

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Глазовский государственный педагогический институт имени В.Г. Короленко»

Утверждена
на заседании ученого совета института



«20» августа 20 17 г. протокол № 1
Ректор Я.А. Чиговская-Назарова /
подпись инициалы, фамилия

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ И СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Уровень основной образовательной программы	Подготовка кадров высшей квалификации
Направление подготовки	44.06.01 Образование и педагогические науки
Направленность	Общая педагогика, история педагогики и образования
Форма обучения	заочная
Семестр(ы)	4

1. Общая характеристика дисциплины

1.1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины: выработать навыки реализации технологий проектирования, менеджмента и маркетинга для решения задач различных уровней образования и социальной сферы.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать у аспирантов представления об основах эффективного проектирования, менеджмента и маркетинга в системе образования и социальной сфере;
- обеспечить подготовку к научно-исследовательской и преподавательской деятельности в области образования и социальной сферы.

1.2. Перечень компетенций и планируемых результатов обучения

Компетенция (содержание и обозначение в соответствии с ФГОС ВО)	Результаты обучения в соответствии с ФГОС ВО
УК-2 способность проектировать и осуществлять комплексные исследования, в том числе междисциплинарные, на основе целостного системного научного мировоззрения с использованием знаний в области истории и философии науки	знать: <ul style="list-style-type: none">- ретроспективу науки и философии, функции и основания научной картины мира;- основные проблемы современной науки;- методы научно-исследовательской деятельности;- основные концепции современной философии науки;- технологии проектирования и осуществления комплексных исследований уметь: <ul style="list-style-type: none">- использовать положения и категории философии науки для оценивания, анализа научных фактов и явлений с позиций целостного системного научного мировоззрения
УК-3 готовность участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач	знать: <ul style="list-style-type: none">- требования к организации деятельности участников (должностные обязанности, распределение полномочий, организация труда, специфика межличностных отношений) российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач уметь: <ul style="list-style-type: none">- выполнять требования, предъявляемые к деятельности участников российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач
ОПК-3 Способность интерпретировать результаты педагогического исследования, оценивать	знать: <ul style="list-style-type: none">- приемы, методы, технологии (классификации, условия применения,

<p>границы их применимости, возможные риски их внедрения в образовательной и социокультурной среде, перспективы дальнейших исследований</p>	<p>необходимые ресурсы) интерпретирования результатов педагогического исследования, оценивание границ их применимости, возможные риски их внедрения в образовательной и социокультурной среде, перспективы дальнейших исследований</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аргументировано интерпретировать и определять границы применимости результатов педагогического исследования; - рассчитывать возможные риски внедрения результатов педагогического исследования в образовательной и социокультурной среде; - аргументировано прогнозировать перспективы дальнейших исследований
<p>ПК-3 готовность к научно-исследовательской, проектной и учебно-профессиональной деятельности</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии, методы, приемы (классификации, условия применения, необходимые ресурсы) научно-исследовательской, проектной и учебно-профессиональной деятельности <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять научно-исследовательскую, проектную и учебно-профессиональную деятельность

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Научные основы эффективного проектирования, менеджмента и маркетинга в системе образования и социальной сфере» является обязательной дисциплиной вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Объем дисциплины: 2 зачетные единицы - 72 часа, дисциплина изучается в 4 семестре.

Содержание дисциплины взаимосвязано с содержанием учебных дисциплин: История и философия науки; Методология, методы и квалиметрия педагогического исследования; Теория и технологии организации и осуществления научно-исследовательской работы в системе образования; Теория и технологии измерения качества в системе образования и социальной сфере; Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (Учебно-исследовательская практика); Научно-исследовательская деятельность и подготовка научно-квалификационной работы (диссертации) на соискание ученой степени кандидата наук.

1.4. Особенности реализации дисциплины

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Объем дисциплины

Вид учебной работы по семестрам	Всего, зачетных единиц	Академические часы
Общая трудоемкость дисциплины	2	72
СЕМЕСТР 4		
Контактная работа с преподавателем:		
аудиторные занятия (всего)		28
Лекции		6
Семинары		22
Самостоятельная работа обучающихся:		40
Составление опорных конспектов		10
Подготовка к семинарам		10
Подготовка рефератов		10
Работа над проектом		10
Вид промежуточной аттестации	зачет	4

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/ п	Разделы и темы дисциплины Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в академических часах)					Формы текущего контроля успеваемости
		всего	ауд	лекции	семинары	СРС	
Семестр 4							
Модуль 1. Социальные системы							
Раздел 1. Полифункциональное управление в социальных системах							
	Тема 1. Социальные системы. Нормативно-правовая база как основа реализации управленческого цикла.	6	4	4		2	опрос, выполнение групповых практических заданий
	Тема 2. Теория проектной деятельности. Социальные проекты, социальные программы.	6	2		2	4	тестирование, решение ситуационных задач
Модуль 2. Менеджмент и маркетинг в деятельности организации							
Раздел 1. Менеджмент и маркетинг в образовании							
	Тема 1. Научные основы менеджмента. Основные	4	2	2		2	опрос, выполнение

