

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Маркетинговые коммуникации и маркетинг
Уровень квалификации выпускника - бакалавриат

Форма обучения – очная, очно-заочная, заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

Маркетинговые коммуникации в образовании
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Д-р экон. наук, проф. Т.В. Боровикова

.....

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№6 от 17.03.2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2. Структура дисциплины.....	7
3. Содержание дисциплины	7
4. Образовательные технологии	8
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	10
5.1. Система оценивания	10
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине.....	10
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	12
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	17
6.1. Список источников и литературы	17
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	20
9. Методические материалы.....	22
9.1. Планы семинарских/ практических занятий	22
Приложения	25
Приложение 1. Аннотация дисциплины	25

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – познакомить студентов с основными элементами маркетинга образовательных систем, которые необходимо учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования социального проектирования.

Задачи дисциплины:

- ознакомить обучающихся с технологиями маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере;
- сформировать у студентов навыки применения концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в образовании;
- выработать навыки применения современного маркетингового инструментария для решения управления маркетингом образовательных проектов.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций УК-6.2; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК 6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК 6.2.Формулирует цели собственной деятельности, определяя пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.	<p>Знать: цели собственной деятельности, определяя пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.</p> <p>Уметь: формулировать цели собственной деятельности, определяя пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.</p> <p>Владеть: путями достижения целей с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов</p>
ПК 2. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 2.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • факторы маркетинговой среды и их классификацию; • состав и содержание комплекса маркетинга образования; • методы, алгоритмы и инструменты маркетинга образования; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • реализовывать стратегию социальной ответственности организации; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> • способностью готовить аналитические материалы для управления бизнес-

		процессами и оценки
	ПК 2.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • перспективные маркетинговые социальные стратегии и технологии в современных условиях; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать внутреннюю и внешнюю среду организаций; <p><i>Владеть:</i></p> <p>методикой проведения маркетингового исследования и формирования комплекса маркетинга</p>
	ПК 2.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	<p><i>Знать:</i></p> <p>- основные принципы сегментации при выходе новых продуктов на рынок;</p> <p><i>Уметь:</i></p> <p>- определять факторы, влияющие на ценовую политику для нового товара;</p> <p>- изучать потенциальных конкурентов на рынке;</p> <p><i>Владеть:</i></p> <p>- методами анализа ситуации на различных рынках</p>
ПК 3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК 3.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • факторы маркетинговой среды и их классификацию; • состав и содержание комплекса социального маркетинга; • методы, алгоритмы и инструменты маркетинга социальных проектов; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • реализовывать стратегию социальной ответственности организации; <p><i>Владеть:</i></p> <p>способностью готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки</p>

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Маркетинговые коммуникации и маркетинг»).

Для освоения данной дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в процессе изучения дисциплин: Поведение потребителей, Теория и практика рекламы, Исследования в связях с общественностью и т.д.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения дисциплин Стратегический маркетинг, Брендинг, Внутренние коммуникации, Маркетинг государственных проектов.

Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	20
5	Семинары/лабораторные работы	22
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часа(ов) , на контроль - 18 академических часов.

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	4
3	Семинары/лабораторные работы	8
Всего:		12

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 87 академических часа(ов) , на контроль - 18 академических часов..

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
6	Лекции	4
6	Семинары/лабораторные работы	8
Всего:		12

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 87 академических часа(ов) , на контроль - 9 академических часов.

2. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Коммуникации в	Образовательные системы. Сущность понятия

