



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГО
Т.Е. Абрамзон

11.02.2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**МАРКЕТИНГ В ДОШКОЛЬНОМ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОМ
ОБРАЗОВАНИИ**

Направление подготовки (специальность)

44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Направленность (профиль/специализация) программы
Дошкольное образование и дополнительное образование

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
очная

Институт/ факультет	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Дошкольного и специального образования
Курс	5
Семестр	10

Магнитогорск
2020 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) (приказ Минобрнауки России от 22.02.2018 г. № 125)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Дошкольного и специального образования

27.01.2020, протокол № 7

Зав. кафедрой Санникова Л.Н. Санникова

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО

11.02.2020 г. протокол № 5

Председатель Абрамзон Т.Е. Абрамзон

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры ДиСО, д-р филол. наук Пустовойтова О.В. Пустовойтова

Рецензент:

доцент кафедры ПОиД, канд. пед. наук Самарокова И.В. Самарокова

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2021 - 2022 учебном году на заседании кафедры Дошкольного и специального образования

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Санникова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Дошкольного и специального образования

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Санникова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Дошкольного и специального образования

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Санникова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Дошкольного и специального образования

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Санникова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Дошкольного и специального образования

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Санникова

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Основной целью освоения дисциплины является формирование теоретических и практических знаний, умений и навыков по основам маркетинга, управлению системными маркетинговыми инструментами для удовлетворения потребностей как отдельно взятой личности, так и общества в целом.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Маркетинг в дошкольном и дополнительном образовании входит в обязательную часть учебного плана образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Образовательная робототехника

Организация деятельности детей раннего возраста в дошкольном и дополнительном образовании

Организация досуговой деятельности в дошкольном и дополнительном образовании

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Производственная – преддипломная практика

Управление образовательным процессом

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг в дошкольном и дополнительном образовании» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ОПК-1	Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики
ОПК-1.1	Применяет нормативно-правовые акты и профессиональную этику в профессиональной деятельности в сфере образования
ОПК-1.2	Владеет способами и приемами построения образовательных отношений в соответствии с правовыми и этическими нормами профессиональной деятельности

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

- Форма аттестации - зачет с оценкой

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Раздел 1. Маркетинг в сфере образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.								
1.1 Специфика маркетинга образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.	10	4		4	7,5	Выполнение заданий на образовательном портале, подготовка к практическому занятию.	Устный опрос, проверка выполненных заданий.	ОПК-1.1, ОПК-1.2
1.2 Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.		4		4	7	Выполнение заданий на образовательном портале, написание эссе, подготовка к практическому занятию.	Устный опрос, проверка выполненных заданий.	ОПК-1.1, ОПК-1.2
1.3 Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности в дошкольном и дополнительном образовании.		4		6	6	Выполнение заданий на образовательном портале, написание эссе, подготовка к практическому занятию, подготовка к тестированию.	Устный опрос, проверка выполненных заданий, тестирование.	ОПК-1.1, ОПК-1.2
Итого по разделу		12		14	20,5			
2. Раздел 2. Процесс управления маркетинговой деятельностью в дошкольном и дополнительном								

2.1 Маркетинговая служба в сфере предоставления услуг в дошкольном и дополнительном образовании.	10	4		6/4И	10	Выполнение заданий на образовательном портале, подготовка к практическому заданию.	Устный опрос, представление докладов в форме презентаций.	ОПК-1.1, ОПК-1.2
2.2 Качество образовательных услуг.		6		4/2И	10	Подготовка к практическому занятию.	Представление презентаций.	ОПК-1.1, ОПК-1.2
2.3 Продвижение образовательных услуг на рынке дошкольного и дополнительного образования.		6		4/4И	10	Подготовка к практическому занятию.	Представление презентаций.	ОПК-1.1, ОПК-1.2
Итого по разделу		16		14/10И	30			
Итого за семестр		28		28/10И	50,5		зао	
Итого по дисциплине		28		28/10И	50,5		зачет с оценкой	

5 Образовательные технологии

1. Для лучшего овладения образовательными компетенциями в процессе обучения используются активные и интерактивные методы обучения.

Интерактивные методы могут применяться при организации преподавателем следующей работы со студентами: организация тематических занятий; организация временных творческих коллективов при работе над учебным проектом; организация дискуссий и обсуждений спорных вопросов, возникших в коллективе.

2. Для развития и совершенствования коммуникативных способностей студентов организуются специальные учебные занятия в форме диспутов" или конференций, при подготовке которым студенты заранее распределяются по группам, отстаивающим ту или иную точку зрения по обсуждаемой проблеме.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Бармина, А. С. Управление маркетингом : практикум / А. С. Бармина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2015. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL:

<https://magtu.informsistema.ru/uploader/fileUpload?name=1283.pdf&show=dcatalogues/1/1123476/1283.pdf&view=true> (дата обращения: 04.10.2019). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Завойская, И. В. Основные категории маркетинга : учебное пособие / И. В. Завойская, Ю. А. Лимарева ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://magtu.informsistema.ru/uploader/fileUpload?name=2388.pdf&show=dcatalogues/1/1130076/2388.pdf&view=true> (дата обращения: 04.10.2019). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

3. Кузнецова, Н. В. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие. Ч. 2. Маркетинг / Н. В. Кузнецова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://magtu.informsistema.ru/uploader/fileUpload?name=2789.pdf&show=dcatalogues/1/1132946/2789.pdf&view=true> (дата обращения: 04.10.2019). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

б) Дополнительная литература:

1. Лимарев, П. В. Маркетинг : практикум / П. В. Лимарев, Ю. А. Лимарева ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL:

