

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

Утверждена
на заседании ученого совета института



28 » апреля 2020 г. протокол № 9

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	очная
Семестр(ы)	3

Глазов 2020

1. Общая характеристика дисциплины

1.1. 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

№ п/п	Содержание компетенции	Уровни формирования компетенции
1	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: - 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: - использовать положения и категории философии науки для оценивания, анализа научных фактов и явлений с позиций целостного системного научного мировоззрения
2	УК-3 готовность участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач	знать: - 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: - выполнять требования, предъявляемые к деятельности участников российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач
3	ОПК-3 Способность интерпретировать результаты педагогического исследования, оценивать границы их применимости, возможные риски их внедрения в образовательной и социокультурной среде, перспективы дальнейших исследований	знать: - приемы, методы, технологии (классификации, условия применения, необходимые ресурсы) интерпретирования результатов педагогического исследования, оценивание границ их применимости, возможные риски их внедрения в образовательной и социокультурной среде, перспективы дальнейших исследований уметь: - 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
4	ПК-1 Готовность обеспечивать квалитетное сопровождение педагогической и научно-исследовательской деятельности в области образования, в том числе с применением информационных технологий	знать: - технологии, методы, приемы (классификации, условия применения, необходимые ресурсы) обеспечения квалитетного сопровождения, педагогической и научно-исследовательской деятельности в области образования. уметь: - обеспечивать квалитетное сопровождение педагогической и научно-исследовательской деятельности в области образования.

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 3 семестре, форма итогового контроля - зачет.

Содержание дисциплины взаимосвязано с содержанием учебных дисциплин практик, научных исследований, формирующих компетенции УК-2, УК-3, ОПК-3, ПК-1.

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 3		
Контактная работа с преподавателем:		
аудиторные занятия (всего)		36
Лекции		10
Семинары		26
Самостоятельная работа обучающихся:		36
Составление опорных конспектов		6
Подготовка к семинарам		10
Подготовка рефератов		10
Работа над проектом		10
Вид промежуточной аттестации	зачет	

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)
----------	--------------------------------------	--

		всего	ауд	лекции	семинары	СРС
Семестр 3						
Модуль 1. Социальные системы						
Раздел 1. Полифункциональное управление в социальных системах						
	Тема 1. Социальные системы. Нормативно-правовая база как основа реализации управленческого цикла.	8	6	6		2
	Тема 2. Теория проектной деятельности. Социальные проекты, социальные программы.	6	2		2	4
Модуль 2. Менеджмент и маркетинг в деятельности организации						
Раздел 1. Менеджмент и маркетинг в образовании						
	Тема 1. Научные основы менеджмента. Основные понятия маркетинга.	6	4	4		2
	Тема 2. Понятие и классификация организаций. Внутренняя и внешняя среда организаций.	6	2		2	4
	Тема 3. Структура организации. Функции управления.	6	2		2	4
	Тема 4. Управленческие решения. Управление как процесс коммуникаций. Групповая динамика. Эффективность управления. Самоменеджмент. Квалиметрические основы принятия управленческих решений.	8	4		4	4
	Тема 5. Концепция маркетинга образовательных услуг.	5	2		2	3
	Тема 6. Окружающая маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг.	7	4		4	3
	Тема 7. Маркетинговые стратегии образовательных организаций, их формирование и оптимизация на основе квалиметрии.	7	4		4	3
	Тема 8. Ценообразование на рынке образовательных услуг и продуктов (ОУП).	5	2		2	3
	Тема 9. Коммуникации на рынке ОУП.	8	4		4	4
Итого – по дисциплине		72	36	10	26	36

3.2. Занятия лекционного типа

Лекция 1-3. Социальные системы. Нормативно-правовая база как основа реализации управленческого цикла.

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 4-5. Научные основы менеджмента. Основные понятия маркетинга.

Краткая аннотация к лекции.

Основные понятия менеджмента и маркетинга. Субъекты маркетинга образовательных услуг и продуктов (ОУП), особенности объектов маркетинга ОУП, проблемное содержание маркетинга ОУП. Возможности измерения качества менеджмента и маркетинга в образовании. Профессиональные и личностные характеристики менеджера и маркетолога в образовании.

