



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 (МОДУЛЯ)**

***МАРКЕТИНГ В ОБРАЗОВАНИИ***

Направление подготовки (специальность)  
44.04.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль/специализация) программы  
Управление качеством общего образования

Уровень высшего образования - магистратура

Форма обучения  
заочная

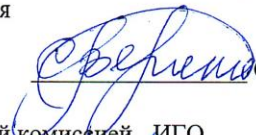
|                     |                                                |
|---------------------|------------------------------------------------|
| Институт/ факультет | Институт гуманитарного образования             |
| Кафедра             | Педагогического образования и документоведения |
| Курс                | 2                                              |

Магнитогорск  
2025 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование (приказ Минобрнауки России от 22.02.2018 г. № 126)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры  
Педагогического образования и документоведения  
24.01.2025, протокол № 5

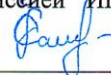
Зав. кафедрой



С.С. Великанова

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

Председатель



Л.Н. Санникова

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры кафедры ПОиД, канд. пед. наук



И.В. Самарокова

Рецензент:

доцент кафедры ДиСО, канд. пед. наук



С.Н. Юревич

## Лист актуализации рабочей программы

---

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

Протокол от \_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ С.С. Великанова

---

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

Протокол от \_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ С.С. Великанова

---

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

Протокол от \_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ С.С. Великанова

### **1 Цели освоения дисциплины (модуля)**

- формирование у студентов системы знаний в области маркетинга;
- формирование представлений о специфике маркетинга в образовании;
- овладение умением осуществлять системный анализ образовательной организации, исследовать её внутреннюю и внешнюю среду;
- овладение методами проведения маркетинговых исследований в сфере образования.

### **2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина Маркетинг в 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:

Современные проблемы науки и образования

Методология и методы научного исследования

Организация научно-исследовательской деятельности обучающихся в системе современного образования

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

Практикум по решению профессионально-управленческих задач

Практикум по решению профессионально-педагогических задач

Нормативно-правовое обеспечение управления образованием с практикумом по делопроизводству

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

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

| Код индикатора | Индикатор достижения компетенции                                                                                                                                       |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-1           | Способен разрабатывать критериальную оценку результатов общего образования и осуществлять мониторинг процесса освоения обучающимися основной образовательной программы |
| ПК-1.1         | Разрабатывает критерии уровневой оценки предметных, метапредметных и личностных результатов общего образования                                                         |
| ПК-1.2         | Осуществляет поиск и выбор методов и методик мониторинг результатов освоения обучающимися общеобразовательной организации основной образовательной программы           |

#### 4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

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

- контактная работа – 4,4 акад. часов;
- аудиторная – 4 акад. часов;
- внеаудиторная – 0,4 акад. часов;
- самостоятельная работа – 99,7 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;

– подготовка к зачёту – 3,9 акад. час

Форма аттестации - зачет

| Раздел/ тема дисциплины                                    | Курс | 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 современной концепции управления. |      |                                              |           |             |                                 |                                                                                                                                                                 |                                                                 |                 |
| 1.1 Тема: Сущность и содержание маркетинга в образовании   | 2    | 0,2/0,2И                                     |           | 0,1/0,1И    | 8                               | Подготовка к практическому занятию, написание отзыва (эссе) по видеоматериалу, размещенному на образовательном портале, работа с электронной библиотекой (лань) | Устный опрос, работа над кейсами и проблемными ситуациями       | ПК-1.1, ПК-1.2  |
| 1.2 Тема: Основные понятия маркетинга. Виды маркетинга     |      | 0,3/0,3И                                     |           | 0,1/0,1И    | 10                              | Подготовка к практическому занятию, написание отзыва (эссе) по видеоматериалу, размещенному на образовательном портале, работа с электронной библиотекой (лань) | Устный опрос, работа над кейсами и проблемными ситуациями       | ПК-1.1, ПК-1.2  |
| 1.3 Тема: Сущность понятия образовательная услуга          |      | 0,2/0,2И                                     |           | 0,4/0,4И    | 12                              | Подготовка к практическому занятию, написание отзыва (эссе) по                                                                                                  | Устный опрос, работа над кейсами и проблемными ситуациями       | ПК-1.1, ПК-1.2  |

