



|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 44.04.01 СДОМ-18,19.plx |  |  |  |  |  | стр. 3 |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** | | | | | | |
| УТВЕРЖДАЮ | | | | | | |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ д.п.н.,профессор Г.А. Папуткова | |  |  |  |  |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2020 г. | | | | | | |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  исполнения в 2020-2021 учебном году на заседании кафедры | | | | | | |
| **Инновационных технологий менеджмента** | | | | | | |
| Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2020 г. № \_\_  Зав. кафедрой канд.экон.наук, доцент Егоров Е.Е. | | | | | | |
| СОГЛАСОВАНО | | | | | | |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.А. Зеленкова | | Начальник отдела управления образовательными программами | | |  |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2020 г. | | | | | | |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** | | | | | | |
| Проректор по учебно-методической деятельности | | УТВЕРЖДАЮ | | | | |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ д.п.н.,профессор Г.А. Папуткова | |  |  |  |  |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 г. | | | | | | |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры | | | | | | |
| **Инновационных технологий менеджмента** | | | | | | |
| Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 г. № \_\_  Зав. кафедрой канд.экон.наук, доцент Егоров Е.Е. | | | | |  |  |
| СОГЛАСОВАНО | | | | | | |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.А. Зеленкова | | Начальник отдела управления образовательными программами | | |  |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 г. | | | | | | |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** | | | | | | |
| Проректор по учебно-методической деятельности | | УТВЕРЖДАЮ | | | | |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ д.п.н.,профессор Г.А. Папуткова | |  |  |  |  |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2022 г. | | | | | | |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры | | | | | | |
| **Инновационных технологий менеджмента** | | | | | | |
| Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2022 г. № \_\_  Зав. кафедрой канд.экон.наук, доцент Егоров Е.Е. | | | | |  |  |
| Начальник отдела управления образовательными программами | | | | |  | |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.А. Зеленкова | |  |  |  |  |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2022 г. | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Проректор по учебно-методической деятельности | | УТВЕРЖДАЮ | | | | |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ д.п.н.,профессор Г.А. Папуткова | |  |  |  |  |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 г. | | | | | | |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры | | | | | | |
| **Инновационных технологий менеджмента** | | | | | | |
| Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 г. № \_\_  Зав. кафедрой канд.экон.наук, доцент Егоров Е.Е. | | | | |  |  |
| СОГЛАСОВАНО | | | | | | |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.А. Зеленкова | |  | |  |  |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 г. | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 44.04.01 СДОМ-18,19.plx | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | стр. 4 | |
| **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.1 | | | Целями освоения дисциплины являются формирование навыков продвижения образовательных услуг на рынок. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.2 | | | Задачи дисциплины: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.3 | | | - изучение современных технологий продвижения услуг; | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.4 | | | - выявление особенностей продвижения образовательного продукта. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | |  | | |  | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  | |
| **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Цикл (раздел) ОПОП: | | | | | | | | | | К.М.04.ДВ.01 | | | | | | | | | | | | | | |
| **2.1** | | | **Требования к предварительной подготовке обучающегося:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.1.1 | | | Изучение данной дисциплины требует предварительной подготовки обучающимися по дисциплинам бакалавриата, а так же изучение дисциплин: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.1.2 | | | Психология организационно-управленческой деятельности | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.1.3 | | | Экономика дополнительного образования | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **2.2** | | | **Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.2.1 | | | Выполнение и защита выпускной квалификационной работы | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.2.2 | | | Производственная (преддипломная) практика | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | |  | | |  | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  | |