<https://magtu.informsistema.ru/uploader/fileUpload?name=3162.pdf&show=dcatalogues/1/1136499/3162.pdf&view=true> (дата обращения: 04.10.2019). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Сторожева, Е. В. Интернет-маркетинг и реклама : учебное пособие / Е. В. Сторожева, А. Н. Старков ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://magtu.informsistema.ru/uploader/fileUpload?name=3245.pdf&show=dcatalogues/1/1137014/3245.pdf&view=true> (дата обращения: 04.10.2019). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

3. Лимарев, П. В. Маркетинг : учебное пособие / П. В. Лимарев, Ю. А. Лимарева ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL:

<https://magtu.informsistema.ru/uploader/fileUpload?name=3160.pdf&show=dcatalogues/1/1136497/3160.pdf&view=true> (дата обращения: 04.10.2019). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

в) Методические указания:

1. Л.Н.Санникова, Н.И.Левшина Промежуточная аттестация: система мониторинга качества образовательной деятельности обучающихся: методические рекомендации для обучающихся – Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн. университета им.Г.И.Носова, 2019. -18 с. (25 шт. в библиотеке МГТУ).

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7 Professional(для классов)	Д-1227-18 от 08.10.2018	11.10.2021
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	https://dlib.eastview.com/
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: http://window.edu.ru/

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа - Доска, мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

2. Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - Доска, мультимедийный проектор, экран.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся - Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета

4. Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования - Шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Приложение 1.

Тема 1.1. Специфика маркетинга образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.

1. Основы маркетинга.
2. Система маркетинга организации.
3. Субъекты и объекты маркетинга образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.
4. Функции маркетинга образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.
5. Принципы и методы маркетинга образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.

Тема 1.2. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.

1. Маркетинговые исследования как вид маркетинговой деятельности образовательных учреждений.
2. Роль, функции и общая схема исследований в маркетинге. Классификация методов исследования.
3. Характеристика методов исследования.
4. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях (в сфере дошкольного и дополнительного образования).

Тема 1.3. Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности в дошкольном и дополнительном образовании.

1. Сущность маркетинговых коммуникаций.
2. Основы рекламной деятельности.
3. Стимулирование продаж образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.
4. Связи с общественностью. Прямой маркетинг.
5. Разработка фирменного стиля образовательных услуг.

6. Ярмарочная и выставочная деятельность в сфере образовательных услуг. Сотрудничество в системе образования

Тема 2.1. Маркетинговая служба в сфере предоставления услуг в дошкольном и дополнительном образовании.

1. Элементы системы управления маркетингом.
2. Анализ рынка образовательных услуг.
3. Разработка плана маркетинга образовательного учреждения.
4. Реализация плана маркетинга.
5. Презентация по теме «Бизнес-план в дошкольном или дополнительном образовании». Обсуждение в форме конференции.

Тема 2.2. Качество образовательных услуг.

1. Конкуренция: анализ, стратегия и практика.
2. Конкурентоспособность образовательной услуги.
3. Качество образовательной услуги: уровень качества, требование к качеству.
4. Презентация по теме «Качество образовательных услуг в дошкольном или дополнительном образовании».
5. Обсуждение в форме конференции.

Тема 2.3. Продвижение образовательных услуг на рынке дошкольного и дополнительного образования.

1. Сущность международного маркетинга.
2. Инвестиции в международной практике.
3. Концепции международного маркетинга.
4. Международная маркетинговая информационная система (МИС).
5. Выбор целевых сегментов рынка образовательных услуг.
6. Подготовить презентацию по одной из тем. Обсуждение в форме конференции.

Приложение 2.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ОПК-1: Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики		
ОПК-1.1	Применяет нормативно-правовые акты и профессиональную этику в профессиональной деятельности в	Теоретические вопросы к зачету 1. Современное общество и маркетинг. 2. Сущность и классификация услуг дошкольного образования.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	сфере образования	3. Сущность и классификация услуг дополнительного образования. 4. Маркетинг в сфере образовательных услуг. 5. Маркетинг дошкольного образования. 6. Маркетинг дополнительного образования. 7. Специфика маркетинга образовательных услуг. 8. Маркетинг образования. 9. Методы маркетинговых исследований. 10. Средства воздействия комплекса маркетинговых коммуникаций в сфере образования. Презентации по темам: 1. Презентация комплекса мероприятий по продвижению образовательных услуг образовательного учреждения. 2. Процесс проектирования маркетинговых исследований с учетом нормативно-правовых актов. 3. Имидж образовательной организации и профессиональная деятельность педагога. 4. Внешняя среда дошкольной образовательной организации. 5. Внешняя среда организации дополнительного образования.
ОПК-1.2	Владеет способами и приемами построения образовательных отношений в соответствии с правовыми и этическими нормами профессиональной деятельности	Практические вопросы к зачету: 1. Охарактеризуйте основные виды образовательных организаций РФ. 2. Отличительные особенности современной системы дошкольного образования. 3. Отличительные особенности современной системы дополнительного образования. 4. Роль маркетинга в экономическом развитии региона. 5. Роль маркетинга в экономическом развитии страны. 6. Исследование рынка образовательных услуг на основе анкетирования. 7. Методика анализа маркетинговой среды образования. 8. Модель коммуникационного процесса в образовательной организации (ДОО или ОДО на выбор). 9. Модель имиджа образовательной

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		организации. 10. Показатели рейтинговой оценки привлекательности рынка образовательных услуг. Презентации по темам: 1. Качество и конкурентоспособность в системе маркетинга. 2. Важнейшие тенденции развития российского дошкольного образования (на основе нормативно-правовых актов). 3. Важнейшие тенденции развития российского дополнительного образования (на основе нормативно-правовых актов). 4. Конкуренция и основные направления конкурентной среды в дошкольном или в дополнительном образовании. 5. Сотрудничество в сфере образования (дошкольного или дополнительного на выбор).