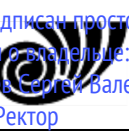


Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор	 МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	
Дата подписания: 30.04.2026 11:27:21 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b832323	Рабочая программа дисциплины "Маркетинг в практике образования" по направлению подготовки (специальности) 44.04.01 "Педагогическое образование" направленности (профилю) Стратегическое управление в образовании ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1

## Рабочая программа дисциплины (модуля)\*

Маркетинг в практике образования

Направление подготовки (специальность)

44.04.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль)

Стратегическое управление в образовании

Присваиваемая квалификация (степень)

Магистр

Форма обучения

очная

Год(ы) набора 2026

\*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2026 г.





## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
  - 6.1. Перечень видов оценочных средств
  - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
  - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
  - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
  - 7.1. Рекомендуемая литература
  - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
  - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Маркетинг в практике образования» является: ознакомить студентов с современными управленческими отношениями в сфере образования, научить быть предприимчивым, эффективно применять разнообразные механизмы современного менеджмента и маркетинга в практике деятельности образовательных учреждений.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: К.М.01.ДВ.02.01

#### 2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Анализ и интерпретация данных в образовании (научный семинар)

Дидактические основы электронного обучения

Разработка и реализация проектов

Психология принятия управленческих решений

#### 2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Научно-исследовательская работа

Программа развития образовательной организации

Проектирование программ дополнительного образования

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий**

#### Знать:

содержание основных направлений философской мысли от древности до современности;

#### Уметь:

производить анализ явлений и обрабатывать полученные результаты;

#### Владеть:

навыками анализа исторических источников, правилами ведения дискуссии и полемики.

**ПК-3: Способен самостоятельно определять задачи развития области профессиональной деятельности и вести исследовательскую деятельность в рамках актуальных проблем образования по профилю образовательной программы**

#### Знать:

принципы и требования к организации исследовательской деятельности в рамках актуальных проблем образования по профилю образовательной программы;

#### Уметь:

определять приоритеты собственной деятельности, выстраивает планы их достижения;

#### Владеть:

приемами диагностики и оценки практических последствий реализации действий по разрешению проблемной ситуации;

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	концепцию (философию, комплекс базовых принципов) маркетинга и менеджмента в сфере образования, с учетом отличительных особенностей этой сферы;
3.1.2	комплекс инструментов маркетинговых исследований и действий в сфере образования, позволяющих исследовать и сегментировать рынок, формировать
3.1.3	адекватное спросу предложение образовательных услуг, ценовую политику, коммуникации и продвижение услуг на рынок;
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>



3.2.1 выработать основные направления и меры по организации и управлению маркетинговой деятельностью в образовательных учреждениях, с учетом особенностей трансформационного периода и современной отечественной ситуации, возможностей помощи со стороны федеральных и региональных органов управления, общественных организаций.

**3.3 Владеть:**

3.3.1 прогнозирования и планирования деятельности учебных заведений, правильную постановку целей, их субординацию по степени важности в сфере образования;

**4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Общая трудоемкость	<b>2 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану : 72	Виды контроля в семестрах: зачеты 3
в том числе :	
аудиторные занятия : 10	
самостоятельная работа : 61,8	
контактная работа: 10,2 ИКР: 0,2	

**5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	<b>Раздел 1. Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг</b>			
1.1	Классификация методов исследования. /Пр/	3	1	Л1.1 Л1.2Л2.1Л3.1 Э1
1.2	Классификация методов исследования. /Ср/	3	2	Л1.1 Л1.2
1.3	Характеристика методов исследования. /Пр/	3	1	Л1.1 Л1.2
1.4	Характеристика методов исследования. /Ср/	3	4	Л1.1 Л1.2
1.5	Прогнозирование в маркетинговых исследованиях. /Пр/	3	1	Л1.1 Л1.2 Э2
1.6	Прогнозирование в маркетинговых исследованиях. /Ср/	3	4	Л1.1 Л1.2
	<b>Раздел 2. Планирование маркетинга образовательных услуг</b>			
2.1	Анализ маркетинговой среды, модель анализа среды. /Ср/	3	6	Л1.1 Л1.2
2.2	Прогнозирование и анализ образовательной среды. /Ср/	3	6	Л1.1 Л1.2 Э3
2.3	Миссия учебного заведения (ресурсы, характер учебного заведения, стадия жизненного цикла, возможности для адаптации). /Ср/	3	6	Л1.1 Л1.2
2.4	Цели и задачи учебного заведения. Формирование маркетинговой стратегии учебного заведения. /Ср/	3	6	Л1.1 Л1.2
2.5	Анализ конкуренции. Планирование маркетинга и контроль за исполнением плана (система маркетингового планирования, методы контроля за выполнением плана), реализация плана. /Ср/	3	4	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3
	<b>Раздел 3. Необходимость изучения маркетинга в сфере образования</b>			
3.1	Сущность маркетинга образовательных услуг. /Пр/	3	1	Л1.1 Л1.2Л2.1
3.2	Сущность маркетинга образовательных услуг. /Ср/	3	4	Л1.1 Л1.2 Э2
3.3	Основные понятия маркетинга образовательных услуг. /Пр/	3	2	Л1.1 Л1.2
3.4	Основные понятия маркетинга образовательных услуг. /Ср/	3	4	Л1.1 Л1.2