	образовательной системе	«образовательная система». Типология образовательных систем. Школа как педагогическая система. Традиционная и лично ориентированная системы обучения. Концепция профильного обучения.
2	Когнитивные и психологические основы коммуникационного воздействия в образовательной системе	Внимание, память, мышление, анализ. Современная педагогическая технология «Основные принципы «Дебатов». Ключевые термины. Формулировка темы, примеры тем; определение понятий; информационный поиск; построение сюжета доказательств по теме дебатов; план речи; как выработать критерий; как создать аргумент; заключение. Аргументированное эссе: понятие, цели, элементы, критерии оценки выступлений; типичные ошибки.
3	Государственно-общественная система управления образованием. Управление как особая деятельность, вытекающая из разделения труда его специализация и кооперация	Управление как особая деятельность, вытекающая из разделения труда, его специализация и кооперация. Сущность понятия «управление» в применении к социальным системам. Сущность педагогического управления. Понятие педагогического менеджмента. Функции педагогического управления. Государственно-общественная система управления образованием. Службы управления образованием. Муниципальные системы образования. Современная школа как объект управления.
4	Маркетинговая деятельность общеобразовательных учреждений и пути ее совершенствования	Маркетинговая аналитическая деятельность руководителей школы. Аналитическая деятельность как функция управления. Роль и значение педагогического анализа в повышении эффективности внутришкольного контроля. Принципы и методы маркетингового анализа. Виды конкурентного анализа.
5	Планирование, регулирование и контроль во внутришкольном управлении как функция управления школой	Планирование как функция управления школой. Характеристика планирования как функции управления. Прогнозирование развития школы. Принципы планирования. Программно-целевой метод как новый подход в планировании работы школы.
6	Исследовательский и маркетинговый подход в образовательной деятельности как путь повышения ее эффективности	Исследовательский подход в управленческой деятельности как путь повышения ее эффективности. Актуальность задач, повышение научного уровня маркетинговая деятельность как деятельность, имеющая исследовательскую основу. Осуществление исследовательского подхода в подготовке, принятии и реализации управленческих решений. Основные направления исследований в управленческой деятельности руководителей школы на современном этапе. Личностно ориентированный учебный процесс и профильное обучение. Особенности управления инновационной школой.

3. Образовательные технологии

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Информационные и образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Коммуникации в образовательной системе	Лекция 1 Семинар 1 Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Коммуникативный бизнес-тренинг Консультирование и проверка домашних заданий
2.	Когнитивные и психологические основы коммуникационного воздействия в образовательной системе	Лекция 2 Семинар 2. Самостоятельная работа	Проблемная лекция Развернутая беседа с обсуждением кейс-заданий и докладов с презентациями Коммуникативный бизнес-тренинг Консультирование и проверка домашних заданий
3.	Государственно-общественная система управления образованием. Управление как особая деятельность, вытекающая из разделения труда его специализация и кооперация	Лекция 3 Семинар 3. Самостоятельная работа	Лекция с разбором конкретных ситуаций; Коммуникативный бизнес-тренинг Ролевая игра Консультирование и проверка домашних заданий
4.	Маркетинговая деятельность общеобразовательных учреждений и пути ее совершенствования	Лекция 4 Семинар 4. Самостоятельная работа	Развернутая беседа с обсуждением кейс-заданий и докладов с презентациями Коммуникативный бизнес-тренинг Консультирование и проверка домашних заданий
5.	Планирование, регулирование и контроль во внутришкольном управлении как функция управления школой	Лекция 5 Семинар 5. Самостоятельная работа	Коммуникативный бизнес-тренинг Консультирование и проверка домашних заданий
6.	Исследовательский и	Лекция 6	Коммуникативный бизнес-тренинг

маркетинговый подход в образовательной деятельности как путь повышения ее эффективности	Семинар 6.	
---	------------	--

4. Оценка планируемых результатов обучения

4.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - устный опрос - участие в дискуссии на семинаре - представление проекта, и разбор кейс-ситуации (презентация)	5 баллов 5 баллов 30 баллов	15 баллов 15 баллов 30 баллов
Промежуточная аттестация -экзамен	40 баллов	40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала	Шкала ECTS	
95 – 100	отлично	A	
83 – 94		B	
68 – 82	хорошо	зачтено	
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	FX	
0 – 19		не зачтено	F

4.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетво- рительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		дисциплиной, не сформированы.

- 4.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Текущий контроль

При оценивании ответа на вопрос практического характера учитывается:

- ответ содержит менее 20% правильного решения (1-5 баллов);
- ответ содержит 21-50 % правильного решения (6-10 баллов);
- ответ содержит 51-79 % правильного решения (11-15 баллов);
- ответ содержит 80% и более правильного решения (16-20 баллов).

4.3.1. Примерный перечень тем для практической работы.

1. Система. Образовательная система: содержание понятия и виды.

1. Предложите свой план проведения семинарского занятия в контексте основной концептуальной идеи, объекта и предмета исследования нашего курса.
2. Обоснуйте свой подход.
3. Подготовьте резюме по каждому пункту плана.

2. Современные подходы к управлению образованием.

1. Функции управления современным образовательным учреждением (школой).
2. Сравните содержание понятий «управление» и «менеджмент».
3. В чем заключается сущность проектно-программного подхода к управлению?
4. Раскройте основной смысл понятия «государственно-общественное управление образованием».

3. На основе приведенного ниже текста составьте резюме по теме «Государственно-общественное управление образованием: сущность и особенности».

Закон РФ «Об образовании»: провозглашены *демократический, государственно-общественный характер управления и автономность образовательных учреждений.*

↓
Проблема:

Каким быть государственно-общественному управлению образованием?

Материалы РАО «Основные тенденции, проблемы и оценки результатов реформы образования» (подготовлены в конце 1997 г.).

Некоторые *способы* преодоления внутреннего консерватизма системы образования:

- активное включение общества в процесс управления этой системой;
- повышение роли общественности в формировании и реализации образовательной политики.

Закон РФ «Об образовании»:

- среди принципов государственной политики выделен демократический, государственно-общественный характер управления;
- отмечена необходимость строить управление учреждениями (государственными и муниципальными) на принципах единоначалия и самоуправления;

- предоставлено право на участие в управлении школами обучающихся, их родителей или законных представителей, работников образовательных учреждений.

Теоретическая разработка проблемы государственно-общественного управления образованием.

Нерешенные вопросы (проблемы):

- 1) В чем специфика государственно-общественного управления образованием?
- 2) Можно ли его обеспечить, механически соединя управленческую деятельность государственных и общественных органов в сфере образования?
- 3) Каких участников образовательного процесса можно считать **субъектами управления** им?
- 4) Являются ли органы педагогического, ученического и родительского самоуправления субъектами государственно-общественного управления школой?
- 5) Какой должна быть нормативно-правовая база функционирования и развития государственно-общественного управления?
- 6) Можно ли определить цель, задачи, функции, содержание, организационную структуру, формы и методы государственно-общественного управления образованием на федеральном, региональном, муниципальном уровнях и в образовательном учреждении?

И др.

Организация **практической деятельности** образовательных учреждений.

Государственно-общественное управление – управление, в котором сочетается деятельность субъектов управления государственной и общественной природы.

Государственно-общественное управление не должно вбирать в себя или подменять собою все структуры управления образованием, составлять их арифметическую сумму.

Цель государственно-общественного управления образованием: оптимальное сочетание государственных и общественных начал в интересах человека, социума и властей.

Основные задачи:

- реализация законодательно определенных прав педагогов, обучающихся и их родителей на участие в управлении образовательными учреждениями,
- демократизация государственного управления образованием,
- удовлетворение потребностей и интересов участников образовательного процесса,
- развитие согласительных механизмов разрешения противоречий и конфликтов между всеми субъектами.

Содержание государственно-общественного управления составляет деятельность субъектов по двум направлениям:

- обеспечение функционирования образовательной сферы, участие в подготовке и реализации нормативно-правовых документов, взаимодействие государственных и общественных органов, способствующих гармонизации и гуманизации взаимоотношений участников образовательного процесса, привлечение сил и средств юридических и физических лиц, представление и защита интересов образования;
- развитие системы образования, разработка и внедрение соответствующих программ, в том числе направленных на его модернизацию; совершенствование содержания, форм и методов образовательной деятельности, подготовка и введение в действие документов по стимулированию деятельности учреждений образования и органов управления ими и др.

4. Проектная деятельность в образовании.

1. Раскройте содержание подходов к проектному менеджменту (не менее 2-х) и соответствующих им понятий «проект».
2. Продолжите фразу:

Характерными признаками проектной деятельности в образовании являются (нужное подчеркнуть):

- Планирование от проблемы (в основе проекта должно лежать четкое представление о должном, об идеальной ситуации, должны соблюдаться принципы целевого планирования).
- Отсутствие очевидной процедуры достижения результата (проект как способ планирования и организации деятельности является весьма затратным с точки зрения интеллектуальных ресурсов, поэтому его не имеет смысла применять к разрешению типичных проблем, для которых уже известна и отработана процедура постановки и достижения цели; с другой стороны, работая над проектом, необходимо четко формулировать и анализировать все возможные способы решения проблем, многие из которых приходится изобретать для той конкретной ситуации, в которой возникла необходимость в разработке и реализации проекта).
- Уникальность ситуации (во-первых, должна быть четко очерчена сама ситуация, выявлено тематическое поле проекта, которое оказывается значительно более узким, чем сфера деятельности организации или человека в целом; во-вторых, возникшая проблема должна быть субъективно новой, т.е. не должна иметь готовых алгоритмов решения в предыдущем опыте организации / человека).
- Четко ограниченная целевая группа (благополучатели) (как форма целевого планирования проект четко задает характеристики планируемых результатов и показатели их достижения, эти результаты являются благом для четко ограниченной группы людей / организаций).
- Пошаговое представление (планирование) деятельности (поскольку реализация проекта связана с применением новых для его субъекта (организации, человека) способов деятельности, не следует планировать конкретные мероприятия сразу же после постановки задач: каждая задача должна быть последовательно разделена на шаги – действия, которые могут быть совершены одним человеком (одной группой людей) в ограниченный промежуток времени).
- Ограниченность ресурсов, в том числе ресурса времени (срочность) (в тот момент, когда достигнут результат проекта, проект завершился, его нельзя «повторить» и «продолжить», т.к. в первом случае это будет означать, что результат не достигнут и проект провалился (если по окончании реализации проекта результат уже достигнут, «повторение» проекта бессмысленно), во втором – будут поставлены новые цели в новой, изменившейся вследствие реализации проекта ситуации, т.е. будет разработан новый проект).

5. Инновационные подходы к управлению современной школой.

1. На основе текстов *«Ценности системы: педагогика или образование», «Три последних предостережения (редакторская правка новых условий выживания школы)»* подготовить резюме.
2. Сформулировать:
 - проблемы, поднятые автором;
 - главную идею автора предложенных материалов.
3. Ответить на вопросы:
 - Понятны ли Вам подходы автора к проблеме? Принимаете ли Вы их?
 - Согласны ли Вы с утверждениями О.Г. Прикота? Обоснуйте свою точку зрения.

6. Плюсы и минусы профильного обучения на старшей ступени общего образования: взгляд со стороны.

1. Сформулируйте цели перехода к профильному обучению.
2. Охарактеризуйте основные модели и формы профильного обучения.

3. В чем отличие профильного обучения от гимназического?
4. Перечислите ведущие положения концепции профильного обучения.
5. Ознакомьтесь с фрагментом Программы развития образования «Проблемы образования»:

«Развитие образования происходит в сложнейшей ситуации. На деятельность образовательных учреждений дестабилизирующее воздействие оказывают факторы, среди которых основными являются:

- социальная и экономическая нестабильность в обществе, острый дефицит финансовых средств в связи с кризисным положением в экономике;
- неполнота нормативной правовой базы в области образования;
- систематическое неисполнение норм законодательства в области образования.

1. Содержание понятий: «проектирование», «педагогическое проектирование».
2. Этапы проектной деятельности.
3. Сравните понятия «планирование» и «проектирование».
4. Смоделируйте ситуацию, в которой Вам как руководителю образовательного учреждения необходимо осуществить проектную деятельность.

7. Человеческий капитал: основные смыслы и содержание понятия.

1. Определите современное содержание понятия «цель образования».
2. Что такое «человеческий капитал»? Как Вы понимаете этот термин? Поделитесь своими соображениями, поразмышляйте вслух...
3. Что такое «человеческий капитал» по Гэрри Беккеру?
4. Продолжите фразу: «Эффективность человеческого капитала определяется...».
5. Найдите в тексте место, где обосновывается необходимость преобразований и инновационной деятельности в образовательной отрасли.
6. Что является средством для реализации новых общеобразовательных стандартов?
7. Согласитесь или опровергните позицию министра образования и науки А. Фурсенко (на основании соответствующего текста).

4.3.2. Контрольные вопросы:

1. Природа и сущность систем.
2. Государственно-общественный характер управления системой образования.
3. Демократизация и гуманизация как основной путь обновления школы.
4. Основные направления обновления отечественной образовательной системы на современном этапе.
5. Особенности школы как социально-педагогической системы.
6. Личностно ориентированный учебный процесс и профильная система обучения.
7. Роль целеполагания в управлении школой.
8. Общая характеристика функций управления.
9. Аналитическая деятельность руководителя школы.
10. Принципы и методы педагогического анализа.
11. Виды и этапы педагогического анализа.
12. Характеристика планирования как функции управления, его связь с другими функциями управления.
13. Сущность и цели организации в управленческой деятельности.
14. Принципы и методы организаторской деятельности руководителя школы.
15. Педагогический совет как коллегиальный орган управления современной школой.

16. Методы и формы педагогических советов.
17. Роль и место контроля в управленческом цикле.
18. Содержание, виды, формы, методы, этапы осуществления внутришкольного контроля.
19. Специфика менеджмента в образовании.
20. Особенности управления инновационной школой.
21. Исследовательская деятельность в управлении педагогической системой.
22. Основные направления исследований в управленческой деятельности руководителя современной школы.
23. Научно-методическое обеспечение лично ориентированной образовательной системы.
24. Содержание и формы организационно-педагогической деятельности руководителя (зам. директора по научной работе) школы.
25. Педагогическое проектирование: содержание понятия, этапы проектирования.
26. Управление проектной и исследовательской деятельностью учителя.
27. Связь и разделение функций педагогического совета, совета школы, научно-методического совета.
28. Службы управления образованием.
29. Структура муниципальной системы образования.
30. Задачи и принципы развития городской образовательной сети.
31. Аттестация педагогических кадров: цель и технология проведения.
32. Цель, задачи и формы самообразования учителей.
33. Роль педагогического менеджмента в создании благоприятного климата в педагогическом коллективе.
34. Схематически изобразите систему образования.
35. Проанализируйте ответ (на экзамене) одного из Ваших однокурсников.
36. Проанализируйте собственную готовность к самообразованию.
37. К какому виду контроля относится экзамен по изученному курсу. Обоснуйте свою точку зрения.
38. На основе собственного развернутого ответа на первый вопрос составьте резюме.
39. Проведите самооценку собственной деятельности по изучению курса «Управление образовательными системами».
40. Каким понятием в педагогике определяется разновидность научного предвидения.
41. Составьте ассоциативный ряд из понятий изученного курса. Система - - - - - самореализация.
42. Смоделируйте и охарактеризуйте возможный вариант системы профильного обучения.
43. Определите этапы деятельности руководителя школы: а) в проектировании; б) в планировании;
44. Каким понятием в педагогике определяется процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личностных целей и целей организации.
45. Смоделируйте ситуацию, в которой рефлексия и толерантность проявляются руководителем как профессиональные значимые качества.
46. Дайте несколько определений (на разных основаниях) понятию «педагогическая система». Сравните суждения различных авторов.

47. Сравните понятия «управление» и «менеджмент».
48. Сравните понятия «квалификация» и «компетентность».
49. Составьте конспект-схему ответа своего товарища на экзамене.
50. Составьте на основе своего ответа: а) конспект; б) резюме.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Список источников и литературы

Источники:

1. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. От 02.02.2006) «О некоммерческих организациях».
2. Федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» от 30.12.2006 №276-ФЗ
3. Федеральная целевая программа развития образования на 2006-2010 гг. (Утверждена Постановлением Правительства Российской Федерации от 23 декабря 2005 г. № 803) / <http://www.ed.gov.ru>.
4. Приоритетный национальный проект «Образование» // Вестник образования России. Сборник приказов и инструкций Министерства образования и науки России. – 2006. – № 6.
5. Национальный проект «Образование». Информационно-методический журнал. Пилотный выпуск. 2006.
6. Концепция модернизации российского образования на период до 2010 г. (Приказ МО РФ от 20.02.2002 № 393).
7. Концепция профильного обучения на старшей ступени общего образования (Приказ МО РФ от 18.07.2002 № 2783).
8. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

Литература:

Основная:

1. Абчук В.А. Менеджмент и маркетинг в социальной сфере: Учебное пособие. — СПб.: ООО «Книжный дом», 20014. — 636 с.
2. Андреев, С.Н. Маркетинг некоммерческих субъектов / С.Н. Андреев; М.: Издательство «Финпресс», 2016. – 320 с.
3. Маяцкая И.Н. Маркетинг в социальной сфере. — М.: Дашков и К, 2018. — 338 с.
4. Маркетинг в социальной сфере. Курс лекций / Сост. И.А. Орлова; Нов ГУ им. Ярослава Мудрого. — Великий Новгород, 2015. — 48 с.
5. Социология маркетинга: учеб. пособие / Н.В. Лопатина. — М. Академический проспект, 2017. — 57 с.
6. Социальный менеджмент: учебное пособие / А.Г. Гладышев, С.И. Григорьев, В.Н. Иванов и др.; Под ред. В.Н. Иванова, В.И. Патрушева. — М.: Гардарики, 2019. — 296 с.
7. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебник. Под. ред. Ю. В. Морозова, В.Т. Гришиной. Изд. 7-е, перераб. и доп. / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Н.П. Козлова и др. М. : Дашков и К, 2019. – 448 с. : ил., табл. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415400>
8. Эванс, Дж.Р., Берман, Б. Маркетинг / Пер с англ. / Дж.Р. Эванс, Б. Берман; М. : «Сирин», 2010. – 308 с. :
9. Шуванов, В.И. Социальная психология управления: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция» / В.И. Шуванов. — М. :

- ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 463 с. - ISBN 978-5-238-01629-0. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028855>
10. Социальный контракт: от заключения до исполнения / Холостова Е.И., Климантова Г.И. - М.: Дашков и К, 2017. - 162 с.: ISBN 978-5-394-01906-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415202>
 11. Маркетинг сферы услуг: Учебное пособие / С.Н. Диянова, А.Э. Штезель. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 192 с.: 60x88 1/16. (обложка) ISBN 978-5-9776-0240-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/326965>
 12. Маркетинг: Учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов; Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003647-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/171324>
 13. Маркетинг услуг: Учебник / Т.А. Тультаев. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 208 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-005021-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/260847>
 14. Маркетинг товаров и услуг : учеб. пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. — 239 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/757837>

Дополнительная:

15. Алдер, Х. НЛП: современные психотехнологии / Х. Алдер; СПб. : Питер, 2000. – 160 с.
16. Амблер, Т. Практический маркетинг / Пер. с англ. под общей ред. Ю.Н. Каптуревского / Т. Амблер; СПб. : «Питер», 2016. – 400 с.
17. Вайзер Дж., Задек С. Беседы с неверующими в пользу социальных инноваций / Джон Вайзер, Саймон Задек; пер. с англ. – М.: ЗАО “Издательство “Экономика“, 2009. – 341 с.
18. Готвальд, Ф.-Т., Ховальд В. Аюрведа в бизнесе: Система оздоровления личности, рабочего места и предприятия / Пер. с нем. А. Гарькавого / Ф.-Т.
19. Готвальд, В. Ховальд; М. : ФАИР-ПРЕСС, 2015. – 384 с.: ил.
20. Дилтс, Р. Моделирование с помощью НЛП. Серия «Практикум по психотерапии» / Р. Дилтс; СПб. : Питер, 2017. – 288 с.: ил.
21. Джулер, А.Джером; Дрюниани, Бонни Л. Креативные стратегии в рекламе /Пер. с англ. под ред.Ю.Н. Каптуревского / А.Джером Джулер, Бонни Л. Дрюниани; СПб. : Питер, 2017. – 384 с.
22. Друкер, П. Ф. Энциклопедия менеджмента. Пер. с англ. / П.Ф. Друкер; М. Издательский дом «Вильямс», 2014. – 432
23. Котлер, Ф., Леви, С. Расширения концепции маркетинга. / Классика маркетинга. Сборник работ, оказавших наивысшее влияние на маркетинг / Сост. Б.М. Энис, К.Т. Кокс, М.П. Моква; СПб., 2015. – 752 с. : ил. Маркетинговые исследования в социальной сфере: Учебник. – М.:ИНФРА-М, 2014. – 272 с.
24. Осентон, Том. Новые технологии в маркетинге: золотой ключик к лояльности потребителей: Пер. с англ. / Т. Осентон; М. : Издательский дом«Вильямс», 2015. – 304 с.: ил.
25. Рекламные процедуры Клеппнера. 15-е изд. / Дж.Т. Рассел, У.Р. Лейн. СПб. : Питер, 2013. – 928 с.
26. Социальная работа. Под. общей ред. проф. В.И. Курбатова. Серия «Учебники, учебные пособия» / В.И. Курбатов. Р/на Дону, 2017. – 576с.
27. Социальная сфера как деловой партнер бизнеса: Материалы круглого стола (г. Екатеринбург, 10 февраля 2004) / В.И. Кашперский, Л.А.Белюсова, В.М. Селезнев. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2014. с.50

28. Хершген, Х. Маркетинговые основы профессионального успеха. Учебник для вузов: Пер. с нем. / Х. Хершген. М.: ИНФРА-М, 20017–334 с.
29. Хруцкий, В.Е., Корнеева, И.В. Современный маркетинг. Настольная книга по исследованию рынка. Уч. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева. М., 2017. – 528 с.
30. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования / Г.А. Черчилль. СПб. : Питер, 2016. – 752 с.
31. Шмит, Б. Эмпирический маркетинг. Как заставить клиента думать, чувствовать, а также соотносить себя с вашей компанией / Б. Шмит; М. : Фаир–пресс, 2017. – 400 с.
32. Куркин Е.Б. Управление образованием в условиях рынка. – М.: Новая школа, 2017.
33. Лебедев О.Е. Управление образовательными системами: Учеб.-мет. пособие для вузов. – М.: Университетская книга, 2014.
34. Лизинский В.М. Директор школы и общественно-педагогическое управление учебно-воспитательным процессом в школе: Пособие для директоров школ. – М.: Центр «Педагогический поиск», 2014. (Библиотека администратора школы).
35. Матрос Д.Ш. Управление качеством образования на основе новых информационных технологий и образовательного мониторинга: Методические разработки для учителей и руководителей образовательных учреждений. – М.: Пед. общество России, 2018.
36. Менеджмент в управлении школой / Министерство науки, высшей школы и технической политики РФ, Московский государственный педагогический университет им. В.И. Ленина; Науч. ред. Т.И. Шамова. - М. - МИП «NB Магистр», 2017. - с.3-15.
37. Моисеев А.М. Качество управления школой: каким оно должно быть. – М.: Сентябрь, 2017.
38. Моисеев А.М., Моисеева О.М. Заместитель директора школы по научной работе. - М.: Новая школа, 2016. - 144с.
39. Настольная книга директора школы: Пособие для руководителей образовательных учреждений / Под общ. ред. В.М. Лизинского. – М.: Педагогический поиск, 2002.
40. Оценка качества образовательной деятельности школ и и создание программ их развития: Методическое пособие / В.В. Сериков, Д. Хокер, В.В. Анисимова и др. – М.: Сентябрь, 2014.

Журналы:

1. Деловой квартал
2. Маркетинговые коммуникации
3. Социологические исследования
4. Маркетинг в России и за рубежом
5. Маркетинг и маркетинговые исследования в России
6. Эксперт

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>
 Информационные справочные системы:
 Консультант Плюс
 Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Состав программного обеспечения:

Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

Adobe Master Collection

AutoCAD

Archicad

SPSS Statistics

ОС «Альт Образование»

Visual Studio

Adobe Creative Cloud

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

Информационные справочные системы:

Консультант Плюс

Гарант

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:

- устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих:

- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;

- акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских/ практических занятий

Темы контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы

1. Основные направления преобразования системы образования.
2. Сущность принципов управления и особенности их реализации в условиях демократизации и гуманизации образования.
3. Специфика управления школьными системами.
4. Особенности школы как социально-педагогической системы.
5. Приведите примеры технологий создания педагогических систем в школе.
6. Сущность системно-деятельностного подхода к управлению.
7. Путь демократизации аналитической деятельности руководителей школы.
8. Назовите принципы и методы педагогического анализа.
9. Назовите виды педагогического анализа.
10. Пути демократизации долгосрочных и оперативных планов работы школы.
11. Принципы и методы организаторской деятельности руководителей школы.
12. Дайте характеристику оперативному и итоговому регулированию.
13. Уточните связь регулирования с другими функциями управления.
14. Показатели оценки работы школы.
15. Охарактеризуйте виды, формы и методы внутришкольного контроля.
16. Типичные недостатки в осуществлении внутришкольного контроля.

ТЕМАТИКА рефератов, курсовых работ:

1. Принципы и методы внутришкольного управления и пути их практической реализации.
2. Развитие демократических начал в управлении.
3. Современные требования к деловым и личностным качествам руководителя школы.
4. Пути преодоления формализма в управлении школой.
5. Исследовательский подход к деятельности руководителя школы как путь повышения научного уровня управления школой.
6. Роль и место компьютеров в управлении школой.
7. Информационное обеспечение управления школой.
8. Методика сборов, обработки и хранения педагогической информации в системе внутришкольного управления (опыт и перспективы).
9. Научная основа педагогического анализа деятельности школы (руководителя, учителя).
10. Педагогический анализ управленческой деятельности руководителей школ: роль, место, пути совершенствования.
11. Педагогический анализ урока как путь повышения педагогического мастерства учителей.
12. Педагогический анализ воспитательного мероприятия как средство совершенствования воспитательной работы в школе.
13. Научная основа планирования работы школы и пути ее реализации.
14. Пути усиления демократических начал при планировании работы в школе.

15. Совершенствование планирования на основе комплексного, системного подхода.
16. Организация как функция управления учебно-воспитательным процессом в школе.
17. Пути совершенствования организаторской деятельности руководителя школы.
18. Пути повышения действенности школьных педсоветов.
19. Регулирование как функция внутришкольного управления.
20. Возможности применения показателей оценки деятельности школы при диагностике и регулировании состояния учебно-воспитательного процесса в школе.
21. Внутришкольный контроль как функция управления учебно-воспитательным процессом в школе.
22. Содержание, формы и методы осуществления внутришкольного контроля.
23. Методы контроля за учебно-воспитательным процессом в школе.
24. Содержание, формы и методы контроля за состоянием преподавания учебных предметов различных циклов.
25. Система внутришкольного контроля.
26. Содержание и организация контроля за процессом воспитания и уровнем воспитанности учащихся.
27. Внутришкольный контроль за использованием в учебном процессе межпредметных связей как одно из условий формирования познавательных интересов учащихся.
28. Организация воспитательного процесса в школе на основе теории управления.

Организация самостоятельной работы:

Время, отведенное на изучение курса, определяет специфику организации самостоятельной работы по курсу. Задания для СРС не дублируют изложенный на лекциях материал, а направлены на самостоятельное освоение какого-либо отдельного вопроса, не освещенного в лекциях. Основное время, отведенное на самостоятельную работу, предназначается для подготовки текстов высказываний по проблеме, обсуждаемой на семинаре, в роли спикеров в рамках технологии «Дебаты».

Типовые задания для самостоятельной работы:

- Подготовить различные виды планов ответа, планов выступления по теме.
- Разработать конспект, конспект-схему журнальной статьи.
- Написать аннотацию, резюме к статье, книге.
- Подготовить выступление, реферат по проблеме (по 2-5 источникам).
- Сравнить суждения различных авторов по данной проблеме.
- Подготовить эссе на заданную тему.
- Подготовить дискуссию по проблемным вопросам курса.
- Разработать рекламный проект по книге, фильму, статье.
- Написать сочинение на педагогически-управленческую тему.
- Предложить возможные формы контроля и самоконтроля по рассматриваемым темам.

Примечание: продукты творческой и самостоятельной деятельности являются документальными материалами для комплектования ПОРТФОЛИО.

Темы для самостоятельной работы:

1. Государственно-общественный характер управления системой образования.

2. Демократизация и гуманизация как основной путь обновления школы.
3. Основные направления преобразования системы образования.
4. Особенности школы как социально-педагогической системы.
5. Роль целеполагания в управлении школой.
6. Создание системы внутришкольной информации.
7. Виды педагогической информации. Требования, предъявляемые к педагогической информации.
8. Аналитическая деятельность руководителя школы.
9. Принципы и методы педагогического анализа.
10. Виды и этапы педагогического анализа.
11. Характеристика планирования как функции управления, его связь с другими функциями управления.
12. Виды планов. Годовой план работы школы.
13. Сущность и цели организации в управленческой деятельности.
14. Принципы и методы организаторской деятельности руководителя школы.
15. Педагогический совет как коллегиальный орган управления.
16. Регулирование как функция управления.
17. Демократизация регулирующей деятельности.
18. Роль и место контроля в управленческом цикле.
19. Содержание, виды, формы, методы, этапы осуществления внутришкольного контроля.
20. Специфика менеджмента в образовании

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации в образовании» реализуется кафедрой интегрированных коммуникаций и рекламы факультета рекламы и связей с общественностью института массмедиа и рекламы.

Цель дисциплины – познакомить студентов с основными элементами маркетинга образовательных систем, которые необходимо учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования социального проектирования.

Задачи дисциплины:

- ознакомить обучающихся с технологиями маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере;
- сформировать у студентов навыки применения концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в образовании;
- выработать навыки применения современного маркетингового инструментария для решения управления маркетингом образовательных проектов.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

УК 6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК 6.2. Формулирует цели собственной деятельности, определяя пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.

ПК 2. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК 2.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

ПК 2.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

ПК 2.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

ПК 3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 3.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия социального маркетинга;
- принципы социальной ответственности и компетентности;
- технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере;
- факторы маркетинговой среды и их классификацию;
- состав и содержание комплекса социального маркетинга;
- методы, алгоритмы и инструменты маркетинга социальных проектов;
- перспективные маркетинговые социальные стратегии и технологии в современных условиях;

Уметь:

- применять на практике методы исследования маркетинга социальных проектов;
- использовать полученные знания в управлении маркетингом социальных проектов;
- применять на практике методы исследования маркетинга;
- реализовывать стратегию социальной ответственности организации;
- анализировать внутреннюю и внешнюю среду данных организаций;

Владеть:

- методами стратегического анализа;
- навыками применения современного маркетингового инструментария для решения управления маркетингом социальных проектов;
- навыками применения современного маркетингового инструментария для решения управления маркетингом гос. проектов и использовать полученные знания в управлении маркетингом социальных проектов;
- способностью готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки;
- методикой проведения маркетингового исследования и формирования комплекса маркетинга в социальной сфере.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.