|                                                                                                     |   |          |  |          |    |                                                                                                                                                                 |                                                           |                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----------|--|----------|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------|
|                                                                                                     |   |          |  |          |    | видеоматериалу, размещенному на образовательном портале, работа с электронной библиотекой (лань)                                                                |                                                           |                |
| 1.4 Тема: Основные принципы, методы и функции маркетинга                                            | 2 | 0,3/0,3И |  | 0,2/0,2И | 15 | Подготовка к практическому занятию, написание отзыва (эссе) по видеоматериалу, размещенному на образовательном портале, работа с электронной библиотекой (лань) | Устный опрос, работа над кейсами и проблемными ситуациями | ПК-1.1, ПК-1.2 |
| 1.5 Тема: Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование образовательных организаций |   | 0,2/0,2И |  | 0,2/0,2И | 15 | Подготовка к практическому занятию, написание отзыва (эссе) по видеоматериалу, размещенному на образовательном портале, работа с электронной библиотекой (лань) | тестирование                                              | ПК-1.1, ПК-1.2 |
| Итого по разделу                                                                                    |   | 1,2/1,2И |  | 1/1И     | 60 |                                                                                                                                                                 |                                                           |                |
| 2. Раздел 2. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг.                              |   |          |  |          |    |                                                                                                                                                                 |                                                           |                |
| 2.1 Тема: Планирование маркетинга                                                                   | 2 | 0,3/0,3И |  | 0,3/0,3И | 10 | Подготовка к практическому занятию, написание отзыва (эссе) по видеоматериалу, размещенному на образовательном портале, работа с электронной библиотекой (лань) | Устный опрос, работа над кейсами и проблемными ситуациями | ПК-1.1, ПК-1.2 |
| 2.2 Тема: Маркетинговая среда образовательной организации                                           |   | 0,2/0,2И |  | 0,2/0,2И | 10 | Подготовка к практическому занятию, написание отзыва (эссе) по видеоматериалу                                                                                   | Устный опрос, работа над кейсами и проблемными ситуациями | ПК-1.1, ПК-1.2 |

|                                                                         |   |          |  |          |      |                                                                                                                                                                 |                                                           |                |
|-------------------------------------------------------------------------|---|----------|--|----------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------|
|                                                                         |   |          |  |          |      | , размещенному на образовательном портале, работа с электронной библиотекой (лань)                                                                              |                                                           |                |
| 2.3 Тема: Маркетинг образовательных услуг и ценообразование             | 2 | 0,1/0,1И |  | 0,3/0,3И | 9,7  | Подготовка к практическому занятию, написание отзыва (эссе) по видеоматериалу, размещенному на образовательном портале, работа с электронной библиотекой (лань) | Устный опрос, работа над кейсами и проблемными ситуациями | ПК-1.1, ПК-1.2 |
| 2.4 Тема: Характеристика потребителей образовательных услуг и продуктов |   | 0,2/0,2И |  | 0,2/0,2И | 10   | Подготовка к практическому занятию, написание отзыва (эссе) по видеоматериалу, размещенному на образовательном портале, работа с электронной библиотекой (лань) | Устный опрос, работа над кейсами и проблемными ситуациями | ПК-1.1, ПК-1.2 |
| Итого по разделу                                                        |   | 0,8/0,8И |  | 1/1И     | 39,7 |                                                                                                                                                                 |                                                           |                |
| Итого за семестр                                                        |   | 2/2И     |  | 2/2И     | 99,7 |                                                                                                                                                                 | зачёт                                                     |                |
| Итого по дисциплине                                                     |   | 2/2И     |  | 2/2И     | 99,7 |                                                                                                                                                                 | зачет                                                     |                |

## **5 Образовательные технологии**

1. Традиционные образовательные технологии, а именно информационная лекция по тематике разделов (лекции размещены на образовательном портале).

Практические занятия, темы практических занятий размещены на образовательном портале.

2. Интерактивные технологии – организация образовательного процесса, которая предполагает активное и нелинейное взаимодействие всех участников, достижение на этой основе лично значимого для них образовательного результата. Наряду со специализированными технологиями такого рода принцип интерактивности прослеживается в большинстве современных образовательных технологий. Интерактивность подразумевает субъект-субъектные отношения в ходе образовательного процесса и, как следствие, формирование саморазвивающейся информационно-ресурсной среды.

