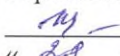


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ЛЕСОСИБИРСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал Сибирского федерального университета

Утверждаю
Декан факультета дополнительного
образования ЛПИ – филиала СФУ
 Л.С. Шмulyская
« 28 » 01 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Управление маркетинговой деятельностью в образовательной организации»

Дополнительная образовательная программа профессиональной переподготовки «Менеджмент в образовании»

Лесосибирск, 20 20

1. Цель освоения дисциплины – получение знаний, формирование умений и навыков по управлению маркетинговой деятельностью, овладение принципами и методами маркетингового управления образовательной организации, принятия стратегических и тактических решений.

Задачи:

- изучение современной управленческой концепции, основных теоретических и методологических положений управления маркетингом предприятия;
- формирование знания разработки и реализации маркетинговых стратегий, планов и программ маркетинга (ценовой, товарной, коммуникационной, сбытовой политики);
- ознакомление с процессами организации маркетинговой деятельности, построением организационных маркетинговых структур, функциями и должностными обязанностями специалистов служб маркетинга.

2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- особенности маркетинга образовательных организаций;
- основные инструменты проведения маркетингового исследования образовательной организации;
- теоретические основы продвижения образовательной организации через различные каналы коммуникации, включая Интернет-маркетинг;
- методы оценки эффективности маркетинговых мероприятий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- позиционировать образовательные продукты, выстраивать маркетинговые коммуникации, взаимодействовать с внешней средой школы и локальными сообществами, организовывать маркетинговые мероприятия, взаимодействовать со СМИ.

3. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование темы и ее содержание	Количество часов
1	Сущность и назначение маркетинга. Специфика маркетинга в сфере образования.	8
2	Принципы маркетинга и управления маркетинговой деятельностью на рынке образовательных услуг	10
3	Методы маркетинга и проведение исследований	10
Всего		28

4. Оценочные средства

Форма аттестации – зачет.

Вопросы к зачету:

1. Понятие «маркетинг».
2. Основные понятия маркетинга «потребность», «желание», «спрос», «продукт», «обмен», «сделка», «рынок».
3. Цели и принципы маркетинга образования.
4. Виды маркетинга.
5. Сущность и виды маркетинговых коммуникаций.
6. Производственная и маркетинговая ориентация учреждения.
7. Источники информации, предоставляющие сведения о маркетинговой среде.
8. Анализ маркетинговой ситуации образовательных услуг.
9. Внутренние и внешние факторы, влияющие на деятельность учреждения дошкольного образования.
10. Микросреда учреждения дошкольного образования.
11. Макросреда учреждения дошкольного образования.
12. Становление понятия «поведение потребителя».
13. Конкурентоспособность образовательной организации.
14. SWOT-анализ учреждения дошкольного образования.
15. Метод Бостонской консалтинговой группы (БКГ-матрица).
16. Метод анализа разрыва. Графический метод.
17. Концепция жизненного цикла товара как критерий выбора маркетинговой стратегии.
18. Общее понятие маркетинговых стратегий и схема их разработки.
19. Стратегия роста. Стратегия укрепления.
20. Стратегия интеграции. Стратегия сокращения.
21. Каналы продвижения.
22. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
23. Рекламирование услуги. Основные этапы проведения рекламы.
24. Связь с общественностью. Разновидности PR- мероприятий
25. Выставочная и издательская деятельность.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Ганаева, Е.А. Разработка маркетинговой стратегии образовательной организации: учебное пособие / Е.А. Ганаева. – Москва : Флинта, 2015.

Дополнительная литература:

2. Кузьмина, Е.Е. Маркетинг образовательных услуг: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Е. Кузьмина – Москва : Издательство Юрайт, 2008.

Разработчики:

(должность)

(Ф.И.О.)