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системе.</p>	

<p>3. Изучение методологических основ маркетинговых исследований потребностей и спроса на рынке непрерывного образования,</p>	<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 рынка непрерывного образования, 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 непрерывного образования, в управленческом процессе с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системе.</p>	<p>ПК-2; ПК-13; ПК-14</p>
---	---	-----------------------------------

<p>4. Изучение методологических и практических подходов к проведению маркетинговых исследований конъюнктуры, емкости, привлекательности рынка непрерывного образования</p>	<p>Знать: методологические подходы к маркетинговым исследованиям конъюнктуры, емкости, привлекательности рынка непрерывного образования 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 непрерывного образования методик и научных подходов исследования конъюнктуры, емкости, привлекательности рынка непрерывного образования 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 непрерывного образования в управленческом процессе с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системе.</p>	<p>ПК-13; ПК-14</p>
--	--	-------------------------

<p>5. Изучение методологических и практических подходов к проведению исследований основных элементов маркетинговой среды и политики образовательной организации</p>	<p>Знать: 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;</p>	<p>ПК-2; ПК-13; ПК-14</p>
---	---	-----------------------------------

	<p>Уметь: использовать в процессе маркетинговых исследований рынка непрерывного образования 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>	
--	---	--

1.6. 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»

1.7. 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: интерактивные технологии (дискуссии, проблемный семинар), технология проблемного обучения, информационные технологии (реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде).

2. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ

2.1. Технологическая карта обучения дисциплине

«Маркетинговые исследования рынка непрерывного образования»

для обучающихся основной профессиональной образовательной программы

Направление подготовки 44.04.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль) образовательной программы Экономика и управление непрерывного образования по заочной форме обучения

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего часов	Контактные часы				Самостоятельная работа	Формы и методы контроля
		Всего	Лек	Пр.	Лаб.		
РАЗДЕЛ № 1. Теоретико - методологические подходы к маркетинговым исследованиям рынка образования							
<i>Тема 1. Механизм проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг</i>	13	6	2	4	-	26	Доклад, реферат

<i>Тема 2. Методики и практики формирования информационной базы маркетинговых исследований рынка образовательных услуг</i>	12	7	-	7	-	27	Доклад, реферат
РАЗДЕЛ № 2. Маркетинговые исследования рынка образования							
<i>Тема 3. Маркетинговые исследования спроса и потребностей на рынке образования</i>	29	7	-	7	-	28	Реферат, проект
<i>Тема 4. Маркетинговые исследования конъюнктуры, емкости, привлекательности рынка образования</i>	25	7	-	7		28	Реферат, проект
<i>Тема 5. Исследования основных элементов маркетинговой среды и политики образовательной организации</i>	25	7	-	7		28	Реферат, проект
Форма итогового контроля по учебному плану	9	-	-	-	-	-	Экзамен
ИТОГО	180	34	2	32	-	137	

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.

РАЗДЕЛ № 1. Теоретико- методологические подходы к маркетинговым исследованиям рынка образовательных услуг

Тема 1. Механизм проведения маркетинговых исследований рынка образования

Понятие и виды маркетинговых исследований рынка непрерывного образования. Научно-методологические подходы и принципы маркетинговых исследований рынка непрерывного образования. Цели, задачи, предмет и объект маркетинговых исследований рынка непрерывного образования. Последовательность маркетинговых исследований рынка непрерывного образования и ее характеристика. Проблемы и необходимость маркетинговых исследований рынка непрерывного образования.

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

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

РАЗДЕЛ № 2. Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг

Тема 3. Маркетинговые исследования спроса и потребностей на рынке образования

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 непрерывного образования. Технологическая схема обработки и анализа информации о спросе на образовательные услуги.

Современные научные подходы к классификации видов исследований спроса при проведении маркетинговых исследований рынка непрерывного образования. Проблемы маркетинговых исследований спроса на рынке непрерывного образования. 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 образования: понятие, методика исследования. Методика исследования факторов, определяющие конъюнктуру рынка непрерывного образования. Емкость рынка непрерывного образования: понятие, методы расчета. Методика исследования факторов, определяющие емкость рынка непрерывного образования. Привлекательность рынка непрерывного образования и критерии ее оценки. Проблемы маркетинговых исследований конъюнктуры, емкости, привлекательности рынка непрерывного образования.

