

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.В.01.02 Менеджмент и маркетинг в образовании**  
*(Шифр и полное название дисциплины в соответствии с учебным планом)*

**Направление подготовки: 44.04.04 Профессиональное обучение (по отраслям)**

**Направленность (профиль): Бизнес-информатика**

**Квалификация (степень): Магистр**

**Форма обучения: очная**

**Институт: права и экономики**

**Кафедра: экономики и управления им. Н.Г. Нечаева**

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	1		
Семестр/триместр	1		

Лекции	18		
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	18		
в т. ч. практическая подготовка	2		
Форма(ы) промежуточной аттестации	Зачет		
Контроль			
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	72		

**Всего часов: 108**

**Трудоемкость: 3 зачетные единицы.**

**Разработчик(и) рабочей программы:**

Панькин П.В., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления им. Н.Г. Нечаева

## I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

**Цель изучения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в образовании» 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.

### **Задачи изучения дисциплины:**

Задачами дисциплины являются:

- сформировать концепцию (философию, комплекс базовых принципов) маркетинга и менеджмента в сфере образования, с учетом отличительных особенностей этой сферы;
- создать комплекс инструментов маркетинговых исследований и действий в сфере образования, позволяющих исследовать и сегментировать рынок, формировать адекватное спросу предложение образовательных услуг, ценовую политику, коммуникации и продвижение услуг на рынок;
- 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.
- прогнозирование и планирование деятельности учебных заведений, правильную постановку целей, их субординацию по степени важности в сфере образования;
- рациональную расстановку кадров, распределение обязанностей, установление связей между подсистемами и управление этими связями в образовании;
- надлежащую квалификацию и опыт менеджеров образовательных учреждений, и систему повышения их мастерства.

**Место дисциплины в структуре ОПОП:** реализуется в рамках вариативной части (части, формируемой участниками образовательных отношений) блока Б1. Дисциплины (модули).

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2	Знать: - методы представления и описания результатов проектной деятельности; - методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; - принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе.	Знает: - основные понятия менеджмента и маркетинга в образовании; - методы планирования и организации работы подразделения; - стратегию и тактику маркетинга.
	Уметь:	Умеет:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- формировать план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения;</li> <li>- организовывать и координировать работу участников проекта, обеспечивать работу команды необходимыми ресурсами.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать на практике методы планирования и организации работы подразделения;</li> <li>- организовывать и координировать работу участников проекта.</li> </ul>
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками представления публично результатов проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических конференциях.</li> </ul>	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения, а также представлять публично результаты деятельности.</li> </ul>
ПКС-1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы профессионального образования и современные технологии обучения дисциплине;</li> <li>- современное состояние области знаний, соответствующей преподаваемым учебным дисциплинам, курсам, модулям;</li> <li>- психолого-педагогические и методические основы развития мотивации, организации и контроля учебной деятельности в процессе обучения;</li> </ul>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы профессионального образования в области менеджмента и маркетинга;</li> <li>- функции менеджмента и маркетинга в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль в области образовательной деятельности.</li> </ul>
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать современные технологии и методики организации учебной деятельности обучающихся;</li> <li>- создавать на занятиях образовательную среду, обеспечивающую формирование у обучающихся достижение целей образования в соответствии с требованиями ФГОС среднего профессионального образования;</li> </ul>	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать современные технологии и методики организации менеджмента и маркетинга образования;</li> <li>- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в области профессиональной деятельности.</li> </ul>
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современными технологиями и методиками обучения;</li> <li>- способами развития мотивации, организации и контроля учебной деятельности в процессе обучения.</li> </ul>	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современными технологиями и методиками для принятия эффективных решений в области образования</li> </ul>

## II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	<b>Раздел 1. Менеджмент</b>					
1.	Тема 1. Сущность функции и задачи управленческой деятельности	6	1	1		4
2.	Тема 2. Организация Элементы организации	6	1	1		4
3.	Тема 3. Организационные формы	6	1	1		4
4.	Тема 4. Руководитель и подчиненные. Стили руководства	6	1	1		4
5.	Тема 5. Мотивационные основы управления	12	2	2		8
	<b>Раздел 1. Маркетинг</b>					
6.	Тема 6. Современная концепция маркетинга	6	1	1		4
7.	Тема 7. Рынок как экономическая основа маркетинга	6	1	1		4
8.	Тема 8. Маркетинговые исследования и прогнозирование	12	2	2		8
9.	Тема 9. Товарная политика маркетинга фирмы	12	2	2		8
10.	Тема 10. Продвижение товаров. рекламное дело	12	2	2		8
11.	Тема 11. Сегментация рынка и позиционирование товара	12	2	2		8
12.	Тема 12. Организация маркетинга, управление и контроль	12	2	2		8
	<i>Зачет</i>					
	<i>Итого за 1 семестр</i>	<i>108</i>	<i>18</i>	<i>18</i>		<i>72</i>
	в т.ч. практическая подготовка	2		2		
	<b>ИТОГО:</b>	<b>108</b>	<b>18</b>	<b>18</b>		<b>72</b>

**Очно-заочная форма обучения** (не реализуется)

**Заочная форма обучения** (не реализуется)

### **III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы, теста, реферата, творческого задания, кейса и др.

#### **Типовой вариант контрольной работы**

1. Как классифицируется детерминированное планирование:

1. По принципу временной ориентации.

2. По горизонту планирования.
3. По степени неопределенности информации.
2. К каким ограничениям возможности планирования относятся издержки планирования:
  1. Объективным.
  2. Субъективным.
3. Какой тип планирования основан на стремлении не менять естественный ход развития:
  1. Реактивное планирование.
  2. Преактивное планирование.
  3. Инактивное планирование.
4. Как называется схема организации планирования «снизу-вверх»:
  1. Централизованное.
  2. Демократическое.
  3. Децентрализованное.
5. Планирование, формирующееся в полностью предсказуемой среде, называется:
  1. Детерминированное.
  2. Стохастическое.
  3. Целевое.
6. Планирование, основанное на будущих изменениях:
  - Инактивное.
  - Преактивное.
  - Интерактивное.
7. Что понимается в экономике под планированием:

Планирование – систематическая работа по подготовке планов производства продукции (оказанию услуг) с учетом управления рентабельностью.

Планирование – систематическая подготовка принятия решений о целях, средствах и действиях путем целенаправленной сравнительной оценки различных альтернативных действий в ожидаемых условиях.

Планирование – системный подход в организации производства, включающий планирование объема производства продукции с учетом ее ассортимента, планирование издержек производства и прибыли.
8. Какие этапы включают в себя процесс планирования:
  1. Выработку общих целей предприятия, детализацию и конкретизацию целей для определенного этапа развития предприятия, определение путей, экономических и других средств достижения этих целей, контроль за достижением целей.
  2. Определение общей стратегии развития производства, выработку ассортиментной политики, определение издержек производства, планирование прибыльности, рентабельности.
  3. Планирование объемов производства с учетом ассортиментной политики, планирование издержек производства и реализации продукции, планирование безубыточности работы предприятия.

9. По каким критериям классифицируется планирование:
1. По степени охвата; по содержанию планирования; по предмету планирования; по сферам планирования; по срокам; по возможности изменения планов; по структуре управления.
  2. По отраслевому, предметному планированию; по срокам; по аспектам; по сферам рынка.
  3. По срокам; по отраслям; по ассортименту продукции; по продукту; по функциям фирмы; по структуре управления.
10. С чем связано возрастание роли планирования:
1. Государство больше времени уделяет развитию субъектов рынка.
  2. Концентрацией и интернационализацией капитала.
  3. Необходимостью изучения внешней среды: экономической, социально – политической, научно – технической.

### **Примерная тематика рефератов**

1. Власть и принятие решений в организации
2. Виды организационной культуры
3. Организация совещаний, заседаний
4. Управленческие полномочия и их реализация
5. Моделирование механизмов воздействия менеджмента качества организации на результаты ее работы
6. Автоматизация управленческого контроля
7. Делопроизводство в менеджменте
8. Инспекционный контроль систем менеджмента
9. Маркетинг консалтинговых услуг
10. Роль руководителя при принятии управленческого решения
11. Аутсорсинг управления риском
12. Особенности организационных форм инновационной деятельности
13. Моделирование и прогнозирование при принятии решений
14. Организационное поведение руководителя
15. Критерии прогнозирования
16. Критерии принятия управленческих решений
17. Теории мотивации в менеджменте
18. Необходимость организационных изменений
19. Синтетическая теория лидерства
20. Система управления качеством
21. Формирование профессионального профиля менеджера и способы усиления его положительных качеств
22. Российское корпоративное управление
23. 12 принципов производительности Эмерсона
24. Рабочее время и анализ его использования
25. Внутренняя и внешняя среда

26. Разработка системы принятия стратегических решений для предприятий малого и среднего бизнеса
27. Искусство и творчество в работе менеджера
28. Основные функции управления структурным подразделением
29. Поведение лидера-руководителя
30. Маркетинговая политика организации.
31. Методы формирования цен на товары.
32. Основные методы продвижения продукции на рынке.
33. Методы прогнозирования маркетинговой деятельности.
34. Процесс организации прямых продаж.
35. Основы банковского маркетинга.
36. Маркетинговый подход к разработке нового продукта на предприятии.
37. Управление маркетингом.
38. Маркетинговые технологии в продвижении оптовых продаж.
39. Сегменты рынка и позиционирование товара на рынке.
40. Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы.
41. Виды маркетинговых стратегий.
42. Товарная политика фирмы и товародвижение.
43. Методы исследования рынков.
44. Информационные маркетинговые системы.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета с использованием следующих оценочных материалов: *перечень вопросов к зачету.*