| **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий:**  **УК.1.1. Умеет анализировать проблемные ситуации, используя системный подход** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Знать:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | теоретические основы, средства и методы реализации системного подхода при продвижении образовательных услуг на рынок | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | теоретические основы, основные средства и методы реализации системного подхода при продвижении образовательных услуг на рыно | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | теоретические основы реализации системного подхода при продвижении образовательных услуг на рыно | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Уметь:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | вырабатывать стратегию действий по продвижению образовательных услуг на рынок | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | вырабатывать основные направления стратегии действий по продвижению образовательных услуг на рынок | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | планировать действия по продвижению образовательных услуг на рынок | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Владеть:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | способами критического анализа проблемных ситуаций на основе системного анализа | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | основными способами критического анализа проблемных ситуаций на основе системного анализа | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | некоторыми способами критического анализа проблемных ситуаций на основе системного анализа | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий:**  **УК.1.2. Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Знать:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | способы разработки стратегии действий по достижению цели | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | основные способы разработки стратегии действий по достижению цели | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | некоторые способы разработки стратегии действий по достижению цели | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Уметь:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | вырабатывать стратегию действий по продвижению образовательных услуг на рынок на основе анализа проблемной ситуации | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | вырабатывать основные направления стратегии действий по продвижению образовательных услуг на рынок на основе анализа проблемной ситуации | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | планировать действия по продвижению образовательных услуг на рынок на основе анализа проблемной ситуации | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Владеть:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | способами критического анализа проблемных ситуаций | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | основными способами критического анализа проблемных ситуаций | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | некоторыми способами критического анализа проблемных ситуаций | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла:**  **УК.2.1. Демонстрирует знание этапов жизненного цикла проекта, методов и инструментов управления проектом на каждом из этапов** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Знать:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | этапы и структуру проекта | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | основные этапы и структуру проекта | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | некоторые этапы и структуру проекта | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Уметь:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | разрабатывать стратегию продвижения образовательного продукта в рамках реализации этапов проекта | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | разрабатывать план продвижения образовательного продукта в рамках реализации этапов проекта | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | разрабатывать основные элементы плана продвижения образовательного продукта в рамках реализации этапов проекта | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Владеть:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | способами управления проектом на всех этапах его жизненного цикла | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | основными способами управления проектом на ключевых этапах его жизненного цикла | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | некоторыми способами управления проектом на отдельных этапах его жизненного цикла | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **ПК-1: Способен осуществлять проектирование организационно-педагогического обеспечения развития социального партнерства и продвижения услуг дополнительного образования детей:**  **ПК.1.1. Знает**  **- основы социального проектирования,**  **- подходы к разработке концепций и методов изучения рынка услуг дополнительного образования детей** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Знать:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | | стадии продажи образовательного продукта, подходы к разработке концепций и методов изучения рынка услуг сферы дополнительного образования детей | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | | стадии продажи образовательного продукта, основные подходы к разработке концепций и методов изучения рынка услуг сферы дополнительного образования детей | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | | стадии продажи образовательного продукта, некоторые аспекты разработки концепций и методов изучения рынка услуг сферы дополнительного образования детей | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Уметь:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | | применять психодиагностические методики при продвижении образовательного продукта | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | | применять основные психодиагностические методики при продвижении образовательного продукта | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | | применять некоторые психодиагностические методики при продвижении образовательного продукта | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Владеть:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | | методами формирования эффективного продвижения образовательных услуг на рынок, рассчитывать оптимальный уровень цен на образовательный продукт | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | | основными методами формирования эффективного продвижения образовательных услуг на рынок, рассчитывать оптимальный уровень цен на образоватальный продукт | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | | основными методами формирования эффективного продвижения образовательных услуг на рынок или рассчитывать оптимальный уровень цен на образоватальный продукт | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **ПК-1: Способен осуществлять проектирование организационно-педагогического обеспечения развития социального партнерства и продвижения услуг дополнительного образования детей:**  **ПК.1.2. Умеет**  **- формировать предложения по продвижению услуг дополнительного образования;**  **- привлекать потенциальных партнеров и заинтересованных лиц к развитию дополнительного образования** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Знать:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | | основы продвижения услуг дополнительного образования детей на высоком уровне | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | | приемы и техники продвижения услуг дополнительного образования детей | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | | отдельные приемы или техники продвижения услуг дополнительного образования детей | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Уметь:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | | формировать предложения по продвижению услуг дополнительного образования | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | | формировать предложения по продвижению услуг дополнительного образования | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | | формировать предложения по продвижению услуг дополнительного образования | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Владеть:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | | технологиями привлечения потенциальных партнеров и заинтересованных лиц к развитию дополнительного образования | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | | основными технологиями привлечения потенциальных партнеров и заинтересованных лиц к развитию дополнительного образования | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | | некоторыми технологиями привлечения потенциальных партнеров и заинтересованных лиц к развитию дополнительного образования | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **ПК-1: Способен осуществлять проектирование организационно-педагогического обеспечения развития социального партнерства и продвижения услуг дополнительного образования детей:**  **ПК.1.3. Владеет**  **- навыками планирования и реализации мероприятий для привлечения потенциального контингента обучающихся;**  **- методами разработки информационно-рекламных материалов о возможностях дополнительного образования детей** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Знать:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | | методы и технологии разработки информационно-рекламных материалов о возможностях дополнительного образования детей на высоком уровне | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | | основные методы и технологии разработки информационно-рекламных материалов о возможностях дополнительного образования детей | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | | отдельные методы и технологии разработки информационно-рекламных материалов о возможностях дополнительного образования детей | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Уметь:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | | использовать методы разработки информационно-рекламных материалов о возможностях дополнительного образования детей | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | | методами разработки информационно-рекламных материалов о возможностях дополнительного образования детей | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | | методами разработки информационно-рекламных материалов о возможностях дополнительного образования детей | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Владеть:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 1 | | | | | | | навыками планирования и реализации мероприятий для привлечения потенциального контингента обучающихся | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 2 | | | | | | | навыками планирования и реализации основных этапов