Семинар-дискуссия по проблемной ситуации, представленной в задании к практическому занятию, размещенному на образовательном портале.

Семинар – «круглый стол» рассматриваются и обсуждаются специально подготовленные доклады, сообщения части студентов, задаются вопросы по проблематике.

3. Технологии проектного обучения – организация образовательного процесса в соответствии с алгоритмом поэтапного решения проблемной задачи или выполнения учебного задания. Проект предполагает совместную учебно-познавательную деятельность группы студентов, направленную на выработку концепции, установление целей и задач, формулировку ожидаемых результатов, определение принципов и методик решения поставленных задач, планирование хода работы, поиск доступных и оптимальных ресурсов, поэтапную реализацию плана работы, презентацию результатов работы, их осмысление и рефлекссию.

Основные типы проектов:

Исследовательский проект – структура приближена к формату научного исследования (доказательство актуальности темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, выдвижение гипотезы, обобщение результатов, выводы, обозначение новых проблем).

4. Информационно-коммуникационные образовательные технологии  
практическое занятие в форме презентации – «Перспективы развития маркетинга в России с учетом глобальных экономических и политических изменений».

## **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. 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: 24.01.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. .

2. 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://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1586> (дата обращения: 16.01.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

3. 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://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/20651> (дата обращения: 17.01.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

#### **б) Дополнительная литература:**

1. 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://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/20652> (дата обращения: 17.01.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. 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: 26.01.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM..

3. Савосько, Е. С. Практикум для проведения семинарских занятий по дисциплине "Маркетинговые исследования" : учебное пособие / Е. С. Савосько ; МГТУ, каф. ЭиМ. - Магнитогорск, 2009. - 66 с. : табл. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1686> (дата обращения: 28.01.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный.

#### **в) Методические указания:**

Санникова, Л. Н. Методы изучения образовательного процесса : учебное пособие [для вузов] / Л. Н. Санникова, Н. И. Левшина, С. Н. Юревич ; Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2022. - 1 CD-ROM. - ISBN 978-5-9967-2336-2. - Загл. с титул. экрана. - URL:

#### **г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

##### **Программное обеспечение**

| Наименование ПО         | № договора                   | Срок действия лицензии |
|-------------------------|------------------------------|------------------------|
| 7Zip                    | свободно распространяемое ПО | бессрочно              |
| FAR Manager             | свободно распространяемое ПО | бессрочно              |
| Браузер Mozilla Firefox | свободно распространяемое ПО | бессрочно              |
| Браузер Yandex          | свободно распространяемое ПО | бессрочно              |

### Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

| Название курса                                                                                   | Ссылка                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова                                              | <a href="https://host.megaprolib.net/MP0109/Web">https://host.megaprolib.net/MP0109/Web</a>         |
| Российская Государственная библиотека. Каталоги                                                  | <a href="https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/">https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/</a> |
| Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) | URL:<br><a href="https://elibrary.ru/project_risc.asp">https://elibrary.ru/project_risc.asp</a>     |
| Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»                | <a href="https://dlib.eastview.com/">https://dlib.eastview.com/</a>                                 |

### 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.

### Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

По дисциплине «Маркетинг в образовании» предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся. Самостоятельная работа студентов предполагает выполнение программы самостоятельной работы, самостоятельное изучение тем и заданий по дисциплине.

Аудиторная самостоятельная работа студентов предполагает обсуждение тем и заданий по плану занятия на практических занятиях.

#### Тема 1.1. Сущность и содержание маркетинга в образовании

1. Предпосылки становления маркетинга в образовании
2. Этапы становления маркетинга как науки
3. Подходы к определению маркетинга в образовании
4. Виды маркетинга в образовании

#### Тема 1.2. Основные понятия маркетинга. Виды маркетинга

1. Взаимосвязь маркетинга и ремаркетинга.
2. Классификация видов маркетинга (характеристика каждого вида).
3. Назначение и проблемы маркетинга для образовательных организаций.
4. Маркетинг-микс.
5. Как вы считаете, необходим маркетинг в сфере образовательных услуг. Ответ аргументируйте.
6. Подготовьте доклад на тему «Маркетинг в образовании: цель, задачи, функции. Практическое применение на примере современной образовательной организации».

