

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ПЕДАГОГИКИ

КАФЕДРА ПЕДАГОГИКИ



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по научно-методической
и учебной работе

Е. И. Скафа

» 04. 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГОВАЯ И ИМИДЖЕВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОУ»

Направление подготовки:	44.04.01 Педагогическое образование
Магистерская программа:	Управление учебным заведением
Образовательная программа:	академическая магистратура
Квалификация:	магистр
Форма обучения:	заочная

Донецк 2020



УТВЕРЖДАЮ:

И.о. директора института педагогики

Е.В. Ерёмка

« 04 »

2020 г.

Программа «Маркетинговая и имиджевая деятельность ОУ» составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) направления подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.02.2018 г. № 126; Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебного плана и основной образовательной программы: Управление учебным заведением, направления подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

Профессор кафедры педагогики

Д.В. Алфимов

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры педагогики
Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой

Е.В. Еремка

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией
Института педагогики
Протокол № 8 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической
комиссии Института педагогики

Г.И. Дихтяренко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Дисциплина «Маркетинговая и имиджевая деятельность ОУ» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока «Дисциплины (модули)» учебного плана магистерской программы «Управление учебным заведением».

Каждая тема рабочей программы построена на основе хронологическо-тематического принципа, что способствует систематизации знаний студентов, по каждой теме приведены требования к знаниям и умениям.

Для освоения данной дисциплины студенты должны знать: особенности планирования деятельности персонала.

Изучение дисциплины должно способствовать формированию у студентов знаний об имидже образовательной организации и особенностях образовательного маркетинга.

Изучение дисциплины основывается на базе дисциплины «Управление персоналом ОУ». Является основой для изучения дисциплины «Рынок образовательных услуг: инновации и тенденции развития».

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	44.04.01 Педагогическое образование	
Магистерская программа	Управление учебным заведением	
Образовательная программа	академическая магистратура	
Квалификация	магистр	
Количество содержательных модулей	2	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Дисциплина вариативной части образовательной программы	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	экзамен	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	-	3
Год подготовки	-	1
Семестр	-	-
Количество часов	-	108
- лекционных	-	4
- практических, семинарских	-	2
- лабораторных	-	-
- самостоятельной работы	-	102
в т.ч. индивидуальное задание	-	-
Недельное количество часов,	-	-
в т.ч. аудиторных	-	-

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование целостного представления об особенностях, структуре, целях и основных направлениях имиджевой и маркетинговой деятельности образовательных учреждений.

Задачи:

- создание комплексного представления об особенностях имиджевой и маркетинговой деятельности образовательного учреждения;
- формирование навыков анализа ситуации на рынке образовательных услуг различных ступеней образования;
- формирование умений принятия решений с учетом состояния окружающей маркетинговой среды образовательного учреждения;
- развитие умений создания положительного имиджа образовательного учреждения;

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины «Маркетинговая и имиджевая деятельность ОУ» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО РФ направления подготовки 44.04.01 Педагогическое образование и магистерской программы: Управление учебным заведением:

а) универсальных (УК):

- способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3).

б) общепрофессиональных (ОПК):

- способность осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики (ОПК-1);
- способность взаимодействовать с участниками образовательных отношений в рамках реализации образовательных программ (ОПК-7).

в) профессиональных (ПК):

- способность формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики (ПК-2);
- готовность организовывать командную работу для решения задач развития организаций, осуществляющих образовательную деятельность, реализации экспериментальной работы (ПК-15);
- готовность использовать индивидуальные и групповые технологии принятия решений в управлении организацией, осуществляющей образовательную деятельность (ПК-16);
- готовность к использованию современных информационно-коммуникационных технологий и средств массовой информации для решения культурно-просветительских задач (ПК-20).

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- сущность профессиональных компетентностей руководителя образовательного учреждения по вопросам маркетингового исследования;
- сущность имиджевой деятельности образовательного учреждения;

- технологии маркетинговых механизмов в планировании деятельности образовательного учреждения.

