

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ
«ГУБЕРНСКИЙ КОЛЛЕДЖ Г. СЫЗРАНИ»

УТВЕРЖДЕНО

Приказ ГБПОУ «ГК г. Сызрани»
от «30» мая 2023г. № 230-о

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 10 МАРКЕТИНГ В ОБЛАСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ

код и название дисциплины общепрофессионального цикла

общепрофессиональный цикл

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности:

44.02.03 Педагогика дополнительного образования

код и наименование специальности

Сызрань, 2024 г.

РАССМОТРЕНА

Предметной (цикловой) комиссией
общеобразовательного и профессионального циклов
«Дошкольное образование»

от « 24 » мая 2024 г. протокол № 9

Составитель: В.К. Полуэктов, преподаватель ГБПОУ «ГК г. Сызрани»

Внутренняя экспертиза (техническая и содержательная): С.И. Антонова, председатель ПЦК
общеобразовательного и профессионального циклов «Дошкольное образование» социально-
педагогического профиля ГБПОУ «ГК г. Сызрани»

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями к оформлению,
установленными в ГБПОУ «ГК г. Сызрани».

Содержание программы реализуется в процессе освоения студентами основной
образовательной программы по специальности 44.02.03 Педагогика дополнительного
образования.

Рабочая программа разработана с учетом профессионального стандарта "Педагог
дополнительного образования детей и взрослых", 6 уровня квалификации, утвержденного
приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от в ред. Приказа
Минтруда РФ от 22 сентября 2021 г. № 652н.)

- квалификационных требований организации ГБОУ СОШ №3 г.о. Сызрань;
- квалификационных требований организации ГБОУ ООШ №23 г.о. Сызрань;
- квалификационных требований организации ГБОУ СОШ №4 г.о. Сызрань

Рабочая программа ориентирована на подготовку обучающихся к выполнению
заданий, соответствующих требованиям регионального чемпионата «Профессионалы» по
компетенции «Дополнительное образование детей и взрослых», требований
демонстрационного экзамена по компетенции «Дополнительное образование детей и
взрослых».

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины	4
2. Структура и содержание учебной дисциплины	6
3. Условия реализации программы учебной дисциплины	9
4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины	10

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг в области дополнительного образования детей

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалиста среднего звена, в соответствии с ФГОС по специальности СПО 44.02.03 Педагогика дополнительного образования.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области образования при наличии среднего (полного) общего образования.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: профессиональный цикл.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины - требования к результатам освоения учебной дисциплины:

Целью курса «Маркетинг в области дополнительного образования детей» является формирование теоретических основ маркетингового комплекса образовательных услуг, понимание закономерностей процессов рыночной деятельности в образовании, а также освоение технологий управления образовательными продуктами в условиях рынка и достижения конкурентоспособности.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- проводить маркетинговые исследования;
- осуществлять разработку образовательной услуги и организовывать её распространение, правильно устанавливать цену и осуществлять продажу;
- использовать различные способы рекламы услуги;
- анализировать рыночные возможности;
- отбирать целевые рынки;
- разрабатывать комплексы маркетинга;
- претворять в жизнь маркетинговые мероприятия;
- проводить маркетинговые исследования в УДО;
- анализировать рынок образовательных услуг;
- продумывать и реализовывать рекламную кампанию в УДО;
- изучать рынок образовательных услуг, адаптировать учреждение дополнительного образования к запросам населения.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать:**

- определение, содержание и основные понятия маркетинга: нужды, потребности, запросы, товар, сделка, рынок;
- механизмы управления маркетингом, состояния спроса: отрицательный спрос, отсутствие спроса, скрытый спрос, падающий спрос, нерегулярный спрос, полноценный спрос, чрезмерный спрос, нерациональный спрос;

– концепции управления маркетингом: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этического маркетинга;

- цели системы маркетинга;
- системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации;
- потребительские рынки и покупательское поведение потребителей;
- разработку услуги, определение и классификацию услуг, и их жизненный цикл;
- стратегию прочного внедрения на рынок;
- продвижение услуги и основные составляющие комплекса стимулирования;
- виды рекламы, её назначение, содержание и разработку;
- способы стимулирования сбыта и пропаганды;
- механизмы управление маркетингом дополнительного образования образования, состояния спроса: отрицательный спрос, отсутствие спроса, скрытый спрос, падающий спрос, нерегулярный спрос, полноценный спрос, чрезмерный спрос, нерациональный спрос;
- концепции управления маркетингом дополнительного образования детей;
- цели системы маркетинга УДО;
- сущность, принципы и методы маркетинга в образовании;
- специфику маркетинга в УДО.

Педагог дополнительного образования (с указанием области деятельности) должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами.

