Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Родин Олег Федорович
Должность: И.о. директора
Дата подписания: 2025-01-30
Уникальный программный ключ:
2246bb4b5eca53e35a45d6a91259e790782354e7

Министерство просвещения Российской Федерации
Нижегородский государственный социально-педагогический институт (филиал)
Федерального государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»

Социально-гуманитарный факультет
Кафедра социальной работы, управления и права

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.02.02 «МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И КОНСАЛТИНГОВЫХ
УСЛУГ»**

Направление подготовки	44.03.02	Психолого-педагогическое образование
Профили подготовки	Психологическое консультирование и медиация в социальной сфере	
Автор(ы)	Т.Ю. Основина, к. пед. н., доцент	

Одобрена на заседании кафедры социальной работы, управления и права. Протокол от 30 января 2025 г. № 5.

Рекомендована к использованию в образовательной деятельности методической комиссией социально-гуманитарного факультета.

Нижний Тагил
2025

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование системных знаний о содержании и методах маркетинга, овладение технологиями и навыками маркетинговых действий в сфере образовательных и консультационных услуг.

Задачи:

1. Осмысление основных подходов и концепций маркетинга, описывающих разные методические и содержательные подходы к его осуществлению,
2. Выработке навыков и умений маркетинговых действий, помочь в выработке навыков практических маркетинговых исследований в социальной организации,
3. Овладению специальными методами маркетинга, изучение возможностей каждого из методов при оказании образовательных и консультационных услуг.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Маркетинг образовательных и консалтинговых услуг» является частью учебного плана по направлению подготовки 44.03.02 Психолого-педагогическое образование, по профилю подготовки «Психологическое консультирование и медиация в социальной сфере» заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой социальной работы, управления и права. Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, включена в модуль «Организационные основы профессиональной деятельности».

Курс строится с опорой на знания, полученные студентами в процессе изучения: следующих дисциплин:

1. Социальная психология.
2. Методы исследовательской деятельности в социальной сфере.

Курс тесно связан с другими дисциплинами, для которых его освоение необходимо как предшествующее:

1. Социальный менеджмент.
2. Управление проектами.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Дескрипторы
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений.	Знает социокультурные различия социальных групп
		Умеет анализировать научную информацию
		Владеет способами критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение.
	УК-5.2. Демонстрирует	Знает формы и процедуры,

	уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям Отечества.	способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности. Умеет рефлексировать собственную и чужую деятельность. Владеет способами применения логических форм и процедур, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности.
	УК-5.3. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции.	Знает способы взаимодействия с различными категориями лиц Умеет анализировать способы взаимодействия с различными категориями лиц Владеет технологией анализа способов взаимодействия с различными категориями лиц
	УК-5.4. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера.	Знает источники информации с целью выявления противоречий и поиска достоверных суждений в маркетинге образования и консалтинге. Умеет гражданскую позицию в маркетинговых действиях. Владеет технологией маркетинга в образовании и консалтинге.
ПК-7. Понимает и применяет критерии научного знания при анализе литературы, включая оценку использованных методик и обоснованность выводов исследований.	ИОПК 7.1. Знает концептуальные положения и требования к критериям научного знания при анализе литературы, включая оценку использованных методик и обоснованность выводов исследований	Знает концептуальные положения и требования к критериям научного знания при анализе литературы, включая оценку использованных методик и обоснованность выводов исследований в маркетинге образования и консалтинге. Умеет использовать в деятельности концептуальные положения и требования к критериям научного знания при анализе литературы, включая оценку использованных методик и обоснованность выводов исследований Владеет методами научно-исследовательской деятельности в маркетинге образования и консалтинге.

	ИОПК 7.2. Умеет проектировать критерии научного знания при анализе литературы, включая оценку использованных методик и обоснованность выводов исследований	Знает требования к проектированию критериев научного знания при анализе литературы, включая оценку использованных методик и обоснованность выводов исследований в маркетинге образования и консалтинге.
		Умеет проектировать критерии научного знания при анализе литературы, включая оценку использованных методик и обоснованность выводов исследований в маркетинге образования и консалтинге.
		Владеет методиками проектирования критериев научного знания при анализе литературы, включая оценку использованных методик и обоснованность выводов исследований в маркетинге образования и консалтинге.
	ИОПК 7.3. Владеет умениями использовать критерии научного знания при анализе литературы, включая оценку использованных методик и обоснованность выводов исследований	Знает критерии научного знания при анализе литературы, включая оценку использованных методик и обоснованность выводов исследований в маркетинге образования и консалтинге.
		Умеет использовать критерии научного знания при анализе литературы, включая оценку использованных методик и обоснованность выводов исследований в маркетинге образования и консалтинге.
		Владеет методами оценки использования критериев научного знания при анализе литературы, включая оценку использованных методик и обоснованность выводов исследований в маркетинге образования и консалтинге.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. е (108 ч.), семестр изучения – 9, распределение по видам нагрузки представлено в таблице.

