



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
Л.Н. Санникова
06.02.2025 г.


РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ
ОБРАЗОВАНИИ**

Направление подготовки
44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Направленность (профили) программы
Дошкольное образование и дополнительное образование

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
очная

Институт/ факультет	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Дошкольного и специального образования
Курс	2
Семестр	3

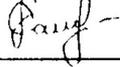
Магнитогорск
2025 год

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
28.01.2025, протокол № 5

Зав. кафедрой  — В.А. Чернобровкин

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО
06.02.2025 г. протокол № 6

Председатель  — Л.Н. Санникова

Рабочая программа составлена:
доцент ДиСО, к. филол. наук  — О.В. Пустовойтова

Рецензент:
заведующий кафедрой ПОиД, к. пед. наук  — С. Великанова

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Дошкольного и специального образования

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ В.А. Чернобровкин

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Дошкольного и специального образования

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ В.А. Чернобровкин

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Дошкольного и специального образования

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ В.А. Чернобровкин

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Дошкольного и специального образования

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ В.А. Чернобровкин

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2030 - 2031 учебном году на заседании кафедры Дошкольного и специального образования

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ В.А. Чернобровкин

1 Цели освоения дисциплины

Овладение основами маркетинговых технологий для решения профессиональных задач, в том числе проведение маркетинговых исследований, позиционирование, сегментирование и продвижение образовательных услуг и продуктов в рыночном сегменте, разработка рекламы и ее размещение в коммуникационных каналах.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Маркетинговые технологии в профессиональном образовании входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

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

Основы математической обработки информации

Теории и технологии взаимодействия участников образовательных отношений

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

Продвижение научной продукции

Современные тренды в дошкольном и дополнительном образовании

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

В результате освоения дисциплины «Маркетинговые технологии в профессиональном образовании» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-4	Способен организовывать образовательный процесс на основе непосредственного общения с каждым ребенком, создавать безопасную, психологически комфортную образовательную среду и позитивный психологический климат в группе
ПК-4.1	Участствует в создании безопасной и психологически комфортной образовательной среды образовательной организации через обеспечение безопасности жизни детей, поддержание эмоционального благополучия ребенка в период пребывания в образовательной организации
ПК-4.2	Создаёт позитивный психологический климат в группе и условия для доброжелательных отношений между детьми
ПК-4.3	Организует образовательный процесс на основе непосредственного общения с каждым ребенком с учетом его особых образовательных потребностей

4. Структура, объём и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц 72 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 55,9 акад. часов;
- аудиторная – 54 акад. часов;
- внеаудиторная – 1,9 акад. часов;
- самостоятельная работа – 16,1 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;

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. Маркетинговые технологии в профессиональном образовании								
1.1 Прогнозирование и целеполагание	3	6		4		Выполнение заданий на образовательном портале, кейс-заданий	Проверка заданий на образовательном портале, устный опрос	ПК-4.1
1.2 Сегментирование и позиционирование		4		2		Выполнение заданий на образовательном портале, кейс-заданий	Проверка заданий на образовательном портале, устный опрос	ПК-4.2
1.3 Анализ результатов		6		2		Выполнение заданий на образовательном портале	Проверка заданий на образовательном портале, устный опрос, тестирование	ПК-4.3
Итого по разделу		16		8				
2. Цифровой маркетинг в профессиональном образовании								
2.1 Маркетинговые стратегии в интернет-каналах	3	6		6		Выполнение заданий на образовательном портале, кейс-заданий	Проверка заданий на образовательном портале, устный опрос	ПК-4.1
2.2 Поисковый и контент-маркетинг		8		2		Выполнение заданий на образовательном портале, кейс-заданий	Проверка заданий на образовательном портале, устный опрос	ПК-4.2
2.3 Продакт и проджект менеджер		6		2	16,1	Выполнение заданий на	Проверка заданий на	ПК-4.3, ПК-4.1, ПК-4.2

						образовательном портале, кейс- заданий	образовательном портале, устный опрос, тестирование	
Итого по разделу		20		10	16,1			
Итого за семестр		36		18	16,1		зао	
Итого по дисциплине		36		18	16,1		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.

3. Для овладения практическими навыками применения маркетинговых технологий используются кейс-задания.

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

а) Основная литература:

1. Барабанов, В. И. Маркетинговые коммуникации. Стимулирование сбыта : учебное пособие / В. И. Барабанов, И. А. Субач ; МГТУ, каф. ЭиМ. - Магнитогорск, 2010. - 99 с. : табл. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1817> (дата обращения: 20.01.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный.

