

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 компанию 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 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.

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b><i>Объем часов</i></b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>42</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>20</b>
в том числе:	
теоретическое обучение	<b>8</b>
практические занятия	<b>12</b>
контрольные работы	не предусмотрено
курсовая работа (проект)	не предусмотрено
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>22</b>
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	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Понятие и сущность маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	3	4
	1 Определение, содержание и основные понятия маркетинга.		
	2 Процесс управления маркетингом.		
	3 Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации.		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Анализ маркетинговых методик исследования. Изучение маркетинговой среды на практике в учреждении дополнительного образования. Определение комплекса маркетинга и основные его составляющие.	12	
<b>Раздел 2. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	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><b>Практические занятия:</b>  1. Составление рекламы образовательных услуг. Разработка рекламных буклетов.  2. Разработка имиджа образовательного учреждения.</p>	12	
<p><b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>  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><b>Всего:</b></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.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проводить маркетинговые исследования;</li> <li>– осуществлять разработку образовательной услуги и организовывать её распространение, правильно устанавливать цену и осуществлять продажу;</li> <li>– использовать различные способы рекламы услуги;</li> <li>– анализировать рыночные возможности;</li> <li>– отбирать целевые рынки;</li> <li>– разрабатывать комплексы маркетинга;</li> <li>– претворять в жизнь маркетинговые мероприятия;</li> <li>– проводить маркетинговые исследования в УДО;</li> <li>– анализировать рынок образовательных услуг;</li> <li>– продумывать и реализовывать рекламную кампанию в УДО;</li> <li>– изучать рынок образовательных услуг, адаптировать учреждение дополнительного образования к запросам населения.</li> </ul>	<p><b>Оценка:</b></p> <p>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>

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