мероприятий для привлечения потенциального контингента обучающихся | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Уровень 3 | | | | | | | навыками планирования и реализации отдельных этапов мероприятий для привлечения потенциального контингента обучающихся | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **В результате освоения дисциплины обучающийся должен** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **3.1** | | **Знать:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.1.1 | | - алгоритм формирования эффективных рекламных аргументов и обращений; | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.1.2 | | - основные стандии продажи образовательного продукта; | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.1.3 | | - типы продавцов и визуальные типы покупателя. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **3.2** | | **Уметь:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.2.1 | | - применять основные психодиагностические методики при продвижении образовательного продукта; | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.2.2 | | - рассчитывать оптимальный уровень цен на образоватальный продукт. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **3.3** | | **Владеть:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.3.1 | | - владеть методами анализа покупательских сигналов клиента, визуального прогнозирования решений клиента; | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.3.2 | | - владеть методами формирования эффективного продвижения образотельных услуг на рынок. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | |  | |  |  | | | | | |  | | | |  |  |  | |  |  | | |  | |
| **4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Код занятия** | | | | **Наименование разделов и тем /вид занятия/** | | | | | | | **Семестр / Курс** | | | | **Часов** | **Компетен-**  **ции** | **Литература** | | **Инте**  **ракт.** | | **Примечание** | | | |
|  | | | | **Раздел 1. Нормативно-правовое обеспечение и управление продвижением образовательных услуг** | | | | | | |  | | | |  |  |  | |  | |  | | | |
| 1.1 | | | | Современные организационно- правовые проблемы и перспективы продвижения образовательных услуг /Лек/ | | | | | | | 3 | | | | 1 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.3Л3.1 | | 0 | |  | | | |
| 1.2 | | | | Современные организационно- правовые проблемы и перспективы продвижения образовательных услуг /Ср/ | | | | | | | 3 | | | | 6 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.3Л2.2 Л2.3Л3.1 | | 0 | |  | | | |
| 1.3 | | | | Законодательное обеспечение жизнедеятельности рынка образовательных услуг /Лек/ | | | | | | | 3 | | | | 1 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.3Л3.1 | | 0 | |  | | | |
| 1.4 | | | | Законодательное обеспечение жизнедеятельности рынка образовательных услуг /Ср/ | | | | | | | 3 | | | | 6 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.3Л3.1 | | 0 | |  | | | |
|  | | | | **Раздел 2. Маркетинг образовательных услуг** | | | | | | |  | | | |  |  |  | |  | |  | | | |
| 2.1 | | | | Концепция маркетинга образовательных услуг /Лек/ | | | | | | | 3 | | | | 1 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.1Л2.2 Л2.3Л3.1  Э1 | | 0 | |  | | | |
| 2.2 | | | | Концепция маркетинга образовательных услуг /Пр/ | | | | | | | 3 | | | | 0 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.1Л2.2 Л2.3Л3.1  Э1 | | 0 | |  | | | |
| 2.3 | | | | Сегментация рынка образовательных услуг /Лек/ | | | | | | | 3 | | | | 1 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.1Л2.2 Л2.3Л3.1  Э1 | | 1 | |  | | | |
| 2.4 | | | | Сегментация рынка образовательных услуг /Пр/ | | | | | | | 3 | | | | 2 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.1Л2.2 Л2.3Л3.1  Э1 | | 0 | |  | | | |
| 2.5 | | | | Сегментация рынка образовательных услуг Нижнего Новгорода /Ср/ | | | | | | | 3 | | | | 10 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.1Л2.2 Л2.3Л3.1  Э1 | | 0 | |  | | | |
| 2.6 | | | | Комплекс маркетинга для образовательной услуги /Лек/ | | | | | | | 3 | | | | 2 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1  Э2 | | 1 | |  | | | |
| 2.7 | | | | Комплекс маркетинга для образовательной услуги /Пр/ | | | | | | | 3 | | | | 4 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1  Э2 | | 0 | |  | | | |
| 2.8 | | | | Комплекс маркетинга для образовательной услуги /Ср/ | | | | | | | 3 | | | | 10 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1  Э2 | | 0 | |  | | | |
| 2.9 | | | | Современные технологии продвижения образовательных услуг /Лек/ | | | | | | | 3 | | | | 2 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1  Э3 | | 2 | |  | | | |
| 2.10 | | | | Современные технологии продвижения образовательных услуг /Пр/ | | | | | | | 3 | | | | 4 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1  Э3 | | 4 | |  | | | |
| 2.11 | | | | Современные технологии продвижения образовательных услуг /Ср/ | | | | | | | 3 | | | | 10 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1  Э3 | | 0 | |  | | | |
| 2.12 | | | | Специальные события как важнейший элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций образовательного учреждения /Пр/ | | | | | | | 3 | | | | 2 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1  Э2 | | 0 | |  | | | |