2. Бармина, А. С. Управление маркетингом : учебное наглядное пособие / А. С. Бармина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2015. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/ToView/20368?idb=db0109> (дата обращения: 20.01.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Режим доступа: для авторизованных пользователей. - Сведения доступны также на CD-ROM.

3. Пустовойтова, О. В. Маркетинг в образовании : учебное пособие [для вузов] / О. В. Пустовойтова ; Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2021. - 1 CD-ROM. - ISBN 978-5-9967-2087-3. - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/2981> (дата обращения: 20.01.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

б) Дополнительная литература:

1. Беляев, В. И. Маркетинг : основы теории и практики : учебник / В. И. Беляев. - М. : Кнорус, 2009. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/851> (дата обращения: 20.01.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Завойская, И. В. Маркетинг услуг : учебное пособие / И. В. Завойская, Т. В. Тахтина ; МГТУ. - Магнитогорск, 2010. - 188 с. : ил., табл. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1821> (дата обращения: 20.01.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный.

3. Кузнецова, Н. В. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие. Ч. 1.

Менеджмент / Н. В. Кузнецова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL:

<https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1583> (дата обращения:

20.01.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

в) Методические указания:

Промежуточная аттестация: система мониторинга качества образовательной деятельности обучающихся : методические рекомендации для обучающихся по направлениям подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование», 44.03.05 «Педагогическое образование», 44.03.02 «Психолого-педагогическое образование», 44.03.03 «Специальное (дефектологическое) образование» всех форм обучения / [сост.: Л. Н. Санникова, Н. И. Левшина] ; МГТУ ; каф. дошкольн. и спец. образования. - Магнитогорск : МГТУ, 2019. - 18 с. : табл. - Текст : непосредственный.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Браузер Yandex	свободно распространяемое ПО	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое ПО	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Российская Государственная библиотека. Каталоги	https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	https://host.megaprolib.net/MP0109/Web
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

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

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

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

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

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

Приложение 1

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Раздел 1. Маркетинговые технологии в профессиональном образовании

Тема 1.1. Прогнозирование и целеполагание

1. Основы маркетинга.
2. Система маркетинга организации.
3. Субъекты и объекты маркетинга в профессиональном образовании
4. Функции маркетинга.
5. Принципы и методы маркетинга в профессиональном образовании.
6. Прогнозирование в профессиональном маркетинге.
7. Целеполагание в профессиональном маркетинге.

Тема 1.2. Сегментирование и позиционирование

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. Сегментирование в профессиональном маркетинге.
5. Позиционирование в профессиональном маркетинге.

Тема 1.3. Анализ результатов

1. Сущность маркетинговых коммуникаций.
2. Основы рекламной деятельности.
3. Стимулирование продаж.
4. Связи с общественностью. Прямой маркетинг.
5. Разработка фирменного стиля профессионального образования.
6. Ярмарочная и выставочная деятельность в маркетинге. Сотрудничество в системе образования.
7. Анализ результатов

Раздел 2. Цифровой маркетинг в профессиональном образовании

Тема 2.1. Маркетинговые стратегии в интернет-каналах

1. Элементы системы управления маркетингом.
2. Анализ рынка профессионального образования
3. Разработка плана маркетинга образовательного учреждения высшего образования.
4. Реализация плана маркетинга.
5. Презентация по теме «Маркетинговые стратегии в интернет-каналах». Обсуждение в форме конференции.

Тема 2.2. Поисковый и контент-маркетинг

1. Поисковый маркетинг: назначение и организация.
2. Контент-маркетинг: назначение и организация
3. Обсуждение в форме конференции.

Тема 2.3. Продакт и Проджект-менеджер

1. Продакт-менеджер.
2. Проджект-менеджер.
3. Концепции международного маркетинга.
4. Международная маркетинговая информационная система (МИС).
5. Подготовить презентацию по одной из тем. Обсуждение в форме конференции.