Вид работы	Форма обучения
	Заочная
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	108
Контактная работа , в том числе:	12
Лекции	6
Практические занятия	6
Самостоятельная работа	87
Подготовка к экзамену в 9семестре	9

4.2.1. Учебно-тематический план дисциплины (заочная форма обучения)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего часов	Контактная работа		Самост. работа	Оценочные средства для текущего контроля	Оценочные средства для промежуточной аттестации
		Лекции	Практич. занятия			
Тема 1. Сущность и особенности маркетинга в сфере образования	11	1	-	10	Устный ответ	Итоговый тест. Вопросы к экзамену
Тема 2. Виды и функции маркетинга	11	1	-	10	Устный ответ	
Тема 3. Микро- и макро среда маркетинга ОУ	14	2		12	Устный ответ	
Тема 4. Ценовые стратегии и конкурентоспособность ОУ	11	-	1	10	Устный ответ	
Тема 5 Сегментирование и маркетинговая деятельность	11	-	1	10	Устный ответ	
Тема 6 Маркетинг-микс в сфере образования	14	2	-	12	Устный ответ	
Тема 7. Маркетинговое исследование	14	-	2	12	Устный ответ	
Тема 8 Разработка и продвижение образовательных и консультационных услуг	13	-	2	11	Устный ответ	

Подготовка и сдача экзамена	9			9		
Всего по дисциплине	108	6	6	96		

Типовые задания для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, критерии и шкалы оценивания, а также методические рекомендации для обучающихся представлены в приложении к рабочей программе дисциплины.

4.3. Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность и особенности маркетинга в сфере образования.

Условия и предпосылки возникновения маркетинга. Понятие маркетинга. Понятие маркетинга социальных услуг. Основные категории маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка, рынок. Основная концепция маркетинга. Макро и микро цели маркетинга. Аналитические, производственные, распределительно-сбытовые и управленческие функции маркетинга.

Тема 2. Виды и функции маркетинга

Виды маркетинга: конверсионный; стимулирующий; развивающий; ремаркетинг; синхромаркетинг; поддерживающий; демаркетинг. Концепции маркетинга. Функции маркетинга: аналитическая функция, образовательная функция, сбытовая функция, формирующая функция, функция управления и контроля.

Тема 3. Микро- и макро среда маркетинга ОУ

Контролируемые и неконтролируемые факторы. Микросреда социальной организации: поставщики, посредники, клиентура (потребительский рынок, рынок производителей, промежуточных продавцов, государственных учреждений, международный рынок), конкуренты, контактные аудитории. Макросфера: демография среды, экономическая среда, природная среда, научно-техническая среда, политическая среда, культурная среда. Система планирования. Стратегическое планирование. Общая схема деятельности специалиста выполняющего маркетинговые функции.

Тема 4. Ценовые стратегии и конкурентоспособность ОУ

Цена и стоимость образовательных услуг. Маркетинговая конкуренция, видовая конкуренция, функциональная конкуренция, маркетинговая конкуренция. Конкурентоспособность образовательной услуги. Методика ценообразования на рынке образовательных услуг и продуктов. Эффективность реализации образовательной услуги.

Тема 5 Сегментирование и маркетинговая деятельность

Сегментирование. Позиционирование. Брендинг. Система маркетингового контроля: контроль годовых планов, контроль прибыльности, контроль структуры и сущности персонала, контроль востребованности персонала. Реклама как средство коммуникации на рынке труда. Виды рекламы. Содержание и этапы процесса рекламы. Разработка программы рекламной деятельности.

Тема 6 Маркетинг-микс в сфере образования

Элементы маркетингового комплекса услуг образования: услуга образования, система цен на услуги образования, место оказания услуг, содействие сбыту, среда образовательной организации, процесс получения образовательных услуг, персоны. Маркетинг-микс с позиции потребителя.

Тема 7. Маркетинговое исследование

План маркетинга. Схема и средства маркетинговых коммуникаций. Маркетинговая информация. Маркетинговые исследования. Этапы маркетингового исследования. Методы маркетингового исследования – наблюдение (произвольное, включенное), опрос,

анкетирование, фокус-группа, панель и др. Маркетинговый отчет. Презентация маркетингового исследования.

Тема 8 Разработка и продвижение образовательных и консультационных услуг.

Продвижение образовательной и консультационной услуги, стратегии продвижения образовательной и консультационной услуги, реклама, паблик рилейшнз, прямой маркетинг, имидж образовательного учреждения, рейтинг образовательного учреждения.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература

1. Бороздина, С. М. Маркетинг : учебно-методическое пособие / С. М. Бороздина. — Москва : МИСИ – МГСУ, 2024. — 54 с. — ISBN 978-5-7264-3404-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/452126> (дата обращения: 03.02.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Ким, С. А. Маркетинг : учебник / С. А. Ким. — Москва : Дашков и К, 2022. — 260 с. — ISBN 978-5-394-04233-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/277337> (дата обращения: 03.02.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Краснова, Г. А. Маркетинг образовательных услуг : монография / Г. А. Краснова. — Москва : Проспект, 2021. — 358 с. — ISBN 978-5-392-32735-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/227483> (дата обращения: 03.02.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература

1. Маркетинг [Электронный ресурс] : электронное учебное пособие. - Электрон. текстовые дан. - Нижний Новгород : Нижегородский институт менеджмента и бизнеса, 2001. - : цв., зв. - Систем. требования: Pentium 166 МГц, ОЗУ 32 мб, CD-ROM 24x, Video 2Мб, Win.

2. Маслова, Т. Д. Маркетинг [Текст] : [для студ., обучающихся по спец. 060800 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)»] / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. - Изд. 2-е, доп. - Санкт-Петербург : Питер, 2008. - 397 с

3. Основы маркетинга [Текст] : учеб. пособие / Урал. гос. юрид. акад. МО РФ ; сост. М. С. Суменков , сост. С. М. Суменков. - Екатеринбург : Издательство Уральской государственной юридической академии, 2000. – 114 с.

4. Перцовский, Н. И. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов : словарь / Н. И. Перцовский. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2018. — 140 с. — ISBN 978-5-394-03041-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/110739> .

5. Пугачёв В.П. Планирование персонала организации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пугачёв В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011.— 236 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13151> .

6. Федыко В. П. Основы маркетинга [Текст] : учеб. пособие для вузов / В. П. Федыко, Н. Г. Федыко ; под общ. ред. В. П. Федыко и И. И. Саввиди. - Изд. 3-е, доп. и перераб. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. - 479 с.

7. Федыко, В. П. Основы маркетинга: 100 экзаменационных вопросов [Текст] / В. П. Федыко, Н. Г. Федыко. - Ростов-на-Дону : МарТ, 2001. - 446 с.

8. Федько, Валерий Павлович. Основы маркетинга: экзаменационные ответы [Текст] : [пособие для студ. вузов] / В. П. Федько, Н. Г. Федько ; под общ. ред. В. П. Федько, И. И. Саввиди. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. – 382 с.

9. Хруцкий, В. Е. Современный маркетинг [Текст] : Настольная книга по исследованию рынка : [учеб. пособие для вузов гуманитарного профиля и учреждений доп. образования] / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева. - Изд. 3-е, перераб. и доп. - Москва : Финансы и статистика, 2005. – 559 с.

Сетевые ресурсы:

1. КАДРОВИК.РУ (кадровый портал) <http://www.kadrovik.ru/>
2. Корпоративный менеджмент: <http://www.cfin.ru/>
3. Менеджмент роста. Эксперт on-line 2.0 <http://www.expert.ru/>
4. Персонал Микс. Научно-практический журнал по стратегическому управлению организацией и ее человеческими ресурсами: <http://www.personal-mix.ru/>
5. Энциклопедия маркетинга: <http://www.marketing.spb.ru/>
6. HR-Портал. Сообщество HR-профессионалов <http://www.hr-portal.ru/>
7. HR-journal.ru Журнал «Работа с персоналом» <http://www.hr-journal.ru/>

5.2. Электронные образовательные ресурсы, в т.ч. профессиональные базы данных и информационные справочные системы

https://www.ntspi.ru/library/directories_and_files/web_res/systems/	Электронно-библиотечные системы НТГСПИ
https://www.ntspi.ru/library/directories_and_files/web_res/systems/libraris/	Электронные базы данных НТГСПИ
https://www.ntspi.ru/library/periodika/	Периодика НТГСПИ
https://iprmedia.ru	ЭБС «Ай Пи Эр Медиа»
https://ibooks.ru	ЭБС «Айбукс»
https://urait.ru	ЭБС Юрайт
http://e.lanbook.com	ЭБС издательства «ЛАНЬ»
http://elibrary.ru	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
http://www.consultant.ru	«КонсультантПлюс»
http://cyberleninka.ru	НЭБ «КиберЛенинка»
https://polpred.ru	ООО «Полпред-Справочники» (база данных)
https://eivis.ru	ООО «ИВИС»
www.delpress.ru	«Деловая пресса»

5.3. Комплект программного обеспечения

1. Среда электронного обучения «Русский Moodle» (<https://do.ntspi.ru>).
2. Интернет-платформа онлайн-курсов со свободным кодом «Open edX» (<https://www.edx.org/>).
3. Интернет-платформа онлайн-курсов «Открытое образование» (<https://openedu.ru/>).
4. Электронная информационно-образовательная среда РГППУ (<https://eios.rsvpu.ru/>).
5. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».
6. Microsoft Office.
7. Kaspersky Endpoint Security.
8. Adobe Reader.

9. Free PDF Creator.
10. 7-zip (<http://www.7-zip.org/>).
11. LibreOffice.
12. Браузеры Firefox, Яндекс.Браузер.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Помещения

Помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

6.2. Оборудование и технические средства обучения

6.2.1. Оборудование, в т.ч. специализированное

Стационарный компьютер или ноутбук, проектор для показа слайдов и видео, акустические колонки.

6.2.2. Технические средства обучения

Презентации лекций, видео-презентации, видео-лекции, учебные кинофильмы, аудиозаписи, онлайн-платформы.

6.2.3. Учебные и наглядные пособия

Печатные и электронные учебные пособия и наглядный материал: графические изображения, схемы, таблицы, раздаточный материал.