уметь:

- осуществлять маркетинговый анализ состояния позиционирования образовательного учреждения на рынке образовательных услуг;

- организовывать проведение и исследование результатов маркетинговых исследований;

- создавать маркетинговый план учебного заведения;

- разрабатывать стратегию формирования имиджа образовательного учреждения;

- оценивать сформированный имидж учебного заведения.

владеть:

- методами организации, проведения и исследования результатов маркетинговых исследований;

- правилами создания маркетингового плана учебного заведения;

- способами оценивания сформированного имиджа учебного заведения.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
Содержательный модуль 1. Имиджевая деятельность образовательного учреждения	
Тема 1.1. Сущность и значение имиджа	Имидж как социально-психологическое явление. Психологические факторы формирования имиджа сотрудника. Взаимосвязь имиджа и профессиональной деятельности сотрудника.
Тема 1.2. Компоненты имиджа образовательного учреждения	Структурные компоненты имиджа образовательного учреждения. Позитивный образ руководителя. Качество образовательных услуг. Образ персонала. Внешняя атрибутика.
Тема 1.3. Факторы формирования имиджа образовательного учреждения	Конкурентоспособность. Образовательная услуга. Маркетинговые коммуникации. Проведение PR – мероприятий.
Содержательный модуль 2. Маркетинговая деятельность образовательного учреждения	
Тема 2.1. Сущность, значение и функции образовательного маркетинга	Сущность понятия «Образовательный маркетинг». Система управления маркетингом. Значение образовательного маркетинга. Функции образовательного маркетинга.
Тема 2.2. Маркетинговая среда и маркетинговый анализ	Сущность понятия «Маркетинговая среда». Микросреда. Макросреда. STEP – анализ. SWOT – анализ.

Тематический план

Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Содержательный модуль 1. Имиджевая деятельность образовательного учреждения												
Тема 1.1. Сущность и значение имиджа	-	-	-	-	-	-	20,5	0,5	-	-	20	-
Тема 1.2. Компоненты имиджа образовательного учреждения	-	-	-	-	-	-	21	1	-	-	20	-
Тема 1.3. Факторы формирования имиджа образовательного учреждения	-	-	-	-	-	-	22,5	0,5	1	-	21	-
Итого по содержательному модулю 1	-	-	-	-	-	-	64	2	1	-	61	-
Содержательный модуль 2. Маркетинговая деятельность образовательного учреждения												
Тема 2.1. Сущность, значение и функции образовательного маркетинга	-	-	-	-	-	-	22	1	-	-	21	-
Тема 2.2. Маркетинговая среда и маркетинговый анализ	-	-	-	-	-	-	22	1	1	-	20	-
Итого по содержательному модулю 2	-	-	-	-	-	-	44	2	1	-	41	-
Всего	-	-	-	-	-	-	108	4	2	-	102	-

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
Содержательный модуль 1. Имиджевая деятельность образовательного учреждения		
1.1.	Сущность и значение имиджа	05,
1.2.	Компоненты имиджа образовательного учреждения	1
1.3.	Факторы формирования имиджа образовательного учреждения	0,5
Всего по модулю		2
Содержательный модуль 2. Маркетинговая деятельность образовательного учреждения		
2.1.	Сущность, значение и функции образовательного маркетинга	1
2.2.	Маркетинговая среда и маркетинговый анализ	1
Всего по модулю		2
ВСЕГО		4

Темы практических занятий

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
1.	Оценивание имиджа образовательного учреждения	1
2.	Проведение SWOT-анализа	1
ВСЕГО		2

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Организация самостоятельной работы студентов

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
Содержательный модуль 1. Имиджевая деятельность образовательного учреждения		
1.1.	Формирование имиджа образовательных учреждений в зарубежных странах.	20
1.2.	Самоимидж. Управленческий имидж руководителя.	20
1.3.	Работа со СМИ по формированию имиджа.	21
Всего по модулю		61
Содержательный модуль 2. Маркетинговая деятельность образовательного учреждения		
2.1.	Маркетинг территорий. Маркетинг идей. Маркетинг взаимодействия. Маркетинг услуг.	21

2.2.	Маркетинговые стратегии. Маркетинговые коммуникации. Исследование рынка образовательных услуг.	20
Всего по модулю		41
ВСЕГО		102

7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Индивидуальная работа

Тема: Имидж образовательного учреждения

Цель: Подготовить презентацию образовательного учреждения.

Задача:

Проанализировать и подготовить презентацию согласно предложенной структуре. Презентацию необходимо сделать в программе - Microsoft PowerPoint.

№ листа	Содержание
1.	Название образовательной организации. Тема презентации: «Имидж образовательной организации». Информация об авторе презентации. Логотип.
2.	Краткая историческая справка
3.	Визуальный образ образовательной организации
4.	Информация о руководителе образовательной организации
5.	Информация о кадровом составе
6.	Информация о материально-технической базе
7.	Направления деятельности
8.	Перспективы развития
9.	Контактная информация

Критерии оценивания

Название критерия	Оцениваемые параметры	Максимальное кол-во баллов
Содержание	Содержание материала соответствует заявленной теме. Достоверная информация о текущих событиях. Все заключения подтверждены достоверными источниками. Актуальность, точность и полезность информации	25
Подбор информации для создания презентации	Наличие графических иллюстраций, статистики, диаграмм и графиков. Ресурсы Интернет. Примеры. Сравнения. Цитаты и т.д.	5
Поддача материала презентации	Тематическая последовательность. Структура по принципу «Проблема-решение».	5
Дизайн презентации и техническая часть	Читаемость шрифта. Корректность выбора цвета или фона презентации. Элементы анимации.	5
ВСЕГО		40

8. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

Теоретические вопросы к экзамену

№	Содержание вопроса
1.	Раскройте сущность и значение имиджаобразовательного учреждения
2.	Укажите задачи имиджа образовательного учреждения
3.	Укажите компоненты имиджа образовательного учреждения
4.	Раскройте сущность понятия «Имидж руководителя»
5.	Раскройте сущность понятия «Имидж персонала»
6.	Раскройте сущность понятия «Имидж образовательной услуги»
7.	Раскройте сущность понятия «Визуальный имидж»
8.	Раскройте сущность понятия «Имидж заказчика образовательных услуг»
9.	Укажите факторы формирования имиджа образовательного учреждения
10.	Укажите подсистемы формирования имиджа образовательного учреждения
11.	Укажите постоянные и переменные имиджа образовательного учреждения
12.	Раскройте сущность организации и проведения рекламной кампании
13.	Раскройте сущность проведения PR-мероприятий
14.	Раскройте сущность и значение маркетинга образовательных услуг
15.	Раскройте основные принципы маркетинга
16.	Маркетинговая среда
17.	Раскройте сущность STEP-анализа
18.	Раскройте сущность SWOT-анализа
19.	Система управления образовательным маркетингом
20.	Укажите функции маркетинга
21.	Укажите функции маркетинговой службы
22.	Укажите факторы маркетинга

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт педагогики

Направление подготовки: 44.04.01 Педагогическое образование
Магистерская программа: Управление учебным заведением
Программа подготовки: Академическая магистратура
Семестр: _____
Учебная дисциплина: Маркетинговая и имиджевая деятельность ОУ

БИЛЕТ №1

1. Раскройте сущность и значение имиджаобразовательного учреждения.
2. Укажите функции маркетинга.

Утверждено на заседании кафедры педагогики, протокол № ____ от « ____ » _____
20 ____ г.

Заведующий кафедрой _____ Е.В.Еремка
Экзаменатор _____ Д.В. Алфимов

Критерии оценивания экзамена

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	20
2	20
Всего	40

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

*Распределение баллов, которые могут получить студенты
в процессе изучения дисциплины*

Обязательная часть			СРС	Экзамен	ВСЕГО
Организационно-учебная работа студента	Практическая работа		Индивидуальная работа		
	П.Р №1	П.Р №2			
max 10 баллов	max 10 баллов	max 10 баллов	max 30 баллов	max 40 баллов	100 баллов

Распределение баллов за раскрытие теоретических вопросов на экзаменационном занятии

Количество баллов	Показатели
31 - 40 б.	Оценивается ответ, который показывает прочные знания основных процессов исследуемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные выводы, приводить примеры; свободная монологическая речь, логичность и последовательность ответа
21 - 30 б.	Оценивается ответ, который обнаруживает прочные знания основных процессов исследуемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные выводы, приводить примеры; свободная монологическая речь, логичность и последовательность ответа. Однако допускается несколько неточностей в ответе.
11 - 20 б.	Оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов предметной области, отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабосформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободное владение монологической речью. Допускаются ошибки в содержании ответа.
0 - 10 б.	Оценивается ответ, обнаруживающий неточные знания процессов исследуемой предметной области, отличается неглубоким раскрытием темы; неумение давать аргументированные ответы, слабое владением монологической речью, отсутствие логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.

Шкала соответствия баллов национальной шкале

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Лекционные и практические занятия проводятся в учебной аудитории.

Оборудование учебного аудитории:

- ученические столы и стулья по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- компьютер и мультимедийный проектор;
- ученическая доска.

11. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
Основная литература			
1.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.А. Данченко [и др.].— Электрон.текстовые данные.— Москва: Евразийский открытый институт, 2008.— 250 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10765.html .— ЭБС «IPRbooks»	-	да
2.	Невоструев П.Ю. Маркетинг и маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Невоструев П.Ю.— Электрон.текстовые данные.— Москва: Евразийский открытый институт, 2011.— 48 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10711.html .— ЭБС «IPRbooks»	-	да
3.	Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для	-	да

	студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг»/ Пичурин И.И., Обухов О.В., Эриашвили Н.Д.— Электрон.текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 383 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/71036.html .— ЭБС «IPRbooks»		
4.	Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ Н.Д. Эриашвили [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 463 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/71205.html .— ЭБС «IPRbooks»	-	да
5.	Шарков Ф.И. Имидж фирмы. Технологии управления [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И.— Электрон.текстовые данные.— Москва: Академический Проект, 2006.— 272 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/36327.html .— ЭБС «IPRbooks»	-	да
Дополнительная литература			
6.	Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И.— Электрон.текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.— 197 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/4983.html .— ЭБС «IPRbooks»	-	да
7.	Мамина Р.И. Деловой этикет в системе имиджа [Электронный ресурс]: философско-культурологический анализ/ Мамина Р.И.— Электрон.текстовые данные.— Санкт-Петербург: Петрополис, 2012.— 232 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/20314.html .— ЭБС «IPRbooks»	-	да
8.	Романов А.А. Маркетинг в схемах [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Басенко В.П.— Электрон.текстовые данные.— Краснодар: Южный институт менеджмента, 2008.— 203 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/9597.html .— ЭБС «IPRbooks»	-	да
9.	Сейфуллаева М.Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ Сейфуллаева М.Э.— Электрон.текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 319 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8095.html .— ЭБС «IPRbooks»	-	да

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Электронный ресурс «Экономический портал» Форма доступа: www.economicus.ru.
2. Электронный ресурс «Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». Форма доступа: www.ecsocman.edu.ru.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Для демонстрации учебного материала и проведения практических занятий используются средства коммуникации: электронный планшет, смартфон или компьютер. В работе используются облачные технологии и **Google Диск**.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры

с изменениями (без изменений) на 20__ год.

Протокол № __ от “__” _____ 20__ г.
Заведующий кафедрой

_____ Е.В. Еремка