

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

*Кафедра Менеджмента организации*

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ**

**ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА  
РЫНОК**

Направление подготовки: 44.04.01 Педагогическое образование  
Профиль/название программы: *Управление образованием*  
квалификация (степень): *магистр*

Красноярск 2015

Учебно-методический комплекс дисциплины составлен  
ассист. Е.С. Кононовой под руководством проф., д.э.н. А.А. Лукьяновой

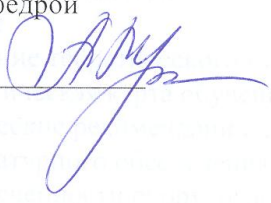
Учебная программа обсуждена на заседании кафедры Менеджмента  
организации

"04" сентября 2015 г.

Заведующий кафедрой

А.А. Лукьянова

\_\_\_\_\_  
(подпись)



Одобрено научно-методическим советом

"29" сентября 2015 г.

Председатель

О.В. Груздева

\_\_\_\_\_  
(подпись)



## Оглавление

1.	Пояснительная записка	стр.4
2.	Рабочая программа дисциплины	стр.6
	2.1. Лист согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления и программы на 2015 / 2016 учебный год	стр.6
	2.2. Введение	стр.7
	2.3. Содержание теоретического курса дисциплины	стр.8
	2.4. Технологическая карта обучения дисциплине	стр.10
	2.5. Методические рекомендации для студентов	стр.12
3.	Карта литературного обеспечения	стр.14
4.	Карта обеспеченности оборудованием	стр.17
5.	Технологическая карта рейтинга дисциплины	стр.18
6.	Фонд оценочных средств	стр.20
	6.1. Примерные вопросы к зачету	стр.20
	6.2. Ситуационные задачи	стр.20
	6.3. Тематика рефератов	стр.22

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебно-методический комплекс дисциплины (УМКД) «Технологии продвижения образовательных услуг на рынок» для студентов всех форм обучения по направлению 44.04.01 «Педагогическое образование», программа «Управление образованием» состоит из следующих элементов:

1. Рабочей программы дисциплины, включающей в себя основное её содержание и учебные ресурсы: литературное обеспечение, мультимедиа и электронные ресурсы.
2. Методических рекомендаций для студентов, которые содержат советы и разъяснения, позволяющие студенту оптимальным образом организовать процесс изучения дисциплины «Технологии продвижения образовательных услуг на рынок».
3. Фонда оценочных средств по дисциплине «Технологии продвижения образовательных услуг на рынок», который представлен примерными вопросами к зачету, а также ситуационными задачами, что позволяет углубить и расширить теоретический материал по изучаемым темам.
4. Тематики рефератов, которая отражает наиболее актуальные и значимые проблемы современных технологий продвижения образовательных услуг и позволяет проверить освоение вопросов, рекомендованных для самостоятельного изучения студентами.

*Кафедра менеджмента организации*

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ  
УСЛУГ НА РЫНОК**

Направление подготовки: *44.04.01 «Педагогическое образование»,  
программа «Управление образованием», магистратура*

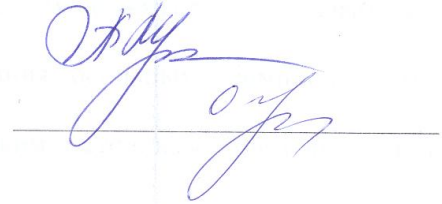
## 2. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Лист согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления и профиля на 2015 / 2016 учебный год

Наименование дисциплин, изучение которых опирается на данную дисциплину	Кафедра	Предложения об изменениях во временной последовательности изучения и т.д.	Принятое решение (протокол №, дата) кафедрой, разработавшей программу
Управление проектами в сфере образования	Менеджмент организации	-	Протокол №9 от 04.09.2015
Управление развитием образовательных систем	Менеджмент организации	-	Протокол №9 от 04.09.2015
Педагогическая практика	Менеджмент организации	-	Протокол №9 от 04.09.2015

Заведующий кафедрой

Председатель НМС



"29" сентября 2015 г.