#### Тема 1.3. Сущность понятия образовательная услуга

1. Подходы к определению понятия образовательная услуга.
2. Понятие государственная услуга в сфере образования, согласно Федеральному закону «Об образовании в РФ» от 29.12.2012 N 273-ФЗ.
3. Критерии оценки качества предоставления образовательной услуги в коммерческих и некоммерческих образовательных организациях.
4. Подготовьте доклад на тему «Проблемы повышения качества образовательных услуг в дошкольных образовательных организациях. Предложите пути решения сложившихся проблем».

#### Тема 1.4. Основные принципы, методы и функции маркетинга

1. Понятие принцип маркетинга. Основные принципы: принцип взаимной удовлетворенности, нацеленность на ясно выраженный коммерческий результат, комплексный подход к достижению поставленных целей и другие.

2. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая и функция управления и контроля (раскройте содержание каждой функции и приведите примеры).

3. Раскройте функции маркетинга на примере образовательной организации.

4. Метод маркетинга – определение понятия. Подходы к определению метода маркетинга: маркетинг, ориентированный на товар или услугу; маркетинг, ориентированный на потребителя.

5. Подготовьте доклад на тему: «Ориентированы ли современные образовательные организации (на примере какой-либо) на удовлетворение потребительского спроса и на коммерческий результат. Какие направления в образовании пользуются наибольшим спросом?»

### **Тема 1.5. Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование образовательных организаций**

1. Понятие сегментация рынка и позиционирование образовательных услуг.

2. Процесс сегментации рынка образовательных услуг: определение критериев сегментации рынка, составление профиля покупателя образовательных услуг того или иного сегмента; выбор целевых рынков.

3. Позиционирование образовательной услуги: товарная, ценовая, сервисная и рекламная политика.

4. Выделите преимущества и трудности использования различных подходов к сегментации рынка образовательных услуг (массовая сегментация, множественная сегментация, продуктовая сегментация, рыночная сегментация, тонкая сегментация).

5. Подготовьте доклад руководителя образовательной организации на тему «Целесообразность сегментирования рынка образовательных услуг».

### **Тема 2.1. Планирование маркетинга**

1. Общие концепции планирования маркетинга.

2. Структура плана маркетинга и последовательность его разработки.

3. Разработка программ в области маркетинговой деятельности образовательной организации.

4. Организация планирования маркетинга.

5. SWOT-анализ при планировании маркетинга.

6. Осуществите SWOT-анализ образовательной организации. Разработайте маркетинговую стратегию.

### **Тема 2.2. Маркетинговая среда образовательной**

1. Понятие микросреда образовательной организации.

2. Основные элементы микросреды образовательной организации.

3. Понятие макросреда образовательной организации.

4. Основные составляющие макросреды образовательной организации.

5. Осуществите анализ макро и микросреды образовательной организации. Какое влияние они оказывают на жизнеспособность образовательной организации. Приведите примеры.

### **Тема 2.3. Маркетинг образовательных услуг и ценообразование**

1. Определите содержания понятий, используемых для описания процесса управления маркетингом: маркетинговая информация, маркетинговое исследование, маркетинговая среда; сегментация; цена; средства продвижения услуг на рынке.

2. Учитывая особенности маркетинга услуг, разработайте:

-варианты рекламы образовательных услуг;

-средства предотвращения снижения качества образовательных услуг;

-меры, решающие проблему несохраняемости услуги (например, пропуск занятия).

3. Определите особенности рынка образовательных услуг г. Магнитогорска: что представлено, какие детские учебные заведения оказывают образовательные услуги.

4. Подготовьте выступление на тему «Маркетинг в сфере образовательных услуг: проблемы, состояние, перспективы развития».

### **Тема 2.4. Характеристика потребителей образовательных услуг и продуктов**

1. Подходы к определению понятия «поведение потребителя». Изучите работу Д.Э. Энджела «Поведение потребителей».

2. Выделите факторы, оказывающие влияние на принятие решения потребителей о выборе образовательной услуги, раскройте каждый фактор (экономический, социальный, психологический и другие).

3. Таркетинг как средство продвижения образовательной услуги.