	понятия маркетинга.						групповых практических заданий
	Тема 2. Понятие и классификация организаций. Внутренняя и внешняя среда организаций.	6	2		2	4	тестирование, выполнение практических заданий
	Тема 3. Структура организации. Функции управления.	6	2		2	4	опрос, решение ситуационных задач
	Тема 4. Управленческие решения. Управление как процесс коммуникаций. Групповая динамика. Эффективность управления. Самоменеджмент. Квалиметрические основы принятия управленческих решений.	8	4		4	4	дискуссия, решение ситуационных задач
	Тема 5. Концепция маркетинга образовательных услуг.	6	2		2	4	решение ситуационных задач
	Тема 6. Окружающая маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг.	6	2		2	4	дискуссия, выполнение практических заданий
	Тема 7. Маркетинговые стратегии образовательных организаций, их формирование и оптимизация на основе квалиметрии.	6	2		2	4	тестирование, решение ситуационных задач
	Тема 8. Ценообразование на рынке образовательных услуг и продуктов (ОУП).	6	2		2	4	тестирование, выполнение групповых практических заданий
	Тема 9. Коммуникации на рынке ОУП.	8	4		4	4	тестирование, выполнение практических заданий
Зачет		4					
Итого – по дисциплине		68	28	6	22	40	

3.2. Занятия лекционного типа

Лекция 1-2. Социальные системы. Нормативно-правовая база как основа реализации управленческого цикла.

Объем в часах (4 ауд./ 2 СРС)

Краткая аннотация к лекции.

Основополагающие документы в системе образования, нормативно-правовая база профессионального стандарта «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования)

(воспитатель, учитель)», нормативно-правовая база профессионального стандарта «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования», управленческий цикл и профессиональный стандарт, критерии и показатели деятельности педагога в новых условиях, личный профессиональный план (ЛПП) как результат прогнозирования и проектирования профессионального развития педагога.

Лекция 3. Научные основы менеджмента. Основные понятия маркетинга.

Объем в часах (2 ауд./ 2 СРС)

Краткая аннотация к лекции.

Основные понятия менеджмента и маркетинга. Субъекты маркетинга образовательных услуг и продуктов (ОУП), особенности объектов маркетинга ОУП, проблемное содержание маркетинга ОУП.

3.3. Занятия семинарского типа

СЕМИНАР № 1. Теория проектной деятельности. Социальные проекты, социальные программы.

Объем в часах (2 ауд./ 4 СРС)

Вопросы для обсуждения

1. Теоретические основы проектной деятельности: Классификация проектов. Этапы работы над проектом: Жизненный цикл проекта. Продукты проектной деятельности. Оценка продукта проектной деятельности. Критерии оценки проектной деятельности. Критерии оценки содержания проекта. Универсальная схема проекта.
2. Социальные проекты. Социальные программы.

Практическое задание

Разработайте социальный проект с целью стратегического развития организации. Результаты представьте в виде электронной презентации.

СЕМИНАР № 2. Понятие и классификация организаций. Внутренняя и внешняя среда организаций.

Объем в часах (2 ауд./ 4 СРС)

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие организации и ее общие характеристики.
2. Классификация организаций.
3. Современные формы и модели организаций.
4. Понятие внутренней среды и классификация ее факторов. Параметры внутренней среды организаций.
5. Понятие внешней среды и классификация ее факторов.
6. Характеристики состояния внешней среды. Анализ и оценка состояния внешней среды организации.

Практические задания

1. Представьте факторы эффективности и факторы неэффективности работы организации (учреждения).
2. Внесите предложения по повышению эффективности деятельности организации (учреждения).

СЕМИНАР № 3. Структура организации. Функции управления.

Объем в часах (2 ауд./ 4 СРС)

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие организационной структуры. Типология организационных структур.
2. Принципы, порядок построения и реорганизации организационных структур. Тенденции структурных изменений.

3. Понятие и классификация функций управления. Мотивация труда.

Практические задания

по структуре организации:

1. Составьте схему организационной структуры конкретного учреждения (организации). Перечислите функции структурных подразделений.
2. Составьте перечень услуг конкретной образовательной организации.
3. Видите ли Вы необходимость реорганизации конкретной организации (учреждения)?

по функциям управления:

1. Выявите мотивы и антимотивы к труду по различным аспектам мотивации в рамках организации (учреждения) для нескольких его сотрудников. В чем их общность и различия для сослуживцев?
2. Составьте перечень гарантированных государством социальных услуг учреждения социальной службы Вашего города (поселка).
3. Составьте перечень дополнительных услуг, не входящих в перечень гарантированных государством социальных услуг учреждения социальной службы Вашего города (поселка). Укажите тарифы.
4. Отражается ли реализация дополнительных услуг на платной основе на заработной плате сотрудников организации (учреждения)?
5. Изучите Положение о стимулирующих выплатах сотрудников конкретной организации (учреждения). Представьте содержание Положения по основным позициям. В какой степени стимулирование сказывается на мотивации труда сотрудников?

СЕМИНАР № 4-5. Управленческие решения. Управление как процесс коммуникаций. Групповая динамика. Эффективность управления.

Самоменеджмент. Квалиметрические основы принятия управленческих решений.

Объем в часах (4 ауд./ 4 СРС)

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие управленческого решения и его особенности.
2. Технология разработки и реализации управленческого решения.
3. Понятие, виды и модели коммуникаций.
4. Групповая динамика. Лидерство и руководство. Власть.
5. Эффективность управления. Самоменеджмент.
6. Квалиметрические основы принятия управленческих решений.

Практические задания

1. Оцените кадровый менеджмент в деятельности конкретной организации.
2. Изучите Положение о порядке аттестации учителя. Представьте содержание данного Положения.