Приложение 2

А) Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ПК – 4 Способен организовывать образовательный процесс на основе непосредственного общения с каждым ребенком, создавать безопасную, психологически комфортную образовательную среду и позитивный психологический климат в группе		
ПК-4.1	Участвует в создании безопасной и психологически комфортной образовательной среды образовательной организации через обеспечение безопасности жизни детей, поддержание эмоционального благополучия ребенка в период пребывания в образовательной организации	<p>Теоретические вопросы к зачету с оценкой</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговые технологии в профессиональном образовании: теоретические подходы 2. Субъекты и объекты маркетинга в профессиональном образовании 3. Функции маркетинга. 4. Принципы и методы маркетинга в профессиональном образовании. 5. Прогнозирование в профессиональном маркетинге. 6. Целеполагание в профессиональном маркетинге. 7. Маркетинговые исследования как вид маркетинговой деятельности образовательных учреждений. 8. Роль, функции и общая схема исследований в маркетинге. Классификация методов исследования. 9. Характеристика методов исследования. 10. Сегментирование в профессиональном маркетинге. 11. Позиционирование в профессиональном маркетинге. 12. Сущность маркетинговых коммуникаций. 13. Основы рекламной деятельности. 14. Стимулирование продаж. 15. Связи с общественностью. Прямой маркетинг. 16. Разработка фирменного стиля профессионального образования. 17. Ярмарочная и выставочная деятельность в маркетинге. Сотрудничество в системе образования. 18. Анализ результатов
ПК-4.2	Создаёт позитивный психологический климат в группе	<p>Теоретические вопросы к зачету с оценкой</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	и условия для доброжелательных отношений между детьми	<ol style="list-style-type: none"> 1. Элементы системы управления маркетингом. 2. Анализ рынка профессионального образования 3. Разработка плана маркетинга образовательного учреждения высшего образования. 4. Реализация плана маркетинга. 5. Поисковый маркетинг: назначение и организация. 6. Контент-маркетинг: назначение и организация. 7. Продакт-менеджер. 8. Проджект-менеджер. 9. Концепции международного маркетинга. 10. Международная маркетинговая информационная система (МИС).
ПК-4.3	Организует образовательный процесс на основе непосредственного общения с каждым ребенком с учетом его особых образовательных потребностей	<p style="text-align: center;">Практические задания к зачету</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовить SWOT-анализ образовательной организации. 2. Проанализировать на примере конкретной организации высшего образования ее маркетинговые стратегии. 3. Построить дерево целей (в маркетинге). 4. Разработать концепцию позиционирования организации профессионального образования. 5. Разработать стратегию сегментирования организации профессионального образования. 6. Представить таблицу-характеристику маркетинговых технологий. 7. Представить таблицу-характеристику цифровых маркетинговых технологий.

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Согласно п. 40 Порядка организации и осуществления деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом МОиН РФ от 05.04.2017 г. № 301) порядок проведения промежуточной аттестации включает в себя систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок.

Промежуточная аттестация по дисциплине включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме зачета.

Показатели и критерии оценивания зачета с оценкой :

Отметка «зачтено» по дисциплине выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Отметка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не знает программный материал, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания. Отметка «не зачтено» выставляется также, если обучающийся после начала зачета отказался его сдавать.

– на оценку **«отлично»** – студент должен знать базовые понятия дисциплины, основные отечественные и зарубежные нормативно-правовые акты сфере образования; уметь самостоятельно использовать знания нормативно-правовых актов сферы образования в профессиональной деятельности; владеть способами и приемами построения образовательных отношений в соответствии с правовыми и этическими нормами профессиональной деятельности

– на оценку **«хорошо»** – студент должен знать базовые понятия дисциплины, основные отечественные и зарубежные нормативно-правовые акты сфере образования; частично уметь использовать знания нормативно-правовых актов сферы образования в профессиональной деятельности; частично владеть способами и приемами построения образовательных отношений в соответствии с правовыми и этическими нормами профессиональной деятельности

– на оценку **«удовлетворительно»** – студент испытывает затруднения в понимании базовых понятий дисциплины, основных отечественных и зарубежных нормативно-правовых актов в сфере образования; частично умеет использовать знания нормативно-правовых актов сферы образования в профессиональной деятельности; частично владеет способами и приемами построения образовательных отношений в соответствии с правовыми и этическими нормами профессиональной деятельности

– на оценку **«неудовлетворительно»** – студент не понимает сути базовых понятий дисциплины, не знает основные отечественные и зарубежные нормативно-правовые акты в сфере образования; не умеет применять знания нормативно-правовых актов сферы образования в профессиональной деятельности; не владеет способами и приемами построения образовательных отношений в соответствии с правовыми и этическими нормами профессиональной деятельности.