



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГО
Л.Н. Санникова

20.02.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**МАРКЕТИНГ В ДОШКОЛЬНОМ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОМ
ОБРАЗОВАНИИ**

Направление подготовки
44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Направленность (профили) программы
Дошкольное образование и дополнительное образование

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
очная


Институт	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Дошкольного и специального образования
Курс	5
Семестр	10

Магнитогорск
2024 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) (приказ Минобрнауки России от 22.02.2018 г. № 125)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Дошкольного и специального образования

29.01.2024, протокол № 5

Зав. кафедрой  В.А. Чернобровкин

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО


20.02.2024 г. протокол № 7

Председатель  Л.Н. Санникова

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры ДиСО, канд. филол. наук  О.В. Пустовойтова

Рецензент:

зав. кафедрой ПОиД, канд. пед. наук  С.С. Великанова

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Дошкольного и специального образования

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1 Цели освоения дисциплины

Основной целью освоения дисциплины является формирование теоретических и практических знаний, умений и навыков по основам маркетинга, управлению системными маркетинговыми инструментами для удовлетворения потребностей как отдельно взятой личности, так и общества в целом.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Маркетинг в дошкольном и дополнительном образовании входит в обязательную часть учебного плана образовательной программы.

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

Образовательная робототехника

Организация деятельности детей раннего возраста в дошкольном и дополнительном образовании

Организация досуговой деятельности в дошкольном и дополнительном образовании

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

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Производственная – преддипломная практика

Управление образовательным процессом

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

В результате освоения дисциплины «Маркетинг в дошкольном и дополнительном образовании» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ОПК-1	Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики
ОПК-1.1	Применяет нормативно-правовые акты и профессиональную этику в профессиональной деятельности в сфере образования
ОПК-1.2	Владеет способами и приемами построения образовательных отношений в соответствии с правовыми и этическими нормами профессиональной деятельности

4. Структура, объём и содержание дисциплины

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

- контактная работа – 57,5 акад. часов;
- аудиторная – 56 акад. часов;
- внеаудиторная – 1,5 акад. часов;
- самостоятельная работа – 50,5 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;

Форма аттестации - зачет с оценкой

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Раздел 1. Маркетинг в сфере образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.								
1.1 Специфика маркетинга образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.	10	4		4	7,5	Выполнение заданий на образовательном портале, подготовка к практическому занятию.	Устный опрос, проверка выполненных заданий.	ОПК-1.1, ОПК-1.2
1.2 Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.		4		4	7	Выполнение заданий на образовательном портале, написание эссе, подготовка к практическому занятию.	Устный опрос, проверка выполненных заданий.	ОПК-1.1, ОПК-1.2
1.3 Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности в дошкольном и дополнительном образовании.		4		6	6	Выполнение заданий на образовательном портале, написание эссе, подготовка к практическому занятию, подготовка к тестированию.	Устный опрос, проверка выполненных заданий, тестирование.	ОПК-1.1, ОПК-1.2
Итого по разделу		12		14	20,5			
2. Раздел 2. Процесс управления маркетинговой деятельностью в дошкольном и дополнительном								

2.1 Маркетинговая служба в сфере предоставления услуг в дошкольном и дополнительном образовании.	10	4		6	10	Выполнение заданий на образовательном портале, подготовка к практическому заданию.	Устный опрос, представление докладов в форме презентаций.	ОПК-1.1, ОПК-1.2
2.2 Качество образовательных услуг.		6		4	10	Подготовка к практическому занятию.	Представление презентаций.	ОПК-1.1, ОПК-1.2
2.3 Продвижение образовательных услуг на рынке дошкольного и дополнительного образования.		6		4	10	Подготовка к практическому занятию.	Представление презентаций.	ОПК-1.1, ОПК-1.2
Итого по разделу		16		14	30			
Итого за семестр		28		28	50,5		зао	
Итого по дисциплине		28		28	50,5		зачет с оценкой	

5 Образовательные технологии

1. Для лучшего овладения образовательными компетенциями в процессе обучения используются активные и интерактивные методы обучения.

Интерактивные методы могут применяться при организации преподавателем следующей работы со студентами: организация тематических занятий; организация временных творческих коллективов при работе над учебным проектом; организация дискуссий и обсуждений спорных вопросов, возникших в коллективе.

2. Для развития и совершенствования коммуникативных способностей студентов организуются специальные учебные занятия в форме диспутов" или конференций, при подготовке которым студенты заранее распределяются по группам, отстаивающим ту или иную точку зрения по обсуждаемой проблеме.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

1. Пустовойтова, О. В. Маркетинг в образовании : учебное пособие [для вузов] / О. В. Пустовойтова ; Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2021. - 1 CD-ROM. - ISBN 978-5-9967-2087-3. - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/2981> (дата обращения: 01.04.2024). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Завойская, И. В. Маркетинг услуг : учебное пособие / И. В. Завойская, Т. В. Тахтина ; МГТУ. - Магнитогорск, 2010. - 188 с. : ил., табл. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1821> (дата обращения: 01.04.2024). - Макрообъект. - Текст : электронный.

3. Завойская, И. В. Основные категории маркетинга : учебное пособие / И. В. Завойская, Ю. А. Лимарева ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/20534> (дата обращения: 01.04.2024). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

б) Дополнительная литература:

1. Сторожева, Е. В. Интернет-маркетинг и реклама : учебное пособие / Е. В. Сторожева, А. Н. Старков ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/20966> (дата обращения: 01.04.2024). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Кузнецова, Н. В. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие. Ч. 1. Менеджмент / Н. В. Кузнецова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1583> (дата обращения: 01.04.2024). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

3. Кузнецова, Н. В. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие. Ч. 2. Маркетинг / Н. В. Кузнецова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1586> (дата обращения: 01.04.2024). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

в) Методические указания:

1. Л.Н.Санникова, Н.И.Левшина Промежуточная аттестация: система мониторинга качества образовательной деятельности обучающихся: методические рекомендации для обучающихся – Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн. университета им.Г.И.Носова, 2019. -18 с. (25 шт. в библиотеке МГТУ).

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

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

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Электронная база периодических изданий East View Information Services,	https://dlib.eastview.com/
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Информационная система - Единое окно доступа к информационным	URL: http://window.edu.ru/
Российская Государственная библиотека. Каталоги	https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	https://magtu.informsystema.ru/Marc.html?locale=ru
Университетская информационная система РОССИЯ	https://uisrussia.msu.ru

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

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

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

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

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

Приложение 1

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Тема 1.1. Специфика маркетинга образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.

1. Основы маркетинга.
2. Система маркетинга организации.
3. Субъекты и объекты маркетинга образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.
4. Функции маркетинга образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.
5. Принципы и методы маркетинга образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.

Тема 1.2. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.

1. Маркетинговые исследования как вид маркетинговой деятельности образовательных учреждений.
2. Роль, функции и общая схема исследований в маркетинге. Классификация методов исследования.
3. Характеристика методов исследования.
4. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях (в сфере дошкольного и дополнительного образования).

Тема 1.3. Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности в дошкольном и дополнительном образовании.

1. Сущность маркетинговых коммуникаций.
2. Основы рекламной деятельности.
3. Стимулирование продаж образовательных услуг в дошкольном и дополнительном образовании.
4. Связи с общественностью. Прямой маркетинг.
5. Разработка фирменного стиля образовательных услуг.
6. Ярмарочная и выставочная деятельность в сфере образовательных услуг. Сотрудничество в системе образования

Тема 2.1. Маркетинговая служба в сфере предоставления услуг в дошкольном и дополнительном образовании.

1. Элементы системы управления маркетингом.
2. Анализ рынка образовательных услуг.
3. Разработка плана маркетинга образовательного учреждения.
4. Реализация плана маркетинга.
5. Презентация по теме «Бизнес-план в дошкольном или дополнительном образовании». Обсуждение в форме конференции.

Тема 2.2. Качество образовательных услуг.

1. Конкуренция: анализ, стратегия и практика.
2. Конкурентоспособность образовательной услуги.
3. Качество образовательной услуги: уровень качества, требование к качеству.
4. Презентация по теме «Качество образовательных услуг в дошкольном или дополнительном образовании».
5. Обсуждение в форме конференции.

Тема 2.3. Продвижение образовательных услуг на рынке дошкольного и дополнительного образования.

1. Сущность международного маркетинга.
2. Инвестиции в международной практике.
3. Концепции международного маркетинга.
4. Международная маркетинговая информационная система (МИС).
5. Выбор целевых сегментов рынка образовательных услуг.
6. Подготовить презентацию по одной из тем. Обсуждение в форме конференции.

Приложение 2

А) Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ОПК-1: Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики		
ОПК-1.1	Применяет нормативно-правовые акты и профессиональную этику в профессиональной деятельности в сфере образования	<p>Теоретические вопросы к зачету</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Современное общество и маркетинг. 2. Сущность и классификация услуг дошкольного образования. 3. Сущность и классификация услуг дополнительного образования. 4. Маркетинг в сфере образовательных услуг. 5. Маркетинг дошкольного образования. 6. Маркетинг дополнительного образования. 7. Специфика маркетинга образовательных услуг. 8. Маркетинг образования. 9. Методы маркетинговых исследований. 10. Средства воздействия комплекса маркетинговых коммуникаций в сфере образования. <p>Презентации по темам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Презентация комплекса мероприятий по продвижению образовательных услуг образовательного учреждения. 2. Процесс проектирования маркетинговых исследований с учетом нормативно-правовых актов. 3. Имидж образовательной организации и профессиональная деятельность педагога. 4. Внешняя среда дошкольной образовательной организации. 5. Внешняя среда организации дополнительного образования.
ОПК-1.2	Владеет способами и приемами построения образовательных отношений в соответствии с правовыми и этическими нормами профессиональной деятельности	<p>Практические вопросы к зачету:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Охарактеризуйте основные виды образовательных организаций РФ. 2. Отличительные особенности современной системы дошкольного образования. 3. Отличительные особенности современной системы дополнительного образования. 4. Роль маркетинга в экономическом

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>развитии региона.</p> <p>5. Роль маркетинга в экономическом развитии страны.</p> <p>6. Исследование рынка образовательных услуг на основе анкетирования.</p> <p>7. Методика анализа маркетинговой среды образования.</p> <p>8. Модель коммуникационного процесса в образовательной организации (ДОО или ОДО на выбор).</p> <p>9. Модель имиджа образовательной организации.</p> <p>10. Показатели рейтинговой оценки привлекательности рынка образовательных услуг.</p> <p>Презентации по темам:</p> <p>1. Качество и конкурентоспособность в системе маркетинга.</p> <p>2. Важнейшие тенденции развития российского дошкольного образования (на основе нормативно-правовых актов).</p> <p>3. Важнейшие тенденции развития российского дополнительного образования (на основе нормативно-правовых актов).</p> <p>4. Конкуренция и основные направления конкурентной среды в дошкольном или в дополнительном образовании.</p> <p>5. Сотрудничество в сфере образования (дошкольного или дополнительного на выбор).</p>

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

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

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

Показатели и критерии оценивания зачета:

Отметка «зачтено» по дисциплине выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных

неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

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