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

Маркетинговые исследования потребителей образовательных услуг. Основные признаки сегментирования потребителей рынка непрерывного образования 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.

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 непрерывного образования»:

Лекции.

Главная задача лекционных занятий по дисциплине «Маркетинговые исследования рынка непрерывного образования» - 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 непрерывного образования» 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 непрерывного образования» 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 непрерывного образования.

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 образования

Студенты на основе изучения теоретического материала и собственного практического опыта проводят самостоятельные научно- практические исследования в области маркетинговых исследований рынка непрерывного образования, 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 непрерывного образования, 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 причинноследственных связей.

3. КОМПОНЕНТЫ МОНИТОРИНГА УЧЕБНЫХ ДОСТИЖЕНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

3.1.Технологическая карта рейтинга дисциплины

«Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг»

Наименование дисциплины	Направление подготовки и уровень образования (бакалавриат, магистратура, аспирантура) Наименование программы/ профиля	Количество зачетных единиц
-------------------------	---	----------------------------

Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг	Направление подготовки: 44.04.01 Педагогическое образование Направленность (профиль) образовательной программы Экономика и управление в сфере образования Магистратура	5
Смежные дисциплины по учебному плану		
Предшествующие: Современные проблемы науки и образования, Микроэкономика (продвинутый уровень), Экономика рынка, Маркетинговые исследования рынка		
Последующие: Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, 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

Раздел № 1.			
	Форма работы	Количество баллов 30%	
		min	max
Текущая работа	Доклад	5	7
	Реферат	5	11
Промежуточный рейтинг-контроль	Собеседование	3	5
Итого		13	23

Раздел № 2.			
	Форма работы	Количество баллов 45%	
		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)	5	10
	Научная публикация	5	10
Итого		5	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)

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Красноярский государственный педагогический университет им.
В.П. Астафьева»

Институт психолого-педагогического образования
Кафедра-разработчик - кафедра Экономики и менеджмента

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
Протокол №5
от «15» мая 2019 года

И.о. зав. кафедрой
О.Н. Владимирова



ОДОБРЕНО
на заседании научно-методического
совета ИППО
Протокол №5
от «15» мая 2019 года
Председатель НМСС (Н)



Т.Г. Авдеева

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

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

Составитель: Терещенко Н.Н., профессор

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ НА ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Представленный фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации обучающихся 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: «Экономика и управление в сфере образования».

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
Заведующий кафедрой бухгалтерского
учета, анализа и аудита ТЭИ СФУ,
д.э.н., профессор



А.Т.Петрова

1.1. 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, подлежащих формированию в рамках дисциплины

2.1. Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины:

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

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

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

2.2. Оценочные средства

Компетенция	Дисциплины, практики, участвующие в формировании данной компетенции	Тип контроля	Оценочное средство/КИМ	
			Номер	Форма
ПК-2 - способность формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики	Современные проблемы науки и образования Научно-исследовательский семинар Правовые основы управления образовательной организацией Деловой иностранный язык Экономика рынка непрерывного образования Управление непрерывным образованием Ресурсный потенциал организаций непрерывного образования Инновационные технологии управления непрерывным образованием Маркетинговые исследования рынка непрерывного образования Государственно-частное партнерство в системе непрерывного образования Проектная деятельность и проектное управление в в системе непрерывного образования Инновационное проектирование в конвергентном образовании Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы Социальные основы профилактики экстремизма и зависимых форм поведения в молодежной среде Правовые основы профилактики экстремизма и зависимых форм поведения в молодежной среде	Текущий контроль успеваемости	1	Проект
			2	Доклад
			3	Реферат
		Промежуточная аттестация	1	Экзамен
			1	Проект
			2	Доклад

	<p>деятельность в системе непрерывного образования" Маркетинговые исследования рынка непрерывного образования Государственно-частное партнерство в системе непрерывного образования Проектная деятельность и проектное управление в в системе непрерывного образования Интеллектуальная собственность в системе непрерывного образования Инновационное проектирование в конвергентном образовании Научно-исследовательская практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы Государственное регулирование развитием непрерывного образования</p>		3	Реферат
	<p>ПК-14- готовность исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы</p>	Промежуточная аттестация	1	Экзамен
	<p>Научно-исследовательский семинар Ресурсный потенциал организаций непрерывного образования Инновационные технологии управления непрерывным образованием Экономическая культура и финансовая грамотность Маркетинговые исследования рынка непрерывного образования Государственно-частное партнерство в системе непрерывного образования Интеллектуальная собственность в системе непрерывного образования Научно-исследовательская практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы</p>	Текущий контроль успеваемости	1	Проект
			2	Доклад
			3	Реферат
	Теория и механизмы государственного управления	Промежуточная аттестация	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
ПК-2	Обучающийся способен формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики	Обучающийся готов формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики	Обучающийся может формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики
ПК-13	Обучающийся проявляет способность изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа	Обучающийся готов изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа	Обучающийся может изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро- и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа
ПК-14	Обучающийся способен исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы	Обучающийся готов исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы	Обучающийся может исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы

*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 1 - 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 3 - 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. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

5.1.1. Типовые темы докладов по дисциплине «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг»:

1. Виды информации о рынке непрерывного образования 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 непрерывного образования: понятие, принципы, виды.
8. Маркетинговые исследования потребителей образовательных услуг.
9. Основные признаки сегментирования потребителей рынка непрерывного образования и их характеристика.
10. Методика исследования факторов, определяющие конъюнктуру рынка непрерывного образования.

11. Методика исследования факторов, определяющие емкость рынка непрерывного образования.
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.

5.1.2. Типовые темы рефератов по дисциплине:

1. Современные подходы к понятию и классификации видов маркетинговых исследований рынка непрерывного образования.
2. Научно-методологические подходы и принципы маркетинговых исследований рынка непрерывного образования.
3. Последовательность маркетинговых исследований рынка непрерывного образования и ее характеристика.
4. Формирование информационной базы маркетинговых исследований рынка непрерывного образования.
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 непрерывного образования.
8. Качественные методы сбора информации для маркетинговых исследований рынка непрерывного образования.
9. Сегментирование рынка непрерывного образования: понятие, принципы, виды.
10. Конъюнктура рынка непрерывного образования: понятие, методика исследования.
11. Емкость рынка непрерывного образования: понятие, методы расчета.
12. Оценка ценовой стратегии образовательной организации и ее эффективности в условиях внешней среды.
13. Привлекательность рынка непрерывного образования и критерии ее оценки.
14. Исследование конкурентного окружения образовательной организации и ее конкурентных преимуществ.
15. Маркетинговые исследования потребностей и предложения на рынке непрерывного образования.
16. Исследование маркетинговой среды деятельности образовательной организации.
17. Оценка рекламной стратегии образовательной организации и ее эффективности в условиях внешней среды.

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

1. Изучение и оценка факторов, определяющих развитие рынка образования.
2. Маркетинговые исследования потребностей и предложения на рынке образования.
3. Исследование конкурентного окружения образовательной организации и ее конкурентных преимуществ.

4. Маркетинговые исследования спроса на образовательные услуги.
5. Оценка привлекательности рынка образования.
7. Другие аспекты маркетинговых исследований рынка – по выбору (рекламы, ценовой политики, емкости рынка и т.д.)

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

1. Понятие и виды маркетинговых исследований рынка образования.
2. Научно-методологические подходы и принципы маркетинговых исследований рынка образования.
3. Последовательность маркетинговых исследований рынка образования и ее характеристика.
4. Формирование информационной базы маркетинговых исследований рынка образования.
5. Виды информации о рынке образования 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 образования.
14. Качественные методы сбора информации для маркетинговых исследований рынка образования.
15. Сегментирование рынка непрерывного образования: понятие, принципы, виды.
16. Маркетинговые исследования потребителей образовательных услуг.
17. Основные признаки сегментирования потребителей рынка образования и их характеристика.
18. Конъюнктура рынка образования: понятие, методика исследования.
19. Методика исследования факторов, определяющие конъюнктуру рынка образования.
20. Емкость рынка непрерывного образования: понятие, методы расчета.
21. Методика исследования факторов, определяющие емкость рынка образования.
22. Оценка ценовой стратегии образовательной организации и ее эффективности в условиях внешней среды.
23. Привлекательность рынка непрерывного образования и критерии ее оценки.
24. Исследование конкурентного окружения образовательной организации и ее конкурентных преимуществ.
25. Маркетинговые исследования потребностей и предложения на рынке образования.
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.

3.3. Анализ результатов обучения и перечень корректирующих мероприятий по дисциплине

Лист внесения изменений

Дополнения и изменения рабочей программы на 2019/2020 учебный год

1. В РПД в соответствии с ФГОС ВО внесены ежегодные обязательные обновления.
2. В соответствии с реструктуризацией кафедры внесены изменения в ее название: вместо «кафедра экономики и управления» – «кафедра экономики и менеджмента».
3. Обновлено вопросы для экзамена по учебной дисциплине.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики и менеджмента «15» мая 2019 г., Протокол № 5.

Внесенные изменения утверждаю:
И.о. зав. кафедрой ЭиМ профессор
О.Н. Владимирова



Одобрено НМСС (Н) Института психолого-педагогического образования.
Протокол № 5 от «15» мая 2019 г.



Председатель НМСС (Н) ИППО

Т.Г. Авдеева

4. УЧЕБНЫЕ РЕСУРСЫ

4.1. КАРТА ЛИТЕРАТУРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг»

Направление подготовки 44.04.01 Педагогическое образование,
направленность (профиль) образовательной программы Экономика и управление в сфере образования
по заочной форме обучения

Наименование	Место хранения/ электронный адрес	Кол-во экземпляров/ точек доступа
ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА		
Коротков, Анатолий Владимирович. Маркетинговые исследования [Текст]: учебное пособие / А. В. Коротков. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 304 с.	Научная библиотека КГПУ им. В.П. Астафьева	10
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	20
Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: учебное пособие / А.В. Коротков. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 303 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00810-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Индивидуальный неограниченный доступ
Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований: учебное пособие / Л.М. Наумова; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2014. - 248 с.: табл., граф., ил. - Библиогр.: с. 209-211 - ISBN 978-5-8158-1425-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439278	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Индивидуальный неограниченный доступ
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА		
Бронникова, Т. С. Маркетинг: теория, методика, практика [Текст]: учебное пособие / Т. С. Бронникова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : КноРус, 2008. - 208 с.	Научная библиотека КГПУ им. В.П. Астафьева	9

**1.2. Карта материально-технической базы дисциплины
«Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг»**

для обучающихся образовательной программы

Направление подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, направленность (профиль) образовательной программы
Экономика и управление в сфере образования
по заочной форме обучения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в КГПУ им. В.П. Астафьева							
660017, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Карла Маркса, зд. 100 (Корпус №3)							
№ п /п	Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	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	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1.	Все дисциплины учебного плана, кроме «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»	3-01	44	Учебная доска-1шт., проектор-1шт., интерактивная доска-1шт., схемы и таблицы по менеджменту, компьютер- 1шт.	Кафедра экономики и менеджмента, Владимирова О.Н.		Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
2.	Все дисциплины учебного плана, кроме «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»	3-02	8	Компьютер-3шт., принтера-3шт., сканер-1шт., МФУ-1шт., ноутбук-2шт., проектор-1шт.	Кафедра экономики и менеджмента, Владимирова О.Н.		Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
3.	Все дисциплины учебного плана, кроме «Элективные дисциплины по	3-03	30	Проектор-1шт., учебная доска-1шт., экран-1шт., компьютер-1шт.	Кафедра экономики и менеджмента, Владимирова О.Н.		Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)

	физической культуре и спорту»						
4.	Все дисциплины учебного плана, кроме «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»	4-04	30	Учебная доска-1шт.	Кафедра экономики и менеджмента, Владимирова О.Н.		Нет
5.	Все дисциплины учебного плана, кроме «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»	4-10 Кабинет менеджмента	10	Экран- 1 шт., компьютер- 13шт., учебная доска-1шт., флипчарт-1шт., интерактивная доска-1шт.	Кафедра экономики и менеджмента, Владимирова О.Н.		Альт Образование 8 (лицензия № ААО.0006.00, договор № ДС 14-2017 от 27.12.2017
Помещения для самостоятельной работы обучающихся в КГПУ им. В.П. Астафьева							
1.	Все дисциплины учебного плана	2-11 Методический кабинет	25	Компьютер-14шт.	Дирекция института психолого-педагогического образования		Альт Образование 8 (лицензия № ААО.0006.00, договор № ДС 14-2017 от 27.12.2017
2.	Все дисциплины учебного плана	4-01 Информационно-методический ресурсный центр	12	Компьютер- 4шт.	Дирекция института психолого-педагогического образования		Альт Образование 8 (лицензия № ААО.0006.00, договор № ДС 14-2017 от 27.12.2017