3.5	Маркетинговая среда. Имидж учебного заведения. /Пр/	3	2	Л1.1 Л1.2 Э1
3.6	Маркетинговая среда. Имидж учебного заведения. /Ср/	3	4	Л1.1 Л1.2
3.7	Появление и исследование маркетинговых проблем. Уровень требований. /Пр/	3	2	Л1.1 Л1.2
3.8	Появление и исследование маркетинговых проблем. Уровень требований. /Ср/	3	5,8	Л1.1 Л1.2
3.9	Информационный опрос систем маркетинга. /Ср/	3	6	Л1.1 Л1.2 Э3
<b>Раздел 4. Иная контактная работа</b>				
4.1	Индивидуальные консультации. Текущий контроль /ИКР/	3	0,2	

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 6.1. Перечень видов оценочных средств

Задания для семинарских занятий  
Вопросы к зачёту

### 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Задания для семинарских занятий:

- 1 Чем вызвана необходимость маркетинговой изучения маркетинга в ориентации учебных заведений?
- 2 Почему некоторые руководители возражают против маркетинговой ориентации?
- 3 Дайте развёрнутое определение маркетинга образовательных услуг?
- 4 Как можно отличить не реагирующее на рынок учреждение от маркетингового ориентированного?
- 5 В чём отличие потребности от нужды, потребности от спроса?
- 6 В чём смысл обсуждения условий обмена?
- 7 Поясните структуру маркетинговой среды
- 8 Что такое имидж учебного заведения? Чем он отличается от мнения, отношения, стереотипа?
- 9 С какой целью создаётся служба маркетинга?
- 10 Каковы её функции?
- 11 Какими способами выявляются маркетинговые проблемы?
- 12 Каковы основные компоненты информационной системы маркетинга?
- 13 раскройте основные стадии процесса маркетингового исследования?

### 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Вопросы к зачёту

- 1 Сущность этапов организации платных дополнительных образовательных услуг.
- 2 Платные дополнительные услуги ОУ.
- 3 Нарушения в организации дополнительных платных услуг
- 4 Виды цен в ценообразовании образовательных услуг
- 5 Факторы, влияющие на изменение цены ОУ
- 6 Цели ценовой политики ОУ
- 7 Методы ценообразования ОУ
- 8 Установление цен на образовательные услуги.
- 9 Права потребителя при обнаружении недостатков образовательных услуг
- 10 Проблемы защиты прав потребителей ОУ в России
- 11 Судебная практика по защите прав потребителей образовательных услуг
- 12 Сущность и особенности маркетинга в сфере образования.
- 13 Субъекты и объекты маркетинга ОУ, их функции.
- 14 Проблемное содержание и функции маркетинга ОУ.
- 15 Понятие и структура окружающей маркетинговой среды.
- 16 Понятие и содержание сегментации рынка.
- 17 Виды и особенности рынков ОУ по группам потребителей.
- 18 Виды и особенности рынков ОУ по параметрам ОУ.
- 19 Виды и особенности рынков ОУ по конкурентам.
- 20 Критерии оценки и выбора сегментов рынка ОУ.
- 21 Продвижение ОУ на рынке: реклама на образовательном рынке
- 22 Продвижение ОУ на рынке: связи с общественностью



- 23 Продвижение ОУ на рынке: личные контакты и продажи.
- 24 Оценка эффективности рекламы ОУ
- 25 Менеджмент в сфере образования
- 26 Уровни менеджеров образовательного учреждения
- 27 Понятия «рынок высшего образования» и «образовательная услуга», их особенности.
- 28 Производство и потребление образовательных услуг
- 29 Конкуренция в сфере образования
- 30 Сравнительная характеристика конкурирующих образовательных систем на мировом рынке.

#### 6.4. Критерии оценивания

Оценка «зачтено» выставляется, если студент:

- раскрыл содержание материала в области, предусмотренной программой;
- изложил материал грамотным языком в определенной логической последовательности, точно использовал терминологию;
- показал умения иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами из практики;
- продемонстрировал усвоение изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость знаний.

Оценка «не зачтено» выставляется, если:

- не раскрыто основное содержание учебного методического материала;
- обнаружено незнание и непонимание студентом большей или наиболее важной части дисциплины;
- допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, в рисунках, чертежах, в использовании и применении наглядных пособий, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов преподавателя;
- допущены ошибки в освещении основополагающих вопросов дисциплины.

### 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 7.1. Рекомендуемая литература

##### 7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л1.1	Бухарова Г. Д., Старикова Л. Д.	Маркетинг в образовании: учебное пособие для вузов	Москва: Академия, 2010	
Л1.2	Курочкин В. Н.	Финансовый менеджмент в отрасли образования: учебное пособие ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=272961">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=272961</a> )	Москва, Берлин : Директ -Медиа, 2015	ЭБС

##### 7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л2.1	Чернопятов А. М.	Маркетинг в образовании: учебно-методическое пособие ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=482564">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=482564</a> )	Москва, Берлин : Директ -Медиа, 2018	ЭБС

##### 7.1.3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л3.1	Белоусова Л. А.	Маркетинг в социальной сфере: учебно-методическое пособие ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=39349">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=39349</a> )	Екатеринбург : Уральский государственный технический университет, 2005	ЭБС

#### 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг URL: <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
Э2	Юрайт [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. URL: <a href="https://biblio-online.ru">https://biblio-online.ru</a>
Э3	Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. URL: <a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a>

#### 7.3 Перечень информационных технологий

##### 7.3.1 Программное обеспечение

LMS Moodle



Adobe Reader

### 7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон.б-ка. – Москва, 1999 – . – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 01.09.2020). –Яз. рус., англ.

2. Moodle [Электронный ресурс] : система управления обучением : [база данных] / Челяб. гос. ун-т. – Челябинск, б.г. – Доступ из сети ЧелГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.uio.csu.ru/login/index.php> (дата обращения: 01.09.2016).

3. Znaniy.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система / Научно-издательский центр ИНФРА-М. – Москва, 2002 – . – Режим доступа: <http://znaniy.com/> (дата обращения: 01.09.2020). Доступ открыт к книгам основной коллекции. После регистрации из сети университета доступ возможен с любого устройства, с выходом в Интернет.

4. Издательство Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС). – Санкт-Петербург, 2010 – . – Доступ к полным текстам с любого компьютера, после регистрации из сети ЧелГУ. – URL: <http://e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.09.2020).

5. ИНФОРМИО [Электронный ресурс] : электронный справочник [обеспечение всех типов образовательных учреждений нормативными, методическими, научно-практическими материалами]. – Москва, 2010 – . – Доступ из сети университета : <http://www.informio.ru/> (дата обращения: 01.09.2016).

6. Практикум психолого-педагогический-16 [Электронный ресурс]: электронный курс. – URL:<http://moodle.uio.csu.ru/course/view.php?id=1052>

7. Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО ДиректмедиаПабблишинг. – Москва, 2001 – . – Доступ к полным текстам с любого компьютера, после регистрации из сети ЧелГУ – URL: <http://biblioclub.ru/> (дата обращения: 01.09.2020).

8. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] : официальный сайт / Рос.гос.б-ка. – Москва : Рос.гос. б-ка, 2003 – . – Доступ только из сети университета: <http://diss.rsl.ru/>(дата обращения: 01.09.2020).

eLIBRARY.RU - НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наличие помещений для самостоятельной работы с компьютерной техникой и с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в

электронную информационно-образовательную среду организации;

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (вебинары, чаты, видео-конференции) или отложенного времени (система дистанционного обучения Moodle, электронная почта).

Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством электронной почты, социальных сетей и т.п.

Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.



## **10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и особенностям восприятия информации.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.