## **2.2 Введение**

Учебный курс «Технологии продвижения образовательных услуг на рынок» относится к дисциплинам по выбору вариативной части и основывается на ранее изученных дисциплинах данного цикла магистратуры. Дисциплина находится в тесной связи с содержанием предметов базовой и вариативной части профессионального цикла. Содержание данной дисциплины является опорой для освоения содержания дисциплин «Управление проектами в сфере образования», «Управление развитием образовательных систем», «Производственная практика». Основные положения данной дисциплины будут использованы в практической профессиональной деятельности магистра.

**Цель изучения дисциплины** – подготовка студентов к практической деятельности в области формирования системы продвижения образовательных услуг в организациях среднего и высшего образования.

### **Задачи дисциплины:**

- 1) изучение истории формирования технологий продвижения образовательных услуг;
- 3) усвоение содержания, роли и места элементов продвижения образовательных услуг в системе менеджмента образовательной организации;
- 4) формирование понимания содержания основных терминов системы продвижения;
- 5) обучение основным исследовательским методикам, применяемым для анализа рынка;
- 6) формирование навыков практического использования полученных знаний в ходе осуществления управленческой деятельности в образовательной организации;
- 7) развитие навыков самостоятельной и исследовательской работы.

### **Принципы отбора содержания и организации учебного материала.**

Программа строится на принципах:

- научности содержания – соответствие содержания образования уровню современной науки;
- доступности – соответствие излагаемого материала уровню подготовки студентов;
- системности и последовательности – осознание места изучаемого вопроса в общей системе знаний, его связи со всеми элементами этой системы;
- преемственности и согласованности с ранее изученными дисциплинами;
- целостности – учет специфики каждого раздела дисциплины и их взаимосвязь;
- модульности – укрупнение дидактических единиц.

### **Требования к освоению содержания дисциплины:**

В результате изучения дисциплины «Технологии продвижения образовательных услуг на рынок» у студента должны быть сформированы элементы следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ООП ВО по данному направлению подготовки:

**профессиональных:**

готовность к осуществлению педагогического проектирования образовательных программ и индивидуальных образовательных маршрутов (ПК-8).

**Дополнительные профессиональные компетенции (по ФГОС ВО магистратуры направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент»)**

способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ДПК-2).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** основы технологий продвижения образовательных услуг, методы маркетинговых исследований, основы маркетинговых коммуникаций.

**Уметь:** использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, ставить и решать задачи в сфере продвижения образовательных услуг.

**Владеть:** методами разработки и реализации программ продвижения образовательных услуг.

**Приобрести опыт** использования результатов научных исследований и разработок в формировании системы продвижения образовательных услуг в управлении образовательной организацией.

### **2.3. Содержание теоретического курса дисциплины**

#### **Модуль 1. Понятие и сущность системы продвижения образовательных услуг.**

Технологии продвижения товаров и услуг на рынке. Специфика рынка образовательных услуг. Место системы продвижения в менеджменте образовательной организации. Технологии продвижения образовательных услуг: виды, методический аспект.

#### **Модуль 2. Маркетинговые исследования в области образовательных услуг.**

Понятие, сущность и виды маркетингового исследования. Особенности маркетинга образовательных организаций. Проведение маркетингового исследования в области рынка образовательных услуг.

#### **Модуль 3. Формирование системы продвижения образовательных услуг в современной образовательной организации.**

Разработка концепции и программы развития образовательной организации: управление стратегическим развитием образовательной организации. Технология разработки концепции и программы продвижения образовательных услуг.



#### **Модуль 4. Продвижение образовательных услуг как часть стратегии развития образовательной организации.**

Миссия и цели образовательной организации. Модель конкурентных стратегий Портера. Типология стратегий. Технологии продвижения образовательных услуг в стратегическом планировании развития образовательной организации.

## 2.4. Технологическая карта обучения дисциплине

### Технологии продвижения образовательных услуг

(наименование дисциплины)

студентов ООП

#### 44.04.01 Педагогическое образование, программа Управление образованием

(направление и уровень подготовки, шифр, профиль)

по очной, заочной форме обучения

(общая трудоемкость 2 з.е.)

Наименование модулей, разделов, тем	Всего часов	Аудиторных часов				Внеаудиторных часов	Содержание внеаудиторной работы	Формы контроля
		всего	лекций	семинаров	лаборат. работ			
Модуль 1. Понятие и сущность системы продвижения образовательных услуг.	28 (26 – заочное)	3	-	3	-	25 (23 – заочное)	Подготовка конспекта по тематике раздела 1.	Проверка конспектов. Обсуждение ключевых вопросов темы.
Модуль 2. Маркетинговые исследования в области образовательных услуг.	28	3	-	3	-	25	Подготовка рефератов по тематике раздела 2.	Заслушивание докладов по рефератам, обсуждение ключевых тем раздела.
Модуль 3. Формирование системы продвижения образовательных услуг в современной образовательной организации.	28 (26 – заочное)	3	-	3	-	25 (23 – заочное)	Подготовка рефератов по тематике раздела 3. Подготовка к деловой игре.	Заслушивание докладов по рефератам, обсуждение ключевых тем раздела. Деловая игра.
Модуль 4. Продвижение	28	3	-	3	-	25	Подготовка конспекта по тематике раздела 4.	Проверка конспекта.

образовательных услуг как часть стратегии развития образовательной организации.							Решение ситуационных задач по тематике раздела 4.	Проверка решения задач, обсуждение решений и ключевых вопросов темы.
<b>Всего часов:</b>	<b>72</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>60 (56 – заочное)</b>		<b>КСР – 4 часа (заочное)</b>

## 2.5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа студентов является важной составляющей организации учебного процесса по изучению дисциплины «Технологии продвижения образовательных услуг на рынок».

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.

В учебном процессе высшего учебного заведения выделяют два вида самостоятельной работы: *аудиторная и внеаудиторная*.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом *по заданию преподавателя*, но без его непосредственного участия. Внеаудиторная самостоятельная работа является обязательной для каждого студента, а ее объем определяется учебным планом.

Внеаудиторная самостоятельная работа по дисциплине «Технологии продвижения образовательных услуг на рынок» включает такие формы работы, как:

- изучение программного материала дисциплины (работа с учебником и конспектом лекции);
- изучение рекомендуемых литературных источников;
- конспектирование источников;
- подготовка материалов для анализа ситуаций;
- разработка вопросов к дискуссии;
- работа со словарями и справочниками;
- работа с электронными информационными ресурсами и ресурсами Internet;
- составление схем, таблиц для систематизации учебного материала;
- решение ситуационных задач;
- подготовка презентаций;
- подготовка к зачету.

Критериями оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения учебного материала,
- умение использовать теоретические знания при выполнении практических задач,
- полнота общеучебных представлений, знаний и умений по изучаемой теме, к которой относится данная самостоятельная работа,

- обоснованность и четкость изложения ответа на поставленный по внеаудиторной самостоятельной работе вопрос,

- оформление отчетного материала в соответствии с известными или заданными преподавателем требованиями, предъявляемыми к подобного рода материалам.

Студентам рекомендуется обязательное использование при подготовке дополнительной литературы, которая поможет успешнее и быстрее разобраться в поставленных вопросах и задачах.

**3. КАРТА ЛИТЕРАТУРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА РЫНОК»  
для студентов направления подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование», программа «Управление образованием»**

**по очной, заочной форме обучения**

№№ п/п	Наименование	Наличие/место/ (кол-во экз.)	Потребность	Примечания
	<b>Обязательная литература:</b>			
	<b>Модуль 1. Понятие и сущность системы продвижения образовательных услуг.</b>			
1	Бутакова М.М. Менеджмент в организациях профессионального образования (бакалавриат и магистратура) [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2015.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/916794">http://www.book.ru/book/916794</a>
2	Кричевский М.Л. Методы исследований в менеджменте (для магистрантов) [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2016.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/916988">http://www.book.ru/book/916988</a>
	<b>Модуль 2. Маркетинговые исследования в области образовательных услуг.</b>			
1	Бутакова М.М. Менеджмент в организациях профессионального образования (бакалавриат и магистратура) [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2015.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/916794">http://www.book.ru/book/916794</a>
2	Кричевский М.Л. Методы исследований в менеджменте (для магистрантов) [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2016.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/916988">http://www.book.ru/book/916988</a>
	<b>Модуль 3. Формирование системы продвижения образовательных услуг в современной образовательной</b>			

	<b>организации.</b>			
1	Бутакова М.М. Менеджмент в организациях профессионального образования (бакалавриат и магистратура) [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2015.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/916794">http://www.book.ru/book/916794</a>
2	Кричевский М.Л. Методы исследований в менеджменте (для магистрантов) [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2016.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/916988">http://www.book.ru/book/916988</a>
	<b>Модуль 4. Продвижение образовательных услуг как часть стратегии развития образовательной организации.</b>			
1	Бутакова М.М. Менеджмент в организациях профессионального образования (бакалавриат и магистратура) [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2015.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/916794">http://www.book.ru/book/916794</a>
2	Кричевский М.Л. Методы исследований в менеджменте (для магистрантов) [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2016.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/916988">http://www.book.ru/book/916988</a>
	<b>Дополнительная литература:</b>			
	<b>Модуль 1. Понятие и сущность системы продвижения образовательных услуг.</b>			
1	<a href="#">Тебекин А.В., Касаев Б.С.</a> Менеджмент организации [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2015.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/916529">http://www.book.ru/book/916529</a>
2	<a href="#">Плахова Л.В., Анурина Т.М., Легостаева С.А. и др.</a> Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2013.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/914503">http://www.book.ru/book/914503</a>
	<b>Модуль 2. Маркетинговые исследования в области образовательных услуг.</b>			
1	<a href="#">Тебекин А.В., Касаев Б.С.</a> Менеджмент организации [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2015.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/916529">http://www.book.ru/book/916529</a>

2	<a href="#">Плахова Л.В., Анурина Т.М., Легостаева С.А. и др.</a> Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2013.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/914503">http://www.book.ru/book/914503</a>
	<b>Модуль 3. Формирование системы продвижения образовательных услуг в современной образовательной организации.</b>			
1	<a href="#">Тебекин А.В., Касаев Б.С.</a> Менеджмент организации [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2015.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/916529">http://www.book.ru/book/916529</a>
2	<a href="#">Плахова Л.В., Анурина Т.М., Легостаева С.А. и др.</a> Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2013.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/914503">http://www.book.ru/book/914503</a>
	<b>Модуль 4. Продвижение образовательных услуг как часть стратегии развития образовательной организации.</b>			
1	<a href="#">Тебекин А.В., Касаев Б.С.</a> Менеджмент организации [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2015.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/916529">http://www.book.ru/book/916529</a>
2	<a href="#">Плахова Л.В., Анурина Т.М., Легостаева С.А. и др.</a> Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. текстовые данные.— М.: КноРус, 2013.	ЭБС «BOOK.RU»		Режим доступа: <a href="http://www.book.ru/book/914503">http://www.book.ru/book/914503</a>
	<b>Интернет-ресурсы</b>			
1	<a href="http://border.academic.ru/">http:// border.academic.ru/</a>			
2	<a href="http://InfoManagement.ru">http:// InfoManagement.ru</a>			



**2.6. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ОБОРУДОВАНИЕМ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА РЫНОК»  
для студентов направления подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование», программа «Управление  
образованием»**

**по очной, заочной форме обучения**

№ п/п	Наименование	Кол-во	Форма использования	Ответственный
	<b>Аудитория № 3-01 корпуса № 3</b>			
1	Видеопроектор	1	Демонстрация материалов лекций, семинарских занятий, учебных и научных видеоматериалов	Заведующий кабинетом менеджмента организации
	<b>Аудитория № 4-10 корпуса № 3 «Кабинет менеджмента организации»</b>			
2	Персональные компьютеры	10	Доступ к образовательным ресурсам во время самостоятельной работы студентов, работа с мультимедийными материалами на практических занятиях	Заведующий кабинетом менеджмента организации

## 5. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА РЕЙТИНГА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины/курса	Направление подготовки и уровень образования (бакалавриат, магистратура)	Цикл дисциплины в учебном плане	Количество зачетных единиц
Технологии продвижения образовательных услуг на рынок	4 4 . 0 4 . 0 1 «Педагогическое образование», программа «Управление образованием», магистратура	Дисциплины по выбору	2
Смежные дисциплины по учебному плану			
Предшествующие: управленческая экономика, маркетинг образовательных услуг			
Последующие: управление проектами в сфере образования; управление развитием образовательных систем; педагогическая практика			

ВХОДНОЙ МОДУЛЬ (проверка «остаточных» знаний по ранее изученным смежным дисциплинам)			
	Форма работы*	Количество баллов 5 %	
		min	max
	Собеседование	<b>0</b>	<b>5</b>
Итого		<b>0</b>	<b>5</b>

БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ № 1			
	Форма работы*	Количество баллов 30 %	
		min	max
Текущая работа	Групповая работа (решение ситуационных задач)	<b>4</b>	<b>5</b>
	Доклад	<b>4</b>	<b>5</b>
	Разработка презентации доклада	<b>4</b>	<b>5</b>
Промежуточный рейтинг-контроль	Письменная работа (аудиторная)	<b>6</b>	<b>10</b>
	Устный опрос	<b>2</b>	<b>5</b>
Итого		<b>20</b>	<b>30</b>

<b>БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ № 2</b>			
	Форма работы*	Количество баллов 40 %	
		min	max
Текущая работа	Групповая работа (решение ситуационных задач)	<b>4</b>	<b>5</b>
	Доклад	<b>4</b>	<b>5</b>
	Разработка презентации доклада	<b>4</b>	<b>5</b>
	Индивидуальное домашнее задание	<b>3</b>	<b>5</b>
Промежуточный рейтинг-контроль	Письменная работа (аудиторная)	<b>5</b>	<b>10</b>
	Устный опрос	<b>5</b>	<b>10</b>
<b>Итого</b>		<b>25</b>	<b>40</b>
<b>ИТОГОВЫЙ МОДУЛЬ</b>			
Содержание	Форма работы*	Количество баллов 25 %	
		min	max
Модули №1-4	Письменная работа	<b>15</b>	<b>25</b>
<b>Итого</b>		<b>15</b>	<b>25</b>
<b>ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ</b>			
Базовый модуль/ Тема	Форма работы*	Количество баллов	
		min	max
БМ №1 Модули №1-2	Обзор современного состояния изучаемых проблем	<b>0</b>	<b>5</b>
БМ № 2 Модули №3-4	Обзор современного состояния изучаемых проблем	<b>0</b>	<b>5</b>
<b>Итого</b>		<b>0</b>	<b>10</b>
Общее количество баллов по дисциплине (по итогам изучения всех модулей, без учета дополнительного модуля)		min	max
		<b>60</b>	<b>100</b>

Соответствие рейтинговых баллов и академической отметки

91 – 100 баллов – 5 (отлично)

66 – 90 баллов – 4 (хорошо)

45 – 65 баллов – 3 (удовлетворительно)

Пропуски занятий без уважительной причины снимают баллы: лекции – 1 балл, семинарского занятия – 1 балл.

ФИО преподавателя: Е.С. Кононова

Утверждено на заседании кафедры «04» сентября 2015 г. Протокол №9

Зав. Кафедрой \_\_\_\_\_ А.А. Лукьянова

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 6.1. Примерные вопросы к зачету

<i>Содержание вопроса</i>	<i>Оцениваемые знания, умения, компетенции</i>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Технологии продвижения товаров и услуг на рынке.</li><li>2. Специфика рынка образовательных услуг.</li><li>3. Место системы продвижения в менеджменте образовательной организации.</li><li>4. Технологии продвижения образовательных услуг: виды, методический аспект.</li><li>5. Понятие, сущность и виды маркетингового исследования.</li><li>6. Особенности маркетинга образовательных организаций.</li><li>7. Проведение маркетингового исследования в области рынка образовательных услуг.</li><li>8. Разработка концепции и программы развития образовательной организации.</li><li>9. Управление стратегическим развитием образовательной организации.</li><li>10. Технология разработки концепции и программы продвижения образовательных услуг.</li><li>11. Миссия и цели образовательной организации.</li><li>12. Модель конкурентных стратегий Портера.</li><li>13. Типология стратегий развития образовательной организации.</li><li>14. Технологии продвижения образовательных услуг в стратегическом планировании развития образовательной организации.</li></ol>	<p><b>Знания:</b> современных технологий продвижения услуг на рынке с учетом специфики сферы образования.</p> <p><b>Умения:</b> применять имеющиеся знания при осуществлении профессиональной деятельности.</p> <p>готовность к осуществлению педагогического проектирования образовательных программ и индивидуальных образовательных маршрутов (ПК-8).</p> <p>способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ДПК-2).</p>