**Вопросы к зачету**  
**( \_1\_\_ семестр, очная форма обучения)**

1. Понятие управления. Элементы управления и их взаимодействие
2. Виды управления
3. Функции менеджмента. Содержание управленческого процесса
4. Понятие организации. Фазы жизни организации. Общая характеристика организации
5. Формальные и неформальные организации
6. Организация как совокупность подсистем
7. Организационная структура управления. Элементы ОСУ. Линейная ОСУ
8. Функциональная и линейно-функциональная ОСУ
9. Матричная ОСУ. Норма управляемости
10. Проектирование организационных структур. Коэффициенты ОСУ
11. Понятие «менеджер». Функции руководителя. Три типа руководителей
12. Классификация типов руководителей по ориентированности на характер действий
13. Характеристика руководителя-мастера и руководителя-лидера. Обязанности подчиненного

- 14.Определение стиля руководства. Характеристики стилей руководства
- 15.Управленческая решетка Блейка и Моутона
- 16.Мотивация, мотив, мотивирование, потребности, стимулы.  
Характеристики воздействия мотивации
- 17.Мотивационный процесс
- 18.Иерархия потребностей по Абрахаму Маслоу
- 19.Теория потребностей МакКлелланда
- 20.Двухфакторная теория Фредерика Герцберга
- 21.Теория ожидания. Теория справедливости
- 22.Понятие и сущность маркетинга
- 23.Классификация видов маркетинга
- 24.Цели маркетинга, его роль в бизнесе
- 25.Функции маркетинга и принципы его организации
- 26.Концепции управления маркетингом
- 27.Маркетинг в России
- 28.Внешняя и внутренняя среда маркетинга
- 29.Спрос и предложение в условиях рыночной экономики
- 30.Модели рынка
- 31.Принципы и концептуальные подходы к проведению маркетинговых исследований
- 32.Методы и процедуры маркетинговых исследований
- 33.Объекты маркетинговых исследований
- 34.Прогнозирование: методологии и процедуры
- 35.Товар и его коммерческие характеристики
- 36.Свойства и классификация товаров
- 37.Стимулирование покупательского спроса
- 38.Жизненный цикл товара и характеристика его стадий
- 39.Инновационная политика фирмы
- 40.Понятие продвижение товаров, его формы
- 41.Рекламная деятельность в маркетинге
- 42.Основные формы рекламы
- 43.Оценка эффективности рекламных мероприятий
- 44.Критерии и принципы сегментации рынка
- 45.Технология процесса сегментирования рынка
- 46.Стратегия позиционирования товара
- 47.Организационные структуры маркетинга
- 48.Управление маркетинговой деятельностью фирмы
- 49.Контроль маркетинговой деятельности фирмы

#### **IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**



#### 4.1. Основная литература

1. Мандель, Б. Р. Современный менеджмент в образовании: учебное пособие для обучающихся в магистратуре / Б. Р. Мандель. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 493 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=477497> (дата обращения: 26.11.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9413-8. – DOI 10.23681/477497. – Текст : электронный.

#### 4.2. Дополнительная литература

1. Маркетинг : учебное пособие : [16+] / О. А. Лебедева, Т. Н. Макарова, Н. А. Скворцова [и др.]. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 125 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426545> (дата обращения: 26.11.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-5151-3. – DOI 10.23681/426545. – Текст : электронный.

2. Цибулькикова, В. Е. Основы менеджмента в образовании: учебно-методический комплекс дисциплины / В. Е. Цибулькикова ; Московский педагогический государственный университет, Факультет педагогики и психологии, Кафедра педагогики и психологии профессионального образования им. акад. В.А. Сластёнина. – Москва : Московский педагогический государственный университет (МПГУ), 2016. – 92 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=469572> (дата обращения: 26.11.2021). – Библиогр.: с. 52-55. – ISBN 978-5-4263-0399-7. – Текст : электронный.

### V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	<a href="https://infourok.ru/">https://infourok.ru/</a>	<b>Инфоурок:</b> образовательный интернет-проект России. Включает: конспекты уроков, презентации, тесты, видеоуроки и другие материалы по предметам школьной программы.	Свободный доступ
2.	<a href="http://edu.ru/">http://edu.ru/</a>	<b>Российское образование: Федеральный портал.</b> Включает ссылки на порталы и сайты образовательных учреждений; государственные образовательные стандарты; нормативные документы; каталог экскурсий и обучающих программ.	Свободный доступ

### VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	<a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a>	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	<a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a>	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	<a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
4.	<a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a>	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

## **VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

## **VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.