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

| Код индикатора                                                                                                                                                               | Индикатор достижения компетенции                                                                               | Оценочные средства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-1: Способен разрабатывать критериальную оценку результатов общего образования и осуществлять мониторинг процесса освоения обучающимися основной образовательной программы |                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ПК-1.1                                                                                                                                                                       | Разрабатывает критерии уровневой оценки предметных, метапредметных и личностных результатов общего образования | <p><b>Перечень теоретических вопросов к зачету:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Маркетинг в образовании как учебная дисциплина.</li> <li>2.Сущность и содержание маркетинга в общем образовании.</li> <li>3.Основные концепции маркетинга и принцип их классификации.</li> <li>4.Структура маркетинга.</li> <li>5.Принципы маркетинга.</li> <li>6.Функции маркетинга (раскрыть каждую функцию).</li> <li>7.Методы маркетинга.</li> <li>8.Виды маркетинга.</li> <li>9.Маркетинг, ремаркетинг, маркетинг-микс.</li> <li>10.Коммуникация в маркетинге.</li> <li>11.Информация в маркетинге.</li> <li>12.Маркетинговые исследования: определение понятия и процедура проведения.</li> <li>13.Методы сбора информации, применяемые в маркетинговых исследованиях (предметные, метапредметные и личностные результаты).</li> <li>14. Планирование маркетинга в общем образовании.</li> </ol> <p><b>Тестовые задания:</b></p> <p>Тест: Инструкция: выберите один правильный вариант ответа.</p> <p>Задание 1. Выделите сущность концепции маркетинга из предложенных вариантов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ориентации на нужды и требования производства;</li> <li>2) ориентации на требования рынка с целью получения прибыли за счет удовлетворения потребностей покупателя;</li> <li>3) ориентации на указания государства;</li> <li>4) эффективности производства и обращения.</li> </ol> <p>Задание 2. Укажите вид маркетинга, реализуемый при негативном состоянии спроса:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) поддерживающий;</li> <li>2) развивающий;</li> </ol> |

| Код индикатора | Индикатор достижения компетенции | Оценочные средства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                |                                  | <p>3) конверсионный;<br/>4) правильного ответа нет.</p> <p>Задание 3. Какой из перечисленных принципов не относится к маркетингу:<br/>1) оказание услуг, независимо от потребительского спроса;<br/>2) удовлетворение потребностей клиентов;<br/>3) обеспечение конкурентоспособности на рынке образовательных услуг;<br/>4) создание и поддержание положительного имиджа образовательной организации.</p> <p>Задание 4. Укажите ситуацию на рынке, когда наступает ремаркетинг:<br/>1) отсутствие спроса;<br/>2) снижение спроса;<br/>3) негативный спрос;<br/>4) иррациональный спрос.</p> <p>Задание 5. Выберите из предложенных ситуаций на рынке, когда покупатель определяет, что ему покупать:<br/>1) большое количество потребителей;<br/>2) превышение спроса над предложением;<br/>3) превышение предложения над спросом;<br/>4) все ответы верны.</p> <p>Задание 6. Выберите основоположника маркетинга:<br/>1) Альфред Ньюман;<br/>2) Клейтон Кристенсен;<br/>3) Филип Котлер;<br/>4) Генри Форд.</p> <p>Задание 7. Выберите положение, определяющее прямой маркетинг - это:<br/>1) устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем;<br/>2) устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей;<br/>3) продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения;<br/>4) благожелательное представление товара в СМИ.</p> <p>Задание 8. Согласно теории мотивации А.</p> |