| 2.13 | | | | Специальные события как важнейший элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций образовательного учреждения /Ср/ | | | | | | | 3 | | | | 10 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1  Э1 | | 0 | |  | | | |
| 2.14 | | | | /Зачёт/ | | | | | | | 3 | | | | 0 | УК-1 УК-2 ПК-1 | Л2.2Л3.1 | | 0 | |  | | | |
|  | | | |  | | | | | | |  | | | |  |  |  | |  | |  | | |  |
| **5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **5.1. Контрольные вопросы и задания** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Контрольные вопросы к зачету (3 семестр)  1.Принципы управленческого учета (мировой опыт). Проблемы внедрения управленческого учета в России.  2.Роль государства в формировании и развитии рынка образовательных услуг в России.  3.Классификация организационно-управленческой структуры образовательного учреждения, использующего технологии продвижения образовательных услуг.  4.Продвижение образовательных услуг: внутренний рынок, экспорт, импорт.  5.Оценка конкурентоспособности образовательной услуги (на примере конкретной организации).  6.Оценка рыночной эффективности услуг образовательного учреждения (на примере конкретной организации).  7.Модель планирования потребности в образовательных услугах (на примере конкретной организации).  8.Факторы повышения эффективности предоставления образовательных услуг.  9.Права потребителя и исполнителя при организации образовательных услуг.  10.Рынок образовательных услуг: его место в системе рыночных отношений, структура и инфраструктура.  11.Проектирование системы менеджмента качества образовательных услуг как условия конкурентоспособности организации.  12.Методика оценки эффективности функционирования организации (отдела) при продвижении образовательных услуг (на примере конкретной организации).  13.Инструментарий при организации внутреннего аудита образовательных услуг (на примере конкретной организации).  14.Процесс формирования и организации образовательных услуг (на примере конкретной организации).  15.Каковы особенности услуги как объекта маркетинга?  16.Каковы функции маркетинга образовательных услуг?  17.В чем заключаются отличия производственно-ориентированного образовательного учреждения от ОУ, ориентированного на рынок?  18.Каким образом возможно организовать маркетинговую деятельность в школе, колледже, небольшом вузе?  19.Какие сферы деятельности ОУ должны находиться на государственном финансировании?  20.На каких принципах основывается размещение и реализация государственного заказа?  21.Раскройте понятие маркетинговой среды. Какова ее структура?  22.Какие факторы включает в себя маркетинговая макросреда? Каковы особенности воздействия макросреды на образовательное учреждение?  23.Дайте определение сегментации рынка, целевого рынка, целевого сегмента рынка. Перечислите эффекты сегментации рынка образовательных услуг.  24.В чем заключается эффект игнорированного сегмента, как он может быть использован образовательным учреждением?  25.С какой целью применяется сегментация по параметрам образовательных услуг?  26.Какие уровни конкуренции вы знаете? Приведите примеры типов конкуренции в сфере образования.  27.Из каких разделов может состоять оценочный лист конкурентоспособности?  28.Что такое маркетинговые коммуникации? Какими средствами воздействия представлен комплекс маркетинговых коммуникаций сферы образования?  29.Какие основные этапы включает процесс разработки эффективных маркетинговых коммуникаций?  30.Назовите особенности образовательной рекламы.  31.Что представляет собой стимулирование сбыта образовательных услуг?  32.Как организуются связи с общественностью в сфере образования?  33.Каковы преимущества использования прямого маркетинга при продвижении образовательных услуг?  34.Почему образовательному учреждению следует разрабатывать свой фирменный стиль?  35.В чем отличие выставки и ярмарки? Какие преимущества участие в них дает образовательному учреждению?  36.В чем заключается важность сотрудничества в сфере образования?  37.Как формируется бренд образовательного учреждения? Какими методами осуществляется продвижение образовательного бренда на глобальный рынок?  38.Коммуникационные технологии продвижения образовательного учреждения.  39.Система интегрированных маркетинговых коммуникаций образовательного учреждения.  40.Понятия «специальные события» и «событийный маркетинг».  41.Специальные события как важнейший элемент системы интегрированных маркетинговых коммуникаций образовательного учреждения.  42.Цели, задачи и специфика событийного маркетинга как технологии продвижения.Этапы и основные принципы организации специальных событий. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **5.2. Фонд оценочных средств** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Фонд оценочных средств представлен в Приложении 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **5.3. Перечень видов оценочных средств** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Практико-ориентированные задания, творческие задания, тесты | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  | | | | | | | |  | | |  | | | | | |  | | | |  | | |
| **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **6.1. Рекомендуемая литература** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **6.1.1. Основная литература** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Авторы, составители | | | | | | | | Заглавие | | | | | | | | | Издательство, год | | | | | | |