### 6.2. Ситуационные задачи

#### Задача 1. (ПК-8)

Рассмотрите ситуацию: Вы – руководитель подразделения дополнительного образования вуза. Ваша организация планирует открыть набор по новому направлению переподготовки. Какая маркетинговая информация Вам потребуется? Какими способами Вы можете ее получить?

#### Задача 2. (ПК-8)

Определите, на какие уровни потребностей по теории А.Маслоу рассчитаны следующие товары:

- а) автомобиль представительского класса;
- б) курсы английского языка;
- в) банковское кредитование;
- г) самоучитель французского языка.

**Задача 3. (ПК-8)**

Кто может стать потенциальным потребителем следующих товаров:

- а) подготовительные курсы в вузе;
- б) курсы переподготовки «Психолог»;
- в) услуги репетитора по математике.

Аргументируйте свой ответ.

**Задача 4. (ПК-8)**

Подберите 2-3 примера рекламных обращений, которые:

- а) сообщают потребителю информацию;
- б) убеждают потребителя приобрести тот или иной товар;
- в) напоминают о чем-либо.

**Задача 5. (ПК-8, ДПК-2)**

Рассмотрите ситуацию: Вы – специалист по маркетингу в языковой школе. Организацию интересует мнение ваших слушателей о новой программе подготовки «Китайский язык».

Какую маркетинговую информацию Вам необходимо получить? Какими методами Вы будете осуществлять её сбор?

**Задача 6. (ДПК-2)**

Опишите процесс покупки любого приобретённого Вами за последнее время товара. Какие мотивы определяли Ваш выбор – эмоциональные или рациональные? Аналогично опишите процесс приобретения любой услуги.

**Задача 7. (ПК-8)**

Приведите по четыре примера услуг, потребление которых определяется следующими факторами:

- а) доходы;
- б) принадлежность к общности;
- в) мнение семьи.

**Задача 8. (ПК-8, ДПК-2)**

Перечислите проблемы, с которыми может столкнуться образовательная организация, не занимающаяся продвижением образовательных услуг.

### 6.3. Тематика рефератов

<i>Содержание вопроса</i>	<i>Оцениваемые знания, умения, компетенции</i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виды технологий продвижения товаров и услуг на рынке.</li> <li>2. Специфические черты рынка образовательных услуг.</li> <li>3. Система продвижения как элемент менеджмента образовательной организации.</li> <li>4. Технологии продвижения образовательных услуг: методический аспект.</li> <li>5. Понятие, сущность и виды маркетингового исследования.</li> <li>6. Особенности маркетинга образовательных организаций.</li> <li>7. Проведение маркетингового исследования в области рынка образовательных услуг.</li> <li>8. Концепции и программы развития образовательной организации.</li> <li>9. Методология управления стратегическим развитием образовательной организации.</li> <li>10. Технология разработки концепции и программы продвижения образовательных услуг.</li> <li>11. Миссия и цели образовательной организации.</li> <li>12. Типология стратегий развития образовательной организации.</li> <li>13. Технологии продвижения образовательных услуг в стратегическом планировании развития образовательной организации.</li> </ol>	<p><b>Знания:</b> современных технологий продвижения услуг на рынке с учетом специфики сферы образования.</p> <p><b>Умения:</b> применять имеющиеся знания при осуществлении профессиональной деятельности.</p> <p>готовность к осуществлению педагогического проектирования образовательных программ и индивидуальных образовательных маршрутов (ПК-8).</p> <p>способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ДПК-2).</p>

## Лист внесения изменений

Дополнения и изменения в учебной программе на 201\_\_ / \_\_\_\_\_ учебный год

В учебную программу вносятся следующие изменения:

- 1.
- 2.
- 3.

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г., протокол № \_\_\_\_\_

Внесенные изменения утверждаю

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Декан факультета (директор института)

\_\_\_\_\_

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.