Педагог дополнительного образования (с указанием области деятельности) должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности:

ПК 2.3. Мотивировать обучающихся, родителей (лиц, их заменяющих) к участию в досуговых мероприятиях.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 42 часа, в том числе:

обязательней аудиторной учебной нагрузки обучающегося 20 часов;

самостоятельной работы обучающегося 22 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	42
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	20
в том числе:	
теоретическое обучение	8
практические занятия	12
контрольные работы	не предусмотрено
курсовая работа (проект)	не предусмотрено
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	22
в том числе:	
Самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	не предусмотрено
Итоговая аттестация в форме	диф.зачёт

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Маркетинг в области дополнительного образования детей»

Наименование разделов и тем 1	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся 2	Объем часов 3	Уровень освоения 4	
Раздел 1. Понятие и сущность маркетинга	Содержание учебного материала		3	4
	1	Определение, содержание и основные понятия маркетинга.		
	2	Процесс управления маркетингом.		
	3	Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Анализ маркетинговых методик исследования. Изучение маркетинговой среды на практике в учреждении дополнительного образования. Определение комплекса маркетинга и основные его составляющие.	12		
Раздел 2. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации	Содержание учебного материала		5	2
	1	Маркетинг дополнительного образования детей.		
	2	Маркетинговые особенности образовательной среды.		3
	3	Управление спросом на образовательные услуги.		
	4	Система маркетинговой информации и проведение маркетинговых исследований в учреждении дополнительного образования.		
	5	Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование образовательной услуги.		
	6.	Имидж образовательного учреждения и его услуг.		
	7	Формирование комплекса маркетинга в сфере услуг дополнительного образования детей.		
8	Управление маркетинговой деятельностью в учреждении дополнительного образования детей.			

<p>Практические занятия: 1. Составление рекламы образовательных услуг. Разработка рекламных буклетов. 2. Разработка имиджа образовательного учреждения.</p>	12	
<p>Самостоятельная работа обучающихся: Написание сочинения по теме: «Предприимчивый педагог». Изучение нужд, потребностей, запросов родителей детей, посещающих учреждения дополнительного образования. Составление плана консультации для родителей, относящимся к разным сегментам.</p>	10	
<p>Всего:</p>	42	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требование к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия учебного стандартного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

Посадочные места по количеству обучающихся, рабочее место преподавателя, УМК по дисциплине, дидактический и раздаточный материал, методическая и педагогическая литература.

Технические средства обучения:

Персональные компьютеры, мультимедиа, проектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

- Герасимов Б.И. Маркетинговые исследования рынка. - М.: ФОРУМ, 2016.
- Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. - М.: Вильямс, 2017.
- Липсиц И.В., Дымшиц М.Н. Основы маркетинга. – М.: Геотар-Медиа, 2015.
- Основы маркетинга. Теория и практика под ред. И.И. Пичурина О., Обухова В. и др. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.
- Шаповалов В.А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ. – Ростов н/Д: Феникс, 2016.
- Социальное воспитание в учреждениях дополнительного образования детей под ред. Куприянова Б.В., Салина Е.А. – М.: Академия, 2016.
- Буйлова Л.Н. Дополнительное образование в современной школе. – М.: Сентябрь, 2017.

Дополнительные источники:

- Образование в современном мире: проблемы миграции, управления и экономики под ред. Синяковой М.Г., Сыманюк Э.Э. – М.: Екатеринбург, 2015.
- Дополнительное образование детей: сборник авторских программ под ред. Лазаревич А.Г. – М.: Илекса, 2016.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить маркетинговые исследования; – осуществлять разработку образовательной услуги и организовывать её распространение, правильно устанавливать цену и осуществлять продажу; – использовать различные способы рекламы услуги; – анализировать рыночные возможности; – отбирать целевые рынки; – разрабатывать комплексы маркетинга; – претворять в жизнь маркетинговые мероприятия; – проводить маркетинговые исследования в УДО; – анализировать рынок образовательных услуг; – продумывать и реализовывать рекламную кампанию в УДО; – изучать рынок образовательных услуг, адаптировать учреждение дополнительного образования к запросам населения. 	<p>Оценка:</p> <ul style="list-style-type: none"> Само- и взаимооценка. Экспертная оценка деятельности (в ходе практических занятий). Промежуточный контроль. Тестирование. Анализ маркетинговых задач. Оценка индивидуальных домашних заданий. Защита реферативных сообщений. Контрольные работы Зачет Итоговый контроль по дисциплине в форме дифференцированного зачета

<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определение, содержание и основные понятия маркетинга: нужды, потребности, запросы, товар, сделка, рынок; – механизмы управление маркетингом, состояния спроса: отрицательный спрос, отсутствие спроса, скрытый спрос, падающий спрос, нерегулярный спрос, полноценный спрос, чрезмерный спрос, нерациональный спрос; – концепции управления маркетингом: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этического маркетинга; – цели системы маркетинга; – системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации; – потребительские рынки и покупательское поведение потребителей; – разработку услуги, определение и классификацию услуг и их жизненный цикл; – стратегию прочного внедрения на рынок; – продвижение услуги и основные составляющие комплекса стимулирования; – виды рекламы, её назначение, содержание и разработку; – способы стимулирования сбыта и пропаганды; – механизмы управление маркетингом дополнительного образования образования, состояния спроса: отрицательный спрос, отсутствие спроса, скрытый спрос, падающий спрос, нерегулярный спрос, полноценный спрос, чрезмерный спрос, нерациональный спрос; – концепции управления маркетингом дополнительного образования детей; – цели системы маркетинга УДО; – сущность, принципы и методы маркетинга в образовании; – специфику маркетинга в УДО. 	<p>Тестирование. Анализ маркетинговых задач. Оценка индивидуальных домашних заданий. Защита реферативных сообщений. Контрольные работы Зачет Итоговый контроль по дисциплине в форме дифференцированного зачета</p>
---	---

5.ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Дата актуализации	Результаты актуализации