СЕМИНАР № 6. Концепция маркетинга образовательных услуг.

Объем в часах (2 ауд./ 4 СРС)

Вопросы для обсуждения:

1. Субъекты маркетинга образовательных услуг и продуктов (ОУП). (Субъекты маркетинга ОУП в г. Глазове).
2. Особенности объектов маркетинга ОУП. (Развитие образовательных услуг в ГГПИ).
3. Характеристика проблемного содержания маркетинга ОУП.
4. Принципы и методы маркетинга ОУП с точки зрения рыночной ориентации образовательного учреждения, их реализация в ГГПИ.

Практические задания

1. Вспомните и проанализируйте свою логику и аргументы принятия решения о получении образования в ГГПИ, выделив при этом маркетинговые аспекты.

2. Какие участники маркетинговых отношений помогли Вам выработать и реализовать это решение? В чем состояла их помощь? Кто и чем мог бы оказать Вам в этом необходимое дополнительное содействие?
3. Разработайте анкету студента и проведите небольшое социологическое обследование группы (курса) студентов ГГПИ. Обработайте и прокомментируйте результаты.
4. Предложите методы исследования и управления маркетинговой деятельностью в ГГПИ.

СЕМИНАР № 7. Окружающая маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг.

Объем в часах (2 ауд./ 4 СРС)

Вопросы для обсуждения:

1. Окружающая маркетинговая среда (ОМС):
 - а) микросреда;
 - б) макросреда:
 - политическая;
 - экономическая;
 - демографическая;
 - национальная;
 - социально-культурная, морально-этическая;
 - научно-техническая.
2. Особенности маркетинговой макросреды вуза.
3. Сегментация рынка ОУП:
 - по группам потребителей ОУП;
 - по параметрам ОУП;
 - по конкурентам.
4. Попытка сегментации рынка ОУП вуза.

Практические задания

1. Проанализируйте, кто учится в вузе. На основании анализа сделайте вывод, какие сегменты рынков ОУП для личностей являются традиционными для вуза, а какие сегменты не охвачены.
2. Проанализируйте два-три новых для вуза сегмента рынка с точки зрения их перспективности. Оцените, насколько имеющиеся в распоряжении модификации ОУП соответствуют запросам потребителей из наиболее перспективных сегментов.
3. Проранжируйте факторы оценки и оцените конкурентоспособность ОУП вуза с учетом предлагаемых Вами изменений и в сравнении с ОУП наиболее сильных конкурентов.

СЕМИНАР № 8. Маркетинговые стратегии образовательных учреждений, их формирование и оптимизация на основе квалиметрии.

Объем в часах (2 ауд./ 4 СРС)

Вопросы для обсуждения:

1. Назначение и проблемы стратегии маркетинга для образовательных учреждений. (Стратегии маркетинга, применимые для вуза).
2. Финансовые и маркетинговые цели образовательных учреждений.
3. Типология стратегий маркетинга образовательных учреждений (обсуждение возможностей их применения для вуза):
 - критерий происхождения и логики развития образовательного учреждения: плановая, предпринимательская, основанная на опыте;
 - "номенклатурный", "дикий", "честный" бизнес в образовании;
 - критерий состояния рыночного спроса: стимулирующий маркетинг, развивающий (креативный) маркетинг, конверсионный маркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий маркетинг, демаркетинг, противодействующий маркетинг).
4. Матрица вариантов стратегии маркетинга для образовательного учреждения. (Попытка

разработки стратегии маркетинга для вуза.)

5. Оценка, отбор и оптимизация вариантов стратегии маркетинга образовательного учреждения.

Практические задания

1. Четко (в количественном, цифровом выражении) определите основные цели, фактически принятые и рекомендуемые Вами для вуза в отношении конкретных ОУП в определенном сегменте рынка.
2. Составьте матрицу маркетинговых проблем и вариантов их решений, сформулируйте три-четыре альтернативные цепочки – варианты стратегии маркетинга-микс.
3. Проранжируйте выбранные цели и имеющиеся у вуза возможности по десятибалльной шкале. Используйте ее, оцените каждую из альтернативных цепочек и сопоставьте их по эффективности.
4. Выбрав наиболее эффективный вариант стратегии, постарайтесь усилить, оптимизировать его, в т.ч. за счет содержания других вариантов.

СЕМИНАР № 9. Ценообразование на рынке ОУП.

Объем в часах (2 ауд./ 4 СРС)

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности ценовой политики в отношении образовательных услуг.
2. Стереотипы и традиции в отношении к ценовым проблемам ОУП (прейскурантный метод ценообразования, классификация методов расчета себестоимости подготовки специалистов).
3. Цена потребления ОУП с учетом фактора времени, экономического эффекта, колебаний конъюнктуры ОУП.
4. Адаптация цен на ОУП, виды наценок и скидок.

Практические задания:

1. Выявите основные компоненты индивидуальной цены потребления тех ОУП, которые Вы рассчитываете получить в ближайшие годы.
2. Рассчитайте индивидуальный экономический эффект от получения вами этих услуг, с глубиной расчета 3-5 лет после завершения их получения. Недостающие данные, если их невозможно выяснить точно, представьте приближенно.
3. Выявите основные компоненты цены потребления тех же услуг для организации, где Вы в дальнейшем собираетесь работать и определите примерный уровень этой цены, в т.ч. по отдельным компонентам ОУП.