| Л1.1 | Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В. | | | | | | | | Маркетинг: Учеб.для студентов экон.спец.вузов: Рек.М-вом образования и науки РФ | | | | | | | | | Москва: Дашков и К, 2017 | | | | | | |
| Л1.2 | Ильин Г. Л. | | | | | | | | Инновации в образовании: учебное пособие | | | | | | | | | Москва: Прометей, 2015, http://biblioclub.ru/index.php? page=book&id=437317 | | | | | | |
| Л1.3 | Гришина В. Т., Дробышева Л. А., Дашкова Т. Л., Козлова Н. П., Матвеева О. З., Морозов Ю. В., Гришина В. Т. | | | | | | | | Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник | | | | | | | | | Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018, http://biblioclub.ru/index.php? page=book&id=495786 | | | | | | |
| **6.1.2. Дополнительная литература** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Авторы, составители | | | | | | | | Заглавие | | | | | | | | | Издательство, год | | | | | | |
| Л2.1 | Алексунин В.А., Дубаневич Е.В. | | | | | | | | Маркетинговые коммуникации: Практикум: учеб.пособие для студентов вузов: Допущено УМО по образованию в области маркетинга | | | | | | | | | Москва: Дашков и К, 2016 | | | | | | |
| Л2.2 | Семиглазов В. А. | | | | | | | | Инновационный менеджмент: учебное пособие | | | | | | | | | Томск: ТУСУ�, 2016, http://biblioclub.ru/index.php? page=book&id=480950 | | | | | | |
| Л2.3 | | Алешина О. Г., Веремеенко О. С., Суслова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Юшкова Л. В. | | | | | | Маркетинг: учебное пособие | | | | | | | | | | Красноярск: СФУ, 2017, http://biblioclub.ru/index.php? page=book&id=497291 | | | | | | |
| Л2.4 | | Давыденко Е. А., Евневич М. А. | | | | | | Маркетинг в информационном обществе: учебное пособие | | | | | | | | | | Москва: Креативная экономика, 2018, http://biblioclub.ru/index.php? page=book&id=498917 | | | | | | |
| **6.1.3. Методические разработки** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | Авторы, составители | | | | | | Заглавие | | | | | | | | | | Издательство, год | | | | | | |
| Л3.1 | | Перова Т.В. | | | | | | Социальный маркетинг: Учеб.-метод.пособие | | | | | | | | | | Нижний Новгород: Мининский ун-т, 2015 | | | | | | |
| **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Э1 | | Чернопятов, А.М. Маркетинг в образовании=Marketing in education : учебно-методическое пособие / А.М. Чернопятов. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. - 278 с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 265-273. - ISBN 978-5-4475- 9559-3 ; То же [Электронный ресурс]. - | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Э2 | | Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 252 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02723-9 ; То же [Электронный ресурс]. - | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Э3 | | Мартиросян, К.В. Интернет-технологии : учебное пособие / К.В. Мартиросян, В.В. Мишин ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2015. - 106 с. : ил. - Библиогр.: с. 98-100. ; То же [Электронный ресурс]. - | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **6.3.1 Перечень программного обеспечения** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6.3.1.1 | | текстовый редактор MS Word; табличный редактор MS Excel, электронная образовательная среда Moodle | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **6.3.2 Перечень информационных справочных систем** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6.3.2.1 | | http://www.biblioclub.ru ЭБС "Университетская библиотека онлайн" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6.3.2.2 | | http://www.elibrary.ru Научная электронная библиотека | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6.3.2.3 | | http://www.ebiblioteka.ru Универсальные базы данных изданий | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | |  | | | | | |  | | | | |  | | | | |  | | | |  | | |
| **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7.1 | | Реализация дисциплины требует наличие учебной аудитории для проведения лекционных и практических занятий, укомплектованной необходимой учебной мебелью и техническими средствами для представления учебной информации обучающимся. Лекционная аудитория оборудована видеотехникой для просмотра презентаций (средствами звуковоспроизведения, экраном и выходом в сеть Интернет). | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7.2 | | Методическое обеспечение дисциплины: тесты, методические пособия, раздаточный учебно-методический материал, комплект электронных презентаций | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7.3 | | Технические средства обучения: компьютер с доступом в LMS Moodle, проектор; мультимедийной оборудование | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | |  | | | | | |  | | | | |  | | | | |  | | | |  | | |
| **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Рейтинг-план дисциплины представлен в Приложении 2  На странице сайта Мининского университета «Рейтинговая система оценки качества подготовки студентов» https://www.mininuniver.ru/scientific/education/docs/ump представлен нормативный документ - Положение о рейтинговой оценке качества подготовки студентов | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |