Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ульяновский государственный педагогический университет
имени И.Н. Ульянова»
(ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»)

Факультет Физико-математического и технологического образования
Кафедра Технологий профессионального обучения

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ С.Н. Титов
«25» июня 2021 г.

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Программа учебной дисциплины модуля «Развитие профессионального образования»

основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры по направлению подготовки
44.04.04 Профессиональное обучение (по отраслям) ,

направленность (профиль) образовательной программы
Управление профессиональной образовательной организацией

(заочная форма обучения)

Составитель: Короткова М.В.,
к.э.н., доцент кафедры технологий
профессионального обучения

Рассмотрено и одобрено на заседании ученого совета факультета физико-математического и технологического образования, протокол от «21» июня 2021 г. №7

Ульяновск, 2021

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01D77C644FC1E54000000006381D0002
Владелец: Титов Сергей Николаевич
Действителен: с 19.07.2021 до 19.07.2022

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в профессиональном образовании» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений» дисциплинам (модулям) по выбору (ДВ.1) "Развитие профессионального образования" учебного плана основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры по направлению подготовки 44.04.04 Профессиональное обучение (по отраслям), направленность (профиль) образовательной программы «Управление профессиональной образовательной организацией», заочной формы обучения. Шифр дисциплины Б.1.В.ДВ. 01.01.02

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках программы бакалавриата 44.03.04 или соответствующих дисциплин других направлений подготовки педагогического направления уровня бакалавриата, изучающих образовательную отрасль и основы экономики.

Результаты изучения дисциплины являются основой для изучения дисциплин и прохождения практик.

1. Перечень планируемых результатов обучения (образовательных результатов) по дисциплине

Целью дисциплины «Менеджмент и маркетинг в профессиональном образовании»» **является:**

- обеспечить усвоение магистрантами знаний теоретических основ управления и маркетинга профессионального образовательными как науки в логике целостного образовательного процесса.

Задачи дисциплины:

1. Знать методологические и теоретические основы менеджмента и маркетинга в профессиональном образовании ;
2. Изучить условия конкуренции в образовании, маркетинговые стратегии и коммуникации;
3. Овладеть управленческими функциями;
4. Использовать системный подход при изучении деятельности руководителей ПОО, колледжей, др.
5. Осуществлять оптимальный выбор различных мнений в управлении;
6. Изучить различные отечественные и зарубежные авторские подходы в менеджменте;
7. Рассмотреть основные требования к руководителям образовательных организаций;
8. Развивать творческое самостоятельное мышление и методические умения

Магистрат должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в профессиональном образовании» (в таблице представлено соотнесение образовательных результатов обучения по дисциплине с индикаторами достижения компетенций):

Компетенция и индикаторы ее достижения в дисциплине	Образовательные результаты дисциплины (этапы формирования дисциплины)		
	знает	умеет	владеет
ПК-7 Способен осуществлять проектирование образовательных программ СПО, ДПП и их компонентов ПК-7.1. Знает методологические основы, теорию и практику, перспективные направления развития профессионального образования и (или) ДПО, и (или) профессионального	ОР-1 методологические основы современного профессионального образования и (или) профессионального обучения; нормативные правовые акты, регламентирующие реализацию образовательных	ОР-2 проектировать (обновлять) образовательные программы профессионального обучения, СПО и (или) и их компоненты на основе современных дидактических подходов, в соответствии с	ОР-3 владеть методикой проектирования образовательных программ профессионального обучения и (или) СПО и их компонентов.

обучения; нормативные требования к ФГОС СПО, образовательным программам, рабочим программам, требования к средствам обучения и методику их разработки ПК-7.2. Умеет разрабатывать новые методические приемы, вырабатывать решения методических задач в области проектирования и реализации программ профессионального обучения, СПО и (или) ДПП; разрабатывать примерные рабочие программы учебных предметов, курсов, дисциплин, (модулей); осуществлять организационное, методическое и консультационное, экспертное сопровождение разработки научно-методического и учебно-методического обеспечения реализации программ СПО и (или) ДПП и(или) программ профессионального обучения; принимать участие в проектировании примерных образовательных программ ПК-7.3. Владеет методикой разработки рабочих программ дисциплин, (модулей), учебного, научно-методического и учебно-методического обеспечения программ профессионального обучения и (или) СПО, и (или) ДПП; приемами профессиональной поддержки разработчиков методических и оценочных материалов	программ СПО; требования к образовательным программам СПО,	требованиями нормативно-методических документов; реализовывать основные возможности построения индивидуальных образовательных траекторий.	
ПК-9 Способен организовывать и	ОР-4 нормативные	ОР-5 оценивать качество	ОР-6 владеть методами

оценивать качество работы педагогических работников по реализации программ СПО, ДПП. ПК-9.1. Знает: нормативные правовые акты, локальные нормативные акты организации, регламентирующие процедуры оценки качества работы педагогических работников по реализации программ СПО и ДПП. ПК-9.2. Умеет: оценивать качество выполнения педагогическими работниками различных видов работ по реализации программ СПО, ДПО; планировать и проводить мероприятия по оценке качества работы педагогических работников по реализации программ СПО и ДПП; планировать систему корректирующих и предупреждающих действий. ПК-9.3. Владеет: методами оценки качества работы педагогических работников по реализации программ СПО и ДПП.	правовые акты, локальные нормативные акты организации, регламентирующие процедуры оценки качества работы педагогических работников по реализации программ СПО и ДПП;	выполнения педагогическими работниками различных видов работ по реализации программ СПО, ДПО; планировать и проводить мероприятия по оценке качества работы педагогических работников по реализации программ СПО и ДПП; планировать систему корректирующих и предупреждающих действий.	оценки качества работы педагогических работников по реализации программ СПО и ДПП.
ПК-11 Способен управлять ресурсами профессиональной образовательной организации. ПК11-1. Знает принципы, методы и технологии использования ресурсов, анализа и оценки эффективности их использования (по видам ресурсов), способы повышения эффективности использования ресурсов ПОО (по видам ресурсов); ПК- 11.2. Умеет оценивать экономическую эффективность деятельности ПОО, анализировать нематериальные ресурсы ПОО, определять	ОР-7 нормативно-правовые акты РФ в области управления ресурсами ПОО; алгоритм финансового обеспечения, критерии эффективности функционирования ПОО;	ОР-8 анализировать процесс и результаты управления ресурсами ПОО, принимать управленческие решения, в том числе корректировать процесс управления на основе результатов анализа;	ОР-9 навыками управления ресурсами ПОО , внутренним информационным пространством ПОО, обеспечения деятельности по созданию безопасных условий обучения и воспитания, соответствия условий реализации образовательных программ установленным нормам и правилам, анализа качества и эффективности решений в области

возможности их использования для обеспечения качества образования и иных видов деятельности ПОО, анализировать процесс и результаты управления ресурсами ПОО, принимать управленческие решения, в т. ч. корректировать процесс управления на основе результатов анализа; ПК11.- 3. Владеет навыками формирования политики в области ресурсного обеспечения ПОО (по видам ресурсов - кадровыми, информационными, финансовыми, имущественными, нематериальными и прочими).			управления ресурсами ПОО, при необходимости коррекция процесса управления ресурсами ПОО.

***2.* Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Номер семестра	Учебные занятия						Форма промежуточной аттестации
	Всего		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные занятия, час	Самостоят. работа, час	
	Трудоемк.						
	Зач. ед.	Часы					
2	3	108	4	10	-	88	Зачет (6)
Итого:	3	108	4	10	-	88	Зачет (6)

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

3.1.Указание тем (разделов) и отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование раздела и тем	Количество часов по формам организации обучения			
	Лекционные занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа

2 семестр				
Тема 1. Предмет и метод дисциплины. Эволюция управленческой мысли. Педагогический менеджмент: концепция, система. Проблемы менеджмента в образовании.	-	-	-	10
Тема 2. Закономерности, принципы, функции, менеджмента в образовании.	-	2	-	10
Тема 3. Функционально-ролевой репертуар менеджера образования.	2	-	-	10
Тема 4. Управление качеством образования. Контроль в педагогическом менеджменте	-	-	-	10
Тема 5. Сущность и особенности маркетинга в сфере образования.	-	2	-	10
Тема 6. Маркетинг в образовании Проблемы маркетинга в образовании. Конкурентоспособность образовательных организаций	-	2	-	10
Тема 7. Маркетинговые стратегии и механизмы их формирования	-	2	-	10
Тема 8. Организация и проведение маркетинговых исследований в образовании	-	-	-	10
Тема 9. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций и продвижение образовательных услуг	2	2	-	8
Итого	**4**	**10**	**-**	**88**

3.2.Краткое описание содержания тем (разделов) дисциплины

Тема 1. Эволюция управленческой мысли. Педагогический менеджмент: концепция, система. Проблемы менеджмента в образовании .
Философия педагогического менеджмента. Понятие «педагогический менеджмент». Цель, задачи педагогического менеджмента. Психолого-педагогические аспекты менеджмента в образовании.
Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Тема 2. Закономерности, принципы, функции, менеджмента в образовании.
Закономерности, общие принципы менеджмента, принципы научной организации управленческого труда, принципы аналитической деятельности менеджера образования. Функции менеджмента в образовании.
Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Тема 3. Функционально-ролевой репертуар менеджера образования .
Формы управления школьным коллективом с учетом уровней общения, творчества, социального опыта. Предупреждение и преодоление формализма в образовательном процессе. Руководитель, педагог как лидер, основные составляющие.
Интерактивная форма :групповое обсуждение.

Тема 4. Управление качеством образования. Контроль в педагогическом менеджменте. Информационные технологии менеджмента в системе образования.
Модели управления. Достоинство и недостатки. Качество образования как основная проблема педагогического менеджмента. Качество как нравственная категория. Контроль в педагогическом менеджменте. Общая характеристика информационных технологий менеджмента в системе образования.
Интерактивная форма групповое обсуждение.

Тема 5. Сущность и особенности маркетинга в сфере образования. Образовательная услуга. Образовательная услуга и ее характеристики. Функции образовательных организаций. Современные тенденции развития сферы образования в РФ. Рыночная ориентация

образовательных услуг. Понятие маркетинга. Субъекты маркетинга в сфере образования. Особенности маркетингового комплекса в сфере услуг.

Тема 6. Конкурентоспособность образовательных организаций. Типы рынков. Сегментирование и кластеризация. Сегментация конкурентов: конкуренты и соконкуренты. Сегментация образовательных организаций. Сегментация потребителей. Критерии оценки и выбора сегментов рынка. Конкурентоспособность образовательной организации (ОО), критерии конкурентоспособности. Сравнение систем оценки конкурентоспособности образовательной организации за рубежом и в РФ.

Тема 7. Маркетинговые стратегии и механизмы их формирования .
Характеристики рынков и маркетинговые стратегии для различных типов рынков. Критерии классификации, генезис и виды маркетинговых стратегий. Классы маркетинговых стратегий: стратегия лидерства за счет низких издержек, стратегия дифференциации, стратегия специализации, стратегии роста (интенсивного или интеграционного), конкурентные стратегии (лидера, бросающего вызов, следующего за лидером, стратегии последователей). Инструментарий определения маркетинговой стратегии: метод Ансоффа, метод Бастонской консалтинговой группы, модель Портера, концепция стратегического маркетинга. Механизмы оценки, отбора и оптимизации вариантов стратегий.

Тема 8. Организация и проведение маркетинговых исследований в образовании. Объекты и предмет маркетинговых исследований (МИ). Источники информации (внутренние и внешние). Виды информации (первичная, вторичная). Этапы МИ. Типы МИ (разведывательное, описательное, аналитическое). Репрезентативность выборки. Методы сбора данных (количественные, качественные, смешанные). Инструментарий сбора данных. Типы шкал и правила построения (номинальная, ранговая, шкала Богардуса).

Тема 9. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций и продвижение образовательных услуг.
Понятие маркетинговых коммуникаций, их функции. Основные формы маркетинговых коммуникаций (рекламная деятельность, связи с общественностью, прямой маркетинг, стимулирование продаж путем проведения демонстрационных мероприятий). Эмоциональная теория продаж. Задачи и функции рекламы. Классификация видов рекламы по различным признакам. Имидж-билдинг (раскрутка имиджа и инструменты бренд-билдинга). Эффективность рекламной кампании. Методы планирования рекламной кампании. Метод оценки маркетинговых коммуникаций.

4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Самостоятельная работа студентов является особой формой организации учебного процесса, представляющая собой планируемую, познавательно, организационно и методически направляемую деятельность студентов, ориентированную на достижение конкретного результата, осуществляемую без прямой помощи преподавателя. Самостоятельная работа студентов является составной частью учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний и навыков, поиск и приобретение новых знаний, а также выполнение учебных заданий, подготовку к предстоящим занятиям и экзамену. Она предусматривает, как правило, разработку рефератов, написание докладов, выполнение творческих, индивидуальных заданий в соответствии с учебной программой (тематическим планом изучения дисциплины). Тема для такого выступления может быть предложена преподавателем или избрана самим студентом, но материал выступления не должен дублировать лекционный материал. Реферативный материал служит дополнительной информацией для работы на практических занятиях. Основная цель данного вида работы состоит в обучении студентов методам самостоятельной работы с учебным материалом. Для полноты усвоения тем, вынесенных в практические занятия, требуется работа с первоисточниками. Курс предусматривает самостоятельную работу студентов со специальной литературой. Следует отметить, что самостоятельная работа студентов результативна лишь тогда, когда она выполняется систематически, планомерно и целенаправленно.

Задания для самостоятельной работы предусматривают использование необходимых терминов и понятий по проблематике курса. Они нацеливают на практическую работу по применению изучаемого материала, поиск библиографического материала и электронных источников информации, иллюстративных материалов. Задания по самостоятельной работе даются по темам, которые требуют дополнительной проработки.

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения тестовых заданий, кейс-задач, письменных проверочных работ по дисциплине. Аудиторная самостоятельная работа обеспечена базой тестовых материалов, кейс-задач по разделам дисциплины.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

– подготовка к лекциям и практическим занятиям с использованием конспекта лекций, материалов практических занятий ;

– оформление отчетов по выполненным практическим заданиям и теоретическая подготовка к их сдаче (в соответствии с расписанием занятий).

Перечень вопросов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации – в соответствии с тематикой дисциплины.

Темы рефератов (задания для контрольной работы)

1. Федеральная программа развития образования как основа понятия государства в сфере образования.
2. Основные проблемы развития образования профессионального образования страны, региона (Ульяновской области);
3. Человеческий потенциал и его развитие.
4. Развитие интеллектуальной собственности в цифровой экономике.
5. Порядок создания и регламентация деятельности образовательного учреждения.
6. Направления развития профессионального образования в России и регионе.
7. Особенности управления государственными и негосударственными образовательными учреждениями.
8. Рынок образовательных услуг и его основные черты.
9. Себестоимость и цена образовательных услуг.
10. Маркетинг и его роль в регулировании рынка образовательных услуг.
11. Особенность коммерческой и некоммерческой деятельности в образовательной сфере.
12. Текущее и стратегическое планирование деятельности образовательных учреждений.
13. Основные направления совершенствования финансирования образовательных учреждений.
14. Возможности самофинансирования ПОО.
15. Самозанятые в педагогической деятельности.
16. Основные направления совершенствования организации труда в системе образования.
17. Оптимизация численности работников ПОО.
18. Материально-техническая база ПОО и основные направления ее развития.
19. Роль педагогического коллектива в сохранении и развитии МТБ образования.
20. Структурные изменения и динамика развития педагогических учебных заведений после 1990-х гг.
21. Последствия отсутствия НПО в системе СПО.
22. Оплата труда за обучение как показатель эффективности функционирования образовательного учреждения.
23. Значение прироста национального дохода для народнохозяйственного эффекта образования.
24. Отечественный опыт определения эффективности образования

Индивидуальные задания

Тесты

1. Какой нормативно-правовой документ наименее определяет законодательные основы профессионального образования в Российской Федерации.

a) Конституция РФ;
b) Закон РФ «Об образовании»;
c) Налоговый кодекс РФ;
d) Гражданский кодекс РФ

2. Определяющим звеном в экономических отношениях в отрасли образования выступают:

a) отношения купли-продажи материальных товаров и отношения купли-продажи ценных бумаг;
b) отношения по поводу включения и участия работника в производственной деятельности;
c) отношения собственности на средства производства

3. Специфичная черта отношений собственности в отрасли образования является присвоение ……

4. Составным назначением экономики образования как учебного предмета является:

a) добыча и теоретическая систематизация объективных знаний о действительности;
b) выяснение экономических законов производства материальных благ;
c) передача добытых научных знаний об экономических закономерностях развития образования;
d) добыча и теоретическая систематизация объективных знаний о развитии образования.

5. Особенности образования как отрасли экономики состоит в том, что:

a) в сфере образования нет и не может быть производственных отношений;
b) имеются не производственные, а экономические отношения;
c) существуют производственные отношения, но отличаются своеобразием;
d) неверно все названное.

6. Целенаправленная деятельность всех субъектов по обеспечению становления оптимального функционирования и обязательного развития каждого образовательного учреждения - ……. .

7. Какую функцию не выполняют региональные органы управления образованием:

a) контроль за соблюдением законодательства РФ в области образования;
b) создание учебных заведений регионального уровня;
c) формирование и осуществление региональной политики в сфере образования;
d) установление льгот, нормативов и правил.

8. Что из ниже перечисленного не входит в систему образования:

a) совокупность преемственных образовательных программ и государственных образовательных стандартов различного уровня и направленности;
b) сеть образовательных учреждений, реализующих образовательные программы;
c) органы управления образованием и подведомственных им учреждений и организаций;
d) администрация районов и городов.

9. Образовательная услуга – это:

a) материальное благо;
b) нематериальное благо личного пользования;
c) нематериальное благо общественного пользования;
d) верно все перечисленное.

10. Некоммерческий сектор экономики включает в себя:

a) предприятия малого и среднего бизнеса в сфере производства;

b) частные образовательные учреждения;
c) государственные образовательные учреждения;
d) оптовые базы.

11. Выполняют ли следующие значение учреждения образования некоммерческого сектора:

a) обеспечивают систему социальной защиты населения;
b) обеспечивают систему правовой защиты населения;
c) обеспечивают осуществление культурных программ;
d) обеспечивают научный потенциал общества.

12. Процесс формирования целей и определенных мероприятий, средств и методов и достижения - …….. .

13. Прогнозы социально-экономического развития включают количественные показатели и ……. характеристики развития экономической ситуации в масштабе страны.

14. Что относится к объектам налогообложения в сфере образования;

a) движение собственности;
b) земельные участки;
c) хозяйственный результат;
d) верно все перечисленное.

15. Что не относится к объекту собственности образовательных учреждений:

a) денежные средства, переданные в форме дара;
b) доходы от собственной деятельности;
c) работники образовательного учреждения;
d) продукты творческого труда.

16. Соотнесите указанные предметы к их отношению к оборотным или основным фондам образовательного учреждения:

1) оборотный	a) материалы
2) основной	b) компьютеры
	c) химикаты
	d) библиотеки

17. Материально-техническая база образовательного учреждения – это:

a) совокупность вещественных элементов, необходимых для функционирования и развития учебных заведений и образовательного комплекса в целом;
b) учебные и вспомогательные здания;
c) вся сумма финансовых средств образовательных учреждений;
d) все то, что необходимо для обеспечения.

18. Реформирование сферы образования в развитых странах осуществляется по направлениям:

a) создание условий для расширения ресурсной базы;
b) совершенствование содержание образования;
c) поощрение интеграционных процессов;
d) верно все перечисленное.

19. Экономическая эффективность служит для обеспечения образования необходимыми ……. .

20. Целенаправленная деятельность всех субъектов по обеспечению становления оптимального функционирования и обязательного развития каждого образовательного учреждения и всех звеньев системы образования – это :

a) финансирование образования;
b) управление образованием;
c) планирование образования;

d) эффективность образования.

Для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине рекомендуется использовать учебно-методические материалы:

1. Шленкин К.В., Короткова М.В., Коршунов К.В. Деятельность профессиональной образовательной организации ; учебное пособие. – Ульяновск, Издательство УлГПУ, 2018 г. - 318 с. (Библиотека УлГПУ)
2. Короткова М.В. Экономика образования : учебо- методические рекомендации/М.В. Короткова Ульяновск: УлГПУ, 2017 -20 с. (Библиотека УлГПУ)
3. Короткова М.В., Прудникова О.А., Сафина Г.М., Никитина С.О., Черных А.В. . Актуальные вопросы современного менеджмента : коллек. монография., Ульяновск, Издательство УлГПУ – 2012 – 196 с.
4. Короткова М.В., Калинычева Н.Л. Учебно- методическое пособие по экономике. - Ульяновск, Издательство С-Принт, 2012.- 100 с. (Библиотека УлГПУ).
5. Система управления персоналом сфере образования : учебно-методические рекомендации / авт.-сост.: М.В. Короткова. – Ульяновск: УлГПУ, 2017. - 13 с.
6. Короткова М.В., Калинычева Н.Л. Учебно- методическое пособие по экономике. – Ульяновск, Издательство С-Принт, 2012.- 100 с. (Библиотека УлГПУ).
7. Непрерывное обучение как часть системы управления персоналом современной организации: колл. монография/ Никитина С.О., Короткова М.В., др. - Ульяновск, Издательство ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова». - Ульяновск, 2017 г. - 140 с.
8. Черных А.В., Прудникова О.А. , Короткова М.В. Основы управленческого консультирования, Ульяновск, Издательство УлГПУ, 2013 . -371 с. (ГРИФ УМО)

5. Примерные оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Организация и проведение аттестации студента

ФГОС ВО в соответствии с принципами Болонского процесса ориентированы преимущественно не на сообщение обучающемуся комплекса теоретических знаний, но на выработку у бакалавра компетенций – динамического набора знаний, умений, навыков и личностных качеств, которые позволят выпускнику стать конкурентоспособным на рынке труда и успешно профессионально реализовываться.

В процессе оценки бакалавров необходимо используются как традиционные, так и инновационные типы, виды и формы контроля. При этом постепенно традиционные средства совершенствуются в русле компетентностного подхода, а инновационные средства адаптированы для повсеместного применения в российской вузовской практике.

Цель проведения аттестации – проверка освоения образовательной программы дисциплины-практикума через сформированность образовательных результатов.

Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра и завершает изучение дисциплины; помогает оценить крупные совокупности знаний и умений, формирование определенных компетенций.

Оценочными средствами текущего оценивания являются: доклад, тесты по теоретическим вопросам дисциплины, защита практических работ и т.п. Контроль усвоения материала ведется регулярно в течение всего семестра на практических (семинарских, лабораторных) занятиях.

№ п/п	**СРЕДСТВА ОЦЕНИВАНИЯ,** используемые для текущего оценивания показателя формирования компетенции	Образовательные результаты дисциплины
	Оценочные средства для текущей аттестации ОС-1 Защита реферата	ОР-1 знает методологические основы и нормативные правовые акты, регламентирующие реализацию образовательных программ СПО; требования к образовательным программам СПО; ОР-2 обновляет образовательные программы

	ОС-2 Результаты тестирования ОС-3 Презентация технологической карты к занятию (составление технологической карты) ОС-4 выполнение практического задания	профессионального обучения, СПО и (или) и их компоненты на основе современных дидактических подходов, в соответствии с требованиями нормативно-методических документов; реализовывать основные возможности построения индивидуальных образовательных траекторий; ОР-3 - владеет методикой проектирования образовательных программ профессионального обучения и (или) СПО и их компонентов; ОР-4 нормативные правовые акты, локальные нормативные акты организации, регламентирующие процедуры оценки качества работы педагогических работников по реализации программ СПО и ДПП; ОР-5 оценивает качество выполнения педагогическими работниками работы по реализации программ СПО, ДПО; планировать и проводить мероприятия по оценке качества работы педагогических работников по реализации программ СПО и ДПП; планировать систему корректирующих и предупреждающих действий. ОР-6 владеть методами оценки качества работы педагогических работников по реализации программ СПО и ДПП. ОР-7 нормативно- правовые акты РФ в области управления ресурсами ПОО; алгоритм финансового обеспечения, критерии эффективности функционирования ПОО; ОР-8 анализирует процесс и результаты управления ресурсами ПОО, принимает управленческие решения, в т.ч. корректирует процесс управления на основе результатов анализа; ОР-9 управляет ресурсами ПОО , внутренним информационным пространством ПОО, обеспечения деятельности по созданию безопасных условий обучения и воспитания, анализирует качество и эффективности решений в области управления ресурсами ПОО.
	Оценочные средства для промежуточной аттестации зачет ОС-5 зачет в форме устного собеседования	

Описание оценочных средств и необходимого оборудования (демонстрационного материала), а так же процедуры и критерии оценивания индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения образовательной программы представлены в Фонде оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

Материалы, используемые для текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине

Материалы для организации текущей аттестации представлены в п.5 программы.

Материалы, используемые для промежуточного контроля успеваемости обучающихся по дисциплине

ОС-5 Зачёт в форме устного собеседования

Примерные вопросы к зачету

1. Философия педагогического менеджмента.
2. Понятие «педагогический менеджмент».
3. Цель, задачи педагогического менеджмента.
4. Психолого-педагогические аспекты менеджмента в образовании.
5. Закономерности, общие принципы менеджмента, принципы научной организации управленческого труда, принципы аналитической деятельности менеджера образования. Функции менеджмента в образовании
6. Формы управления школьным коллективом с учетом уровней общения, творчества, социального опыта.
7. Предупреждение и преодоление формализма в образовательном процессе.
8. Руководитель, педагог как лидер, основные составляющие.
9. Модели управления.
10. Достоинство и недостатки.
11. Качество образования как основная проблема педагогического менеджмента.
12. Качество как нравственная категория.
13. Контроль в педагогическом менеджменте
14. Общая характеристика информационных технологий менеджмента в системе образования.
15. Образовательная услуга и ее характеристики.
16. Функции образовательных организаций.
17. Современные тенденции развития сферы образования в РФ.
18. Рыночная ориентация образовательных услуг.
19. Понятие маркетинга. Субъекты маркетинга в сфере образования.
20. Особенности маркетингового комплекса в сфере услуг.
21. Типы рынков. Сегментирование и кластеризация.
22. Сегментация конкурентов: конкуренты и соконкуренты.
23. Сегментация образовательных организаций. Сегментация потребителей.
24. Критерии оценки и выбора сегментов рынка. Конкурентоспособность образовательной организации (ОО), критерии конкурентоспособности.
25. Сравнение систем оценки конкурентоспособности образовательной организации за рубежом и в РФ.
26. Характеристики рынков и маркетинговые стратегии для различных типов рынков.
27. Критерии классификации, генезис и виды маркетинговых стратегий.
28. Классы маркетинговых стратегий: стратегия лидерства за счет низких издержек, стратегия дифференциации, стратегия специализации, стратегии роста (интенсивного или интеграционного), конкурентные стратегии (лидера, бросающего вызов, следующего за лидером, стратегии последователей).
29. Инструментарий определения маркетинговой стратегии: метод Ансоффа, метод Бастонской консалтинговой группы, модель Портера, концепция стратегического маркетинга. Механизмы оценки, отбора и оптимизации вариантов стратегий.
30. Объекты и предмет маркетинговых исследований (МИ).
31. Источники информации (внутренние и внешние).
32. Виды информации (первичная, вторичная).
33. Этапы МИ. Типы МИ (разведывательное, описательное, аналитическое).
34. Репрезентативность выборки.
35. Методы сбора данных (количественные, качественные, смешанные). Инструментарий сбора данных. Типы шкал и правила построения (номинальная, ранговая, шкала Богардуса).
36. Понятие маркетинговых коммуникаций, их функции.
37. Основные формы маркетинговых коммуникаций (рекламная деятельность, связи с общественностью, прямой маркетинг, стимулирование продаж путем проведения демонстрационных мероприятий).
38. Эмоциональная теория продаж. Задачи и функции рекламы.
39. Классификация видов рекламы по различным признакам.
40. Имидж-билдинг (раскрутка имиджа и инструменты бренд-билдинга).
41. Эффективность рекламной кампании.

42. Методы планирования рекламной кампании.
43. Метод оценки маркетинговых коммуникаций.

Примерные практические задания к зачёту.

1. Используя метод концепции стратегического менеджмента разработать и описать маркетинговую стратегию образовательной организации.
2. Подготовить кейс (описать проблемную ситуацию) по теме «Проблемы реализации конкурентной стратегии» на выбор:
- стратегии лидера,
- стратегии следующего за лидером,
- стратегии бросающего вызов,
- стратегии последователей.

В конце изучения дисциплины подводятся итоги работы студентов на лекционных и практических занятиях путем суммирования заработанных баллов в течение семестра.

Критерии оценивания знаний обучающихся по дисциплине

Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

		Посещение лекций	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Зачёт
2 семестр	Разбалловка по видам работ	2 х 1=2 балла	5 х 1=5 баллов	229 баллов	64 балла
	Суммарный макс. балл	2 балла max	7 баллов max	236 баллов max	300 баллов max

Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра

	Баллы (3 ЗЕ)
«зачтено»	более 150
«не зачтено»	150 и менее

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное изучение курса требует от обучающихся посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Запись **лекции** – одна из форм активной самостоятельной работы обучающихся, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удается осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу. Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией.

Подготовка к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретический материал по теме занятия (использовать конспект лекций, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, при необходимости дополнить конспект, делая в нем соответствующие записи из литературных источников). В случае затруднений, возникающих при освоении теоретического материала, студенту следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале практического занятия преподаватель знакомит студентов с темой, оглашает план проведения занятия, выдает задания. В течение отведенного времени на выполнение работы студент может обратиться к преподавателю за консультацией или разъяснениями. В конце занятия проводится прием выполненных заданий, собеседование со студентом.

Результаты выполнения практических зданий оцениваются в баллах, в соответствии с балльно-рейтинговой системой университета.

Планы практических занятий

Практическая работа № 1. Практическое занятие Сущность маркетинга в сфере образования

Обсуждение вопросов:

1. Компетентностная парадигма в сфере образования и ее влияние на суть образовательной услуги
2. Образовательная организация в конкурентной среде. Рыночная ориентация образовательных услуг
3. Роль маркетинга в образовательном учреждении
4. Комбинирование маркетинговых инструментов
5. Педагогический персонал как инструмент маркетинга

Дискуссия: Как вы считаете – нужен ли маркетинг современной образовательной организации?

Практическая работа № 2. Практическое занятие. Образовательная услуга и ее характеристика

Задание 1. Выделить характеристики качества образовательных услуг

Задание 2. Выделить признаки сегментирования образовательных услуг в организациях по выбору: школа, колледж, вуз.

Дискуссия: Студент - центральная фигура образовательной деятельности.

Практическое занятие. Конкурентоспособность ОО

Обсуждение вопросов:

1. Зачем необходимо сегментировать и кластеризовать ОУ
2. Что дает сегментирование и кластеризация потребителей
3. Критерии оценки и выбора сегментов рынка
4. Структура понятия конкурентоспособности ОО
5. Роль и значение качества ОУ в повышении конкурентоспособности ОО

Дискуссия: Аргументируй свое мнение- **с**хожесть и отличие подходов к оценке конкурентоспособности ОО в России и за рубежом: плюсы и минусы

Практическая работа № 3. Практическое занятие . Сегментирование рынка образовательных услуг

Задания:

Задание 1. Сегментирование и кластеризация образовательных услуг (ОУ).

Задание 2. Сегментирование потребителей на примере одного из кластеров ОУ.

Дискуссия: Как вы считаете - нужно ли концентрировать внимание на ключевых сегментах?

Задание 1. Сформировать репрезентативную выборку для изучения спроса на образовательную услугу (по выбору).

Задание 2. Разработать анкету и изучить спрос на образовательную услугу по выбору.

Задание 3. Собрать информацию для анализа межфирменного окружения, сделать анализ конкурентов и определить тип рынка ОО.

Практическая работа № 4. Практическое занятие. Маркетинговые исследования внешней среды

Обсуждение вопросов:

1. Анализ внутренней и внешней конкурентной среды.
2. Анализ межфирменного окружения.

Задания:
Задание 1. Сделать SWOT- анализ внутренней и внешней конкурентной среды ОО.
Задание 2. На основе собранной информации сделать анализа межфирменного окружения, анализ конкурентов и определить тип рынка ОО.
Задание 3. Разработать анкету для изучения спроса на образовательную услугу по выбору.

Практическая работа № 5. Практическое занятие. Рекламная кампания образовательной организации
Обсуждение вопросов:
1. По каким признакам классифицируются виды рекламы?
2. Социальная реклама и ее значение.
3. Фирменный рекламный блок.
4. Имя торговой марки. Логотип. Эмблема, слоган.
5. Жизненный цикл товара и реклама.
6. Эффективность рекламной кампании.

Задания:
Задание 1. Сформировать и проанализировать фирменный рекламный блок для своей образовательной организации.
Задание 2. Разбор кейса «Продвижение и позиционирование образовательных услуг» (из статьи И.Н. Щербо «Поля маркетинговых сражений»).

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, Интернет-ресурсов, необходимых для освоения дисциплины

Основная литература

1. Корзникова, Г. Г. Менеджмент в образовании : учебник / Г. Г. Корзникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 352 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-012109-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1021489 (дата обращения: 20.01.2022). – Режим доступа: по подписке.
2. Маркетинг для магистров : учебник / Под общей ред. д-ра экон. наук, проф. И.М. Синяевой. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 368 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа http://www.znanium.com]. - ISBN 978-5-9558-0419-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/937984 (дата обращения: 20.01.2022). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература

1. Киреев, В. С. Маркетинг инноваций: Конспект лекций / Киреев В.С. - Москва :КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 115 с.: ISBN 978-5-906818-91-1. - Текст : электронный. - URL: https://zn1. anium.com/catalog/product/767187 (дата обращения: 20.01.2022). – Режим доступа: по подписке.
2. Деминг, Э. Менеджмент нового времени: простые механизмы, ведущие к росту, инновациям и доминированию на рынке / Эдвардс Деминг ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 182 с. - ISBN 978-5-96142-166-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1077919 (дата обращения: 20.01.2022). – Режим доступа: по подписке.

Интернет-ресурсы

Министерство образования и науки РФ http://xn--80abucjiibhv9a.xn--p1ai/
Министерство образования и науки Ульяновской области http://mo73.ru/
Ульяновскстат области http://uln.gks.ru/
Росстат http://www.gks.ru
ru.wikipedia.org/wiki
а) полнотекстовые базы данных
http://www.aup.ru (сайт журнала «Административно-управленческий портал»)

http://www.bcp.ru (сайт журнала «Управление непрерывностью бизнеса в России»)
http://www.businessdecision.ru (портал «Business & Decision»)
http://www.chumanresources.com (сайт журнала «Change Management and Organization Development»)
http://www.cio.com (сайт журнала «Change Management»)
http://www.ecsocman.edu.ru (портал «Экономика. Социология. Менеджмент»)
http://www.elitarium.ru/management/upravlenie_izmenenijami (портал «Элитариум: Центр дистанционного образования»)
http://www.gpronline.ru (сайт журнала «Система совместного управления»)
http://www.hbr.com, http://www.hbr-russia.ru (сайт журнала «Harvard Business Review»)
http://www.institutiones.com (сайт журнала «Экономический портал»)
http://www.mckinsey.com/russianquarterly (сайт журнала «Вестник McKinsey»)
http://www.strategy-business.com (сайт журнала «Strategy & Business»)
http://www.ptpu.ru (сайт журнала «Проблемы теории и практики управления»)
http://www.devbusiness.ru (сайт «Развитие Бизнеса»)
http://mc-ma.narod.ru/portal.htm (портал «Русский менеджмент»)