| Код индикатора | Индикатор достижения компетенции                                                                                                                                    | Оценочные средства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                |                                                                                                                                                                     | <p>Маслоу в первую очередь индивид желает удовлетворить:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) потребность в любви;</li> <li>2) потребность в безопасности;</li> <li>3) физиологические потребности;</li> <li>4) потребность в саморазвитии.</li> </ol> <p>Задание 9. Определите условия, когда несохраняемость услуги является проблемой для организации:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) постоянного спроса;</li> <li>2) колебания спроса на услуги;</li> <li>3) колебания предложения услуг;</li> <li>4) равновесия между спросом и предложением на услуги.</li> </ol> <p>Задание 10. Определите, что из перечисленного наиболее применимо к услугам как средство стимулирования продажи:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) реклама;</li> <li>2) пропаганда;</li> <li>3) стимулирование сбыта;</li> <li>4) личная продажа.</li> </ol>                                                         |
| ПК-1.2         | ПК-1.2 Осуществляет поиск и выбор методов и методик мониторинг результатов освоения обучающимися общеобразовательной организации основной образовательной программы | <p><b>Перечень практических вопросов к зачёту:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Раскрыть на конкретном примере понятие образовательная услуга в системе маркетинга.<br/>Государственная услуга в сфере образования.</li> <li>2. Представьте концепцию маркетинга образовательных услуг общего образования.</li> <li>3. Разработайте модель рынка образовательных услуг России в системе общего образования.</li> <li>4. Раскройте принципы ценообразования в маркетинге. Факторы, определяющие цену образовательной услуги.</li> <li>5. Проведите сегментирование и позиционирование образовательной услуги в общем образовании.</li> <li>6. Разработайте и продемонстрируйте средства продвижения образовательной услуги (на выбор) в системе общего образования.</li> <li>7. Разработайте модель таргетинга образовательной услуги общеобразовательной организации.</li> <li>8. Разработайте рекламу</li> </ol> |

| Код индикатора | Индикатор достижения компетенции | Оценочные средства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                |                                  | <p>образовательной услуги в системе общего образования услуги общего образования.</p> <p>9. Осуществите планирование и порядок разработки рекламной компании в общеобразовательной организации.</p> <p>10. Продемонстрируйте конкуренцию как фактор маркетинговой среды (мониторинг результатов освоения общеобразовательной программы).</p> <p>11. На примере образовательной организации (на выбор) продемонстрируйте ее конкурентоспособность.</p> <p>12. Проведите на конкретном примере взаимосвязь первичной и вторичной информации в маркетинге.</p> <p>13. Осуществите SWOT-анализ образовательной организации с позиции маркетинга</p> <p>14. Разработайте модель взаимодействия субъектов и объектов маркетинга в сфере образования.</p> <p>Тестовые задания:</p> <p>Задание 1. Согласно теории мотивации А. Маслоу в первую очередь индивид желает удовлетворить:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) потребность в любви;</li> <li>2) потребность в безопасности;</li> <li>3) физиологические потребности;</li> <li>4) потребность в саморазвитии.</li> </ol> <p>Задание 2. Определите условия, когда несохраняемость услуги является проблемой для организации:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) постоянного спроса;</li> <li>2) колебания спроса на услуги;</li> <li>3) колебания предложения услуг;</li> <li>4) равновесия между спросом и предложением на услуги.</li> </ol> <p>Задание 3. Определите, что из перечисленного наиболее применимо к услугам как средство стимулирования продажи:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) реклама;</li> <li>2) пропаганда;</li> <li>3) стимулирование сбыта;</li> <li>4) личная продажа.</li> </ol> <p>Задание 4. Определите, в случае, если потребители знают только название товара,</p> |

| Код индикатора | Индикатор достижения компетенции | Оценочные средства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                |                                  | <p>они находятся в состоянии:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) неосведомленности;</li> <li>2) осведомленности;</li> <li>3) благорасположения;</li> <li>4) знания.</li> </ol> <p>Задание 5. Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение – это:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) рынок производителя;</li> <li>2) рынок посредника;</li> <li>3) рынок продавца;</li> <li>4) рынок покупателя.</li> </ol> <p>Задание 6. Определите, к какой задаче маркетинга относится выход на новый рынок?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) оперативной задаче;</li> <li>2) стратегической задаче;</li> <li>3) исполнительской задаче;</li> <li>4) аналитико-оценочной задаче.</li> </ol> <p>Задание 7. Определите, какую стратегию охвата рынка следует использовать при однородности товаров фирмы?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) недифференцированный маркетинг;</li> <li>2) дифференцированный маркетинг;</li> <li>3) массовый маркетинг;</li> <li>4) концентрированный маркетинг.</li> </ol> <p>Задание 8. Определите, расширенный комплекс услуг позволяет использовать:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) неценовую конкуренцию;</li> <li>2) видовую конкуренцию;</li> <li>3) скрытую ценовую конкуренцию;</li> <li>4) функциональную конкуренцию.</li> </ol> |