СЕМИНАР № 10-11. Коммуникации на рынке ОУП.

Объем в часах (4 ауд./ 4 СРС)

Вопросы для обсуждения:

1. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций, процесс коммуникации на рынке.
2. Реклама на образовательном рынке, элементы технологии и организации рекламы.
3. Связи с общественностью и сотрудничество в образовании ("public relations").
4. Попытка составления плана коммуникационной деятельности вуза на следующий учебный год.

Практические задания

1. Составьте список фактически проведенных вузом коммуникационных мероприятий.
2. Постарайтесь выявить наиболее эффективные из этих мероприятий, используя для этого социологические опросы в рамках и за пределами контингента фактически обучающихся в вузе.
3. Составьте план, определите бюджет коммуникационной деятельности вуза на следующий год.

3.4. Лабораторные занятия

Учебным планом не предусмотрены.

4. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

См. Приложение 1.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

5.1. Основная литература

1. Баринов, В. А. Стратегический менеджмент [Текст]: учеб. пособие / В. А. Баринов, В. Л. Харченко. - Москва: Инфра-М, 2006. - 238 с. - (Учебники для программы MBA).
2. Инновационно-ориентированная подготовка к педагогическому менеджменту в непрерывном профессиональном образовании: монография / А.А. Симонова. – 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 134 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=852376> (дата обращения 04.04.2017)
3. Коротков, Э.М. Управление качеством образования [Текст]: учеб. пособие по специализации "Управление образованием" специальности "Менеджмент организации" / Э. М. Коротков. - 2-е изд. - Москва : Академический проект, 2007. - 320 с. - (Gaudeamus).
4. Современные проблемы менеджмента: Монография / Под общ. ред. С.Д. Резника. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 243 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=428617> (дата обращения 04.04.2017)

5.2. Дополнительная литература

1. Корзникова, Г. Г. Менеджмент в образовании: учебник / Г.Г. Корзникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 352 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=937834> (дата обращения 04.04.2017)
2. Кибанов, А. Я. Управление трудоустройством выпускников вузов на рынке труда: Монография / А. Я. Кибанов, Ю. А. Дмитриева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 250 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=557153> (дата обращения 04.04.2017)
3. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер: Учебное пособие / Ф. Котлер, А. П. Виноградов, А. А. Чех. - 7-е изд. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 211 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=851120> (дата обращения 04.04.2017)
4. Леньков, Р. В. Теория социального управления в высшей школе: Монография / Р.В. Леньков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 91 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=496281> (дата обращения 04.04.2017)
5. Нижегородцев, Р. М. Управление высшим образованием и наукой: опыт, проблемы, перспективы: Монография / Р. М. Нижегородцев, С. Д. Резник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 400 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=461877> (дата обращения 04.04.2017)
6. Панов, И. А. Документационное обеспечение внутривузовского менеджмента: Монография / И.А. Панов, С.Д. Резник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 110 с.: 60х90 1/16. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=521521> (дата обращения 04.04.2017)
7. Перцовский, Н. И. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Н. И. Перцовский. - М.: Дашков

- и К, 2016. - 140 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=937402> (дата обращения 04.04.2017)
8. Резник, С. Д. Преподаватель вуза: технологии и организация деятельности : учебник / С.Д. Резник, О.А. Вдовина ; под общ. ред. С.Д. Резника. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 372 с. — (Менеджмент в высшей школе). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=910863> (дата обращения 04.04.2017)
9. Симонова, А. А. Инновационный менеджмент в образовании / А.А. Симонова. - 2-е изд., стереотипное. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 228 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=534151> Дата обращения 04.04.2017
10. Симонова, А. А. Самоменеджмент педагога: сущность, содержание, технологии / А.А. Симонова. - 2-е изд., стереотипное. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 136 с. - (Научная мысль). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=534160> (дата обращения 04.04.2017)

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся и методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение дисциплины в значительной мере служит целям формирования представления об основах эффективного проектирования, менеджмента и маркетинга в системе образования и социальной сфере. Ее специфика состоит в практической направленности, проблемности материала, возможности применения знаний в условиях конкретного вуза. Полученные знания помогут аспирантам проектировать эффективные конкурентные стратегии в сфере образовательных услуг.

Технология процесса обучения по дисциплине включает в себя прослушивание лекций, работу на семинарских занятиях, самостоятельную работу, промежуточную аттестацию знаний в виде зачета.

Самостоятельная работа аспирантов проводится в формате групповой и индивидуальной работы, предполагает написание рефератов, выполнение индивидуальных и групповых заданий, подготовку проектного задания.

Для получения зачета аспирант должен принимать активное участие в работе на лекционных и семинарских занятиях, выполнить контрольные задания, систематически посещать занятия, активно пользоваться материалами рекомендованных сайтов.

В «Методических рекомендациях для аспирантов по организации самостоятельной работы» представлены также рекомендации по выполнению письменных работ, по подготовке презентационных проектов, докладов, рефератов, публичных выступлений.

7. Перечень информационных технологий, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

7.1. Перечень необходимого программного обеспечения

При выполнении различных видов работ в ходе изучения дисциплины используются следующие информационные технологии: приложения для создания и просмотра презентаций (MS Office Power Point), проигрыватели видео- и аудиофайлов (Windows Media), приложения для работы с документами (MS Office Word Excell), а также образовательные технологии: технология модульно-рейтингового обучения, технология индивидуального обучения, технология группового взаимодействия, проблемного обучения.

7.2. Ресурсы информационно-коммуникационной сети Интернет

aspirantura.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.aspirantura.com/>
aspirantura.net [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.aspirantura.net/>
Diser.biz диссертация по педагогике [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.diser.biz/>
Аспирантура: портал для аспирантов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.aspirantura.spb.ru/>
Виртуальная библиотека аспиранта [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.e-lib.org/>
Высшая аттестационная комиссия (ВАК) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vak.ed.gov.ru/>
Российская государственная библиотека [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.rsl.ru/>

7.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. База данных Scopus компании Elsevier B.V. Режим доступа <https://www.elsevier.com>
2. База данных Web of Science. Режим доступа <https://clarivate.ru/products/web-of-science/>
3. Базы данных издательства SpringerNature: Springer Journals (Режим доступа <http://link.springer.com/>), Springer Protocols (Режим доступа <http://link.springerprotocols.com/>), Springer Materials (Режим доступа <http://link.materials.springer.com/>), Springer Reference (Режим доступа <http://link.springer.com/>), zbMATH (Режим доступа <http://zbmath.org/>), Nature Journals (Режим доступа <http://npg.com/>), Nano Database (Режим доступа <http://nano.nature.com/>).
4. Научная электронная библиотека eLIBRARYU.RU. Режим доступа <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

8. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для проведения занятий используется:

Учебный корпус 1, Ауд. 413

9. Рейтинг-план оценки успеваемости аспирантов

Дисциплина/ семестры	Объем аудиторной работы		Виды текущей аттестационной аудиторной и внеаудиторной работы	Максимальное (норматив) количество баллов	Поощрение	Штрафы	Итоговая форма отчета (мин. балл)
	лк	сем					
Научные основы эффективного проектирования, менеджмента и маркетинга в системе образования и социальной сфере/ 4 семестр	6	22	1. Контроль посещаемости лекций 2. Контроль посещаемости семинарских занятий 3. Работа на семинарских занятиях <u>Контрольные мероприятия</u> 1. контрольная работа 2. подготовка проектов <u>Компенсационные мероприятия</u> 1. Письменный реферат по темам семинарских занятий	6 22 55 5 5 10	+ 1 балл за дополнения; + 3 балла за подготовку дополнительно о дидактического материала	- 3 балла за невыполнение в установленные сроки	Допуск к зачету – 50 % (47 баллов) «автомат» при зачете – 70 % (65 баллов)
			ИТОГО	93 балла (без компенсации)			

Лист регистрации изменений и дополнений к РПД

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания кафедры. Подпись заведующего кафедрой	Дата, номер протокола заседания совета факультета. Подпись декана факультета
1.			
2.			
3.			
4.			

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Результат освоения компетенции УК-2: способен проектировать и осуществлять комплексные исследования, в том числе междисциплинарные, на основе целостного системного научного мировоззрения с использованием знаний в области истории и философии науки.

Удовлетворительный (пороговый) уровень: воспроизводит термины, основные понятия, знает методы, процедуры, свойства, приводит факты, идентифицирует, дает обзорное описание.

Примерные тестовые задания

Выберите правильный ответ:

1. Менеджмент – это область деятельности:
 - а) специфическая;
 - б) всеобщая;
 - в) частичная.
2. Управление – это область деятельности:
 - а) всеобщая;
 - б) специфическая;
 - в) единичная.
3. Менеджмент – это управление:
 - а) организацией;
 - б) экономикой;
 - в) рынком.
4. Понятия менеджмент и управление:
 - а) идентичные;
 - б) взаимодополняемые;
 - в) противоположные.
5. Основная функция управления – это:
 - а) планирование;
 - б) умозаключение;
 - в) созерцание.
6. Образовательная услуга как объект имеет особенности:
 - а) нельзя заранее заготовить, спланировать услугу;
 - б) знания устаревают;
 - в) естественное для человека забывание информации;
 - г) все вышеперечисленное.
7. Предмет менеджмента как науки охватывает исследование законов и закономерностей жизнедеятельности:
 - а) государств;
 - б) организаций;
 - в) рынков.
8. Предмет менеджмента как науки охватывает исследование отношений в процессе управления между:
 - а) работниками;
 - б) покупателями;
 - в) организациями.
9. Методологической основой менеджмента является:

- а) история;
- б) физика;
- в) экономика.

10. Возможности для развития предпринимательства открылись в России в результате:

- а) национализации;
- б) деприватизации;
- в) приватизации.

Примерные вопросы к зачету по разделу «Менеджмент»

1. Понятия «управление организацией» и «менеджмент». Предмет менеджмента. Метод менеджмента.
2. Принципы менеджмента, выделенные Файолем. Новая управленческая парадигма.
3. Организация. Различия между горизонтальным и вертикальным разделением труда. Взаимодействие организаций с внешней средой.
4. Факторы эффективности, производительности организации. Основные внутренние переменные организации.
5. Основные характеристики организационной структуры. Последовательность проектирования организационной структуры управления.
6. Основные типы организационных структур и их отличия друг от друга. Область применения различных структур, их достоинства и недостатки.
7. Функция управления. Общие функции управления. Конкретные функции управления.
8. Планирование. Виды планирования. Этапы функции планирования. Стратегическое планирование.
9. Миссия организации, ее элементы. Цели организации. Основные стратегии действий предприятия.
10. Тактическое планирование. Управление по целям. Стратегический план. Функция организации.

Примерные вопросы к зачету по разделу «Маркетинг»

1. Субъекты маркетинга образовательных услуг и продуктов (ОУП).
2. Особенности объектов маркетинга ОУП.
3. Характеристика проблемного содержания маркетинга ОУП.
4. Принципы и методы маркетинга ОУП с точки зрения рыночной ориентации образовательного учреждения.
5. Окружающая маркетинговая микросреда.
6. Окружающая маркетинговая макросреда: политическая, экономическая, демографическая.
7. Окружающая маркетинговая макросреда: национальная, социально-культурная, морально-этическая, научно-техническая.
8. Сегментация рынка ОУП: по группам потребителей.
9. Сегментация рынка ОУП: по параметрам, по конкурентам.
10. Назначение и проблемы стратегии маркетинга для образовательных учреждений.

Базовый (продвинутый) уровень: выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, планирует, применяет законы, реализовывает, использует знания и умения.

Типовые проверочные задания

1. Составьте схему организационной структуры учреждения (организации). Перечислите функции структурных подразделений.
2. Составьте перечень услуг образовательной организации.
3. Видите ли Вы необходимость реорганизации Вашей организации (учреждения)? Ответ обоснуйте.

4. Выявите мотивы и антимотивы к труду по различным аспектам мотивации в рамках организации (учреждения) для нескольких его сотрудников. В чем их общность и различия для сослуживцев?
5. Составьте перечень гарантированных государством социальных услуг учреждения социальной службы Вашего города (поселка).

Примерная тематика докладов и рефератов

1. Сложности в карьере женщины-руководителя.
2. Особенности теории и практики управления в СССР.
3. Модель «Алмаз» Г. Ливитта как подход к выделению внутренних переменных организации.
4. Пять факторов М.Х. Мескона как подход к выделению внутренних переменных организации.
5. Интегральный подход З.П. Румянцевой и синтезирующее предложение В.Н. Парахиной как подходы к выделению внутренних переменных организации.
6. Организационная культура как фактор внутренней среды организации.
7. Теория ожидания В. Врума.
8. Факторы мотивации в теории Ф. Герцберга.
9. Перспективы коммуникаций с развитием современных информационных технологий.
10. Активизация и повышение эффективности внутриорганизационных формальных коммуникаций.

Повышенный (высокий) уровень: анализирует, диагностирует, оценивает, прогнозирует, конструирует, сформировал навыки.

Задания для творческой самостоятельной работы

1. Разработайте социальный проект с целью стратегического развития организации. Результатом должна стать электронная презентация.
2. Представьте факторы эффективности и факторы неэффективности работы организации (учреждения).
3. Внесите предложения по повышению эффективности деятельности организации (учреждения).
4. Проанализируйте два-три новых для вуза сегмента рынка с точки зрения их перспективности. Оцените, насколько имеющиеся в распоряжении модификации ОУП соответствуют запросам потребителей из наиболее перспективных сегментов.

Результат освоения компетенции УК-3: готов участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач.

Удовлетворительный (пороговый) уровень: воспроизводит термины, основные понятия, знает методы, процедуры, свойства, приводит факты, идентифицирует, дает обзорное описание.

Примерные тестовые задания

Выберите правильный ответ:

1. Бизнесмен – это:
 - а) наемный работник;
 - б) предприниматель;
 - в) собственник.
2. Менеджер – это:

- а) собственник;
 - б) наемный работник;
 - в) предприниматель.
3. Функциональные менеджеры отвечают за:
- а) общую деятельность организации или подразделения;
 - б) выполнение функций, напрямую связанных с производством или поставкой продукта, услуг потребителям;
 - в) отдельные элементы деятельности организации;
 - г) исполнение непроизводственных функций деятельности предприятия.
4. Генеральные менеджеры несут ответственность за:
- а) общую деятельность организации или подразделения;
 - б) выполнение функций, напрямую связанных с производством или поставкой продукта, услуг потребителям;
 - в) отдельные элементы деятельности организации;
 - г) исполнение непроизводственных функций деятельности предприятия.
5. Линейные менеджеры несут ответственность за:
- а) общую деятельность организации или подразделения;
 - б) выполнение функций, напрямую связанных с производством или поставкой продукта, услуг потребителям;
 - в) отдельные элементы деятельности организации;
 - г) исполнение непроизводственных функций деятельности предприятия.
6. Аппаратные менеджеры несут ответственность за:
- а) общую деятельность организации или подразделения;
 - б) выполнение функций, напрямую связанных с производством или поставкой продукта, услуг потребителям;
 - в) отдельные элементы деятельности организации;
 - г) исполнение непроизводственных функций деятельности предприятия.
7. Руководители – это управленческий персонал, который:
- а) выполняет непроизводственную работу, требующую высокой квалификации;
 - б) выполняет непроизводственную работу, не требующую высокой квалификации;
 - в) определяет работу других людей.
8. Специалисты – это управленческий персонал, который:
- а) выполняет непроизводственную работу, требующую высокой квалификации;
 - б) выполняет непроизводственную работу, не требующую высокой квалификации;
 - в) определяет работу других людей.
9. Служащие – это управленческий персонал, который:
- а) выполняет непроизводственную работу, требующую высокой квалификации;
 - б) выполняет непроизводственную работу, не требующую высокой квалификации;
 - в) определяет работу других людей.
10. Традиционно выделяются уровни управления:
- а) 1;
 - б) 2;
 - в) 3;
 - г) 4.

Базовый (продвинутый) уровень: выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, планирует, применяет законы, реализовывает, использует знания и умения.

Типовые проверочные задания

1. Составьте перечень дополнительных услуг, не входящих в перечень гарантированных государством социальных услуг учреждения социальной службы Вашего города (поселка). Укажите тарифы.

2. Проанализируйте, отражается ли реализация дополнительных услуг на платной основе на заработной плате сотрудников организации (учреждения).
3. Изучите Положение о стимулирующих выплатах сотрудников организации (учреждения). Представьте содержание Положения по основным позициям. В какой степени стимулирование сказывается на мотивации труда сотрудников?
4. Вспомните и проанализируйте свою логику и аргументы принятия решения о получении образования в вузе, выделив при этом маркетинговые аспекты.
5. Какие участники маркетинговых отношений помогли Вам выработать и реализовать это решение? В чем состояла их помощь? Кто и чем мог бы оказать Вам в этом необходимое дополнительное содействие?

Примерная тематика докладов и рефератов

1. Сущность и возможности маркетинга образовательных услуг.
2. Содержание и проблемы маркетинга образовательных услуг.
3. Маркетинговые аспекты современных тенденций в образовании.
4. Становление рыночных отношений в образовании в развитых странах.
5. Коммерциализация в отечественном образовании.
6. Инфраструктура и субъекты рынка образовательных услуг.
7. Регуляторы рыночного поведения субъектов сферы образования.
8. Проблемы перехода к рынку в отечественном образовании.
9. Демонополизация образования.
10. Преодоление антимаркетинговых стереотипов в сфере образования.

Повышенный (высокий) уровень: анализирует, диагностирует, оценивает, прогнозирует, конструирует, сформировал навыки.

Задания для творческой самостоятельной работы

1. Четко (в количественном, цифровом выражении) определите основные цели, фактически принятые и рекомендуемые Вами для вуза в отношении конкретных ОУП в определенном сегменте рынка.
2. Составьте матрицу маркетинговых проблем и вариантов их решений, сформулируйте три-четыре альтернативные цепочки – варианты стратегии маркетинга-микс.
3. Проранжируйте выбранные цели и имеющиеся у вуза возможности по десятибалльной шкале. Используйте ее, оцените каждую из альтернативных цепочек и сопоставьте их по эффективности. Выбрав наиболее эффективный вариант стратегии, постарайтесь усилить, оптимизировать его, в том числе за счет содержания других вариантов.
4. Проранжируйте факторы оценки и оцените конкурентоспособность ОУП вуза с учетом предлагаемых Вами изменений и в сравнении с ОУП наиболее конкурентов.

Результат освоения компетенции ОПК-3: способен интерпретировать результаты педагогического исследования, оценивать границы их применимости, возможные риски их внедрения в образовательной и социокультурной среде, перспективы дальнейших исследований.

Удовлетворительный (пороговый) уровень: воспроизводит термины, основные понятия, знает методы, процедуры, свойства, приводит факты, идентифицирует, дает обзорное описание.

Примерные тестовые задания

Выберите правильный ответ:

1. Цель это:
 - а) работа или ее часть;
 - б) средство;
 - в) желаемый результат;
 - г) взаимосвязь уровней управления и подразделений.
2. Задача это:
 - а) работа или ее часть;
 - б) средство;
 - в) желаемый результат;
 - г) взаимосвязь уровней управления и подразделений.
3. Технология это:
 - а) работа или ее часть;
 - б) средство;
 - в) желаемый результат;
 - г) взаимосвязь уровней управления и подразделений.
4. Структура организации это:
 - а) работа или ее часть;
 - б) средство;
 - в) желаемый результат;
 - г) взаимосвязь уровней управления и подразделений.
5. Организационная культура это:
 - а) совокупность ценностей;
 - б) репутация;
 - в) надежность;
 - г) социальная ответственность.

Базовый (продвинутый) уровень: выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, планирует, применяет законы, реализовывает, использует знания и умения.

Типовые проверочные задания

1. Разработайте анкету студента и проведите небольшое социологическое обследование группы (курса) студентов вуза. Обработайте и прокомментируйте результаты.
2. Определите методы исследования и управления маркетинговой деятельностью, которые Вы могли бы реализовать в вузе.
3. Проанализируйте, кто учится в вузе. На основании анализа сделайте вывод, какие сегменты рынков ОУП для личностей являются традиционными для вуза, а какие сегменты не охвачены.

Примерная тематика докладов и рефератов

1. Логика и этапы становления маркетинга в образовании.
2. Особенности и типология образовательных и смежных услуг.
3. Структура и особенности окружающей маркетинговой среды в образовании.
4. Политические и правовые факторы окружающей маркетинговой среды в образовании.
5. Экономическая среда российского рынка образовательных услуг.

Повышенный (высокий) уровень: анализирует, диагностирует, оценивает, прогнозирует, конструирует, сформировал навыки.

Задания для творческой самостоятельной работы

1. Выявите основные компоненты индивидуальной цены потребления тех ОУП, которые Вы рассчитываете получить в ближайшие годы.
2. Рассчитайте индивидуальный экономический эффект от получения вами этих услуг, с глубиной расчета 3-5 лет после завершения их получения. Недостающие данные, если их невозможно выяснить точно, представьте приближенно.

Результат освоения компетенции ПК -3 готов к научно-исследовательской, проектной и учебно-профессиональной деятельности.

Удовлетворительный (пороговый) уровень: воспроизводит термины, основные понятия, знает методы, процедуры, свойства, приводит факты, идентифицирует, дает обзорное описание.

Примерные тестовые задания

Выберите правильный ответ:

1. Имидж организации это:
а) совокупность ценностей;
б) репутация;
в) надежность;
г) социальная ответственность.
2. Вязкость среды это:
а) воздействие одного фактора на другой;
б) усилия;
в) разнообразие внешних факторов;
г) скорость, с которой в среде происходят изменения.
3. Сложность среды это:
а) воздействие одного фактора на другой;
б) усилия;
в) разнообразие внешних факторов;
г) скорость, с которой в среде происходят изменения.
4. Степень взаимосвязанности факторов это:
а) воздействие одного фактора на другой;
б) усилия;
в) разнообразие внешних факторов;
г) скорость, с которой в среде происходят изменения.
5. Подвижность среды – это:
а) воздействие одного фактора на другой;
б) усилия;
в) разнообразие внешних факторов;
г) скорость, с которой в среде происходят изменения.

Базовый (продвинутый) уровень: выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, планирует, применяет законы, реализовывает, использует знания и умения.

Типовые проверочные задания

1. Составьте список фактически проведенных вузом коммуникационных мероприятий, дайте

оценку их успешности, используя открытые источники информации.

2. Постарайтесь выявить наиболее эффективные из коммуникационных мероприятий вуза, используя для этого социологические опросы в рамках и за пределами контингента фактически обучающихся в вузе.

Примерная тематика докладов и рефератов

1. Демографические факторы конъюнктуры образовательных услуг.
2. Национальные особенности зарубежных и отечественной систем образования и их влияние на конъюнктуру образовательного рынка.
3. Социокультурная и морально-этическая среда рынка образовательных услуг.
4. Воздействие научно-технических факторов на структуру и соотношение спроса и предложения образовательных услуг.
5. основополагающий принцип маркетинга и его реализация на образовательном рынке.

Повышенный (высокий) уровень: анализирует, диагностирует, оценивает, прогнозирует, конструирует, сформировал навыки.

Задания для творческой самостоятельной работы

1. Выявите основные компоненты цены потребления тех же услуг для организации, где Вы в дальнейшем собираетесь работать и определите примерный уровень этой цены, в т.ч. по отдельным компонентам ОУП.
2. Составьте план, определите бюджет коммуникационной деятельности вуза на следующий год.

Критерии оценивания тестовых заданий

На выполнение тестовых заданий отводится 15 минут.

Максимальное количество баллов – 10 баллов.

Оценка «отлично» (86-100%) ставится за 9 - 10 баллов

Оценка «хорошо» (70 - 85%) ставится за 7 - 8 баллов

Оценка «удовлетворительно» (51 – 69 %) ставится за 5-6 баллов

Оценка «неудовлетворительно» - (0-50%) ставится за 4 балла и ниже

Критерии оценивания типовых проверочных заданий

При оценке результатов будет учитываться конструктивность и обоснованность предложенного способа решения задания. За предложенный вариант по каждому из заданий Вы можете получить от «0» до «3» баллов:

0 баллов – вариант ответа отсутствует или предложенный вариант является неэффективным. Предлагается такой вариант решения, который свидетельствует о полном незнании основ менеджмента и маркетинга.

1 балл – приведен вариант решения задания, это возможный, но не конструктивный вариант решения. Ситуация не станет хуже, но и не улучшится. Ответ не имеет обоснования или приведенное обоснование является несущественным.

2 балла – предложенный вариант решения приемлем, аспирант демонстрирует понимание ситуации, учет необходимых факторов. Однако возможно более кардинальное решение.

3 балла – дан один из эффективных вариантов решения задания, приведено его качественное обоснование. Предложенный вариант демонстрирует глубокие знания и сформированные умения в сфере менеджмента и маркетинга образовательных услуг.

Критерии оценивания и шкала оценивания докладов, рефератов и творческих работ

Уровни освоения компетенции	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	% освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный (высокий)	формируется из компоненты владеть Творческая деятельность	Включает нижестоящий уровень. Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического или прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий.	Отлично	90-100
Базовый (продвинутый)	формируется из требований к компоненты уметь Применении знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу, с большей степенью самостоятельности и инициативы	Включает нижестоящий уровень. Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	Хорошо	75-89
Удовлетворительный (пороговый)	формируется из компоненты знать Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	Удовлетворительно	50-74
Недостаточный	Отсутствие признаков	признаков удовлетворительного уровня	Неудовлетворительно	менее 50

Критерии оценивания ответов и сформированности проектируемых компетенций:

100-90 % правильных ответов – оценка «отлично»/зачтено (высокий уровень)

89-75% правильных ответов – оценка «хорошо»/зачтено (продвинутый уровень)

74-50% правильных ответов – оценка «удовлетворительно»/зачтено (пороговый уровень).

Компетенции **УК-2, УК-3, ОПК-3, ПК-3** считать освоенными при условии положительного выполнения предложенных типовых контрольных мероприятий не менее чем на «удовлетворительно».