

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинг в образовании

Название кафедры: Менеджмента организации и управления инновациями

1. Цель и задачи дисциплины: цель - формирование у магистрантов эффективных маркетинговых стратегий, направленных на продвижение образовательных услуг.

Задачи:

- Создание комплексного представления об особенностях маркетинговой деятельности образовательного учреждения;
- Формирование умений принятия решений с учетом состояния окружающей маркетинговой среды образовательного учреждения;
- Формулировка и внедрение маркетинговых стратегий в области продвижения образовательного учреждения;
- Создание и стратегическое продвижение бренда образовательного учреждения.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Маркетинг в образовании» относится к вариативной части дисциплин по выбору, изучается во втором семестре на I курсе.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Маркетинг в образовании» магистры должны освоить следующие компетенции:

ПК -5 - владением современными методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем, а также методами принятия решений и их реализации на практике

Знать: методы диагностики и методы принятия управленческих решений социально-экономических проблем.

Уметь: диагностировать социально-экономические проблемы в образовательной среде, разрабатывать на основе проведенной диагностики управленческие решения по продвижению бренда образовательного учреждения.

Владеть: навыками мониторинга рынка образовательных услуг.

ПК-6 - способностью понимать современные тенденции развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции

Знать: методы выявления тенденций развития политики образования в мире.

Уметь: диагностировать проблемы в среде глобального образования.

Владеть: навыками мониторинга конкуренции в образовательной среде региона.

ПК-7 - обладать способностью разрабатывать системы стратегического, текущего и оперативного контроля

Знать: систему видов контроля: стратегического, текущего и оперативного;

Уметь: определять цели и задачи управления, стратегического, текущего и оперативного контроля

Владеть: осуществлять процесс стратегического, текущего и оперативного контроля.

ПК-18 - владением методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований

Знать: методы аналитической работы и научных исследований.

Уметь: использовать методы научных исследований и специализированные средства в аналитической работе.

Владеть: методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований.

ПК-19 - владением методикой анализа экономики общественного сектора, макроэкономическими подходами к объяснению функций и деятельности государства

Знать: основы экономики общественного сектора, роль государственных органов в экономике.

Уметь: проводить анализ экономики общественного сектора, использовать макроэкономические подходы.

Владеть: методикой анализа экономики общественного сектора.

4. Общий объём дисциплины: 3 з.е. (108 час.)

5. Дополнительная информация:

В процессе изучения дисциплины «Маркетинг в образовании» магистранты выполняют две контрольные работы.

- материально-техническое и программное обеспечение дисциплины и т.д.

В процессе изучения дисциплины используются следующие технические средства:

- мультимедийный проектор;

- компьютер.

Мультимедийный проектор используется как средство визуализации лекционного материала.

6. Виды и формы промежуточной аттестации

Формой промежуточной аттестации является – экзамен.