3.3. Занятия семинарского (практического) типа

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

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.

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.

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. Управленческие решения. Управление как процесс коммуникаций. Групповая динамика. Эффективность управления. Самоменеджмент. Квалиметрические основы принятия управленческих решений.

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 № 5. Концепция маркетинга образовательных услуг.

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 ГТПИ).
3. Характеристика проблемного содержания маркетинга ОУП.
4. Принципы и методы маркетинга ОУП с точки зрения рыночной ориентации образовательного учреждения, их реализация в ГТПИ.

Практические задания

1. Вспомните и проанализируйте свою логику и аргументы принятия решения о получении образования в ГТПИ, 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 № 6. Окружающая маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг.

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

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 № 8. Ценообразование на рынке ОУП.

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 № 9. Коммуникации на рынке ОУП.

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.

3.3. Практические занятия

Учебным планом не предусмотрены.

3.4. Лабораторные занятия

Учебным планом не предусмотрены.

4. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего и промежуточного контроля (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 МВА).
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 04.04.2020)
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 04.04.2020)

5.2. Дополнительная литература

1. 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 04.04.2020)
2. 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 04.04.2020)
3. 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 04.04.2020)
4. 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 04.04.2020)
5. 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 04.04.2020)
6. 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 04.04.2020)
7. 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 04.04.2020)
8. 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 04.04.2020)
9. 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 04.04.2020)

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

6.1. Ресурсы информационно-коммуникационной сети Интернет

1. Ассоциация руководителей образовательных организаций - <https://educationmanagers.ru/>
2. Менеджер образования - <https://www.menobr.ru/>
3. Всероссийский конкурс «Директор школы» - <https://konkurs.direktor.ru/>
4. Портал педагогов - <https://portalpedagoga.ru/>
5. Открытое образование - <https://openedu.ru/>
6. Российское образование - <https://www.edu.ru/>
7. Министерство просвещения Российской Федерации <https://edu.gov.ru/>
8. Высшая аттестационная комиссия (ВАК) [Электронный ресурс]. – Режим доступа [http: // https://vak.minobrnauki.gov.ru/main](http://https://vak.minobrnauki.gov.ru/main)
9. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации – Режим доступа: <https://minobrnauki.gov.ru/>
10. Министерство образования и науки Удмуртской Республики – Режим доступа: <http://www.udmedu.ru/>
11. АУ УР «РЦИиОКО» <https://xn--h1aagpbh6b.xn--p1ai/iis/op/>
12. Образовательные портал Удмуртской Республики <https://ciur.ru/>
13. Институт развития образования Удмуртской Республики <https://iro18.ru/>
14. Научная библиотека ГГПИ Режим доступа: <http://lib.ggpi.org>
15. Портал государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru/fgosvo/95/91/7>
16. Библиотека квалиметролога <http://qualimetry.ru/>
17. Аспирантура: портал для аспирантов [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://www.aspirantura.spb.ru/>
18. Портал знаний - <https://www.emdev.ru/knowledge-management>
19. ГИВЦ - <http://indicators.miccedu.ru/monitoring/?m=vpo>

6.2. Профессиональные базы данных

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ). Полнотекстовая база данных. Режим доступа <https://rusneb.ru>
2. ФГБУ «Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина». Режим доступа <https://www.prilib.ru/>
3. Информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки «ЭКБСОН». Режим доступа <http://www.vlibrary.ru/?id=AboutProject>
4. Polpred.com Обзор СМИ– полнотекстовая база данных, многоотраслевая. Режим доступа <https://polpred.com>
5. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU Полнотекстовая, реферативная база данных. Режим доступа <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
6. Электронная библиотечная система IPR BOOKS (Режим доступа <http://www.iprbookshop.ru/>)
7. Электронная библиотечная система «Юрайт» (Режим доступа: <https://urait.ru>)
8. Базы данных издательства Springer Nature: Springer Journals (Режим доступа <https://link.springer.com>), Springer Journals Archive (Режим доступа <https://link.springer.com>), Nature Journals (Режим доступа <https://nature.com>), Springer Nature Protocols and Methods (Режим доступа

- <https://protocolsmethods.springernature.com>), Springer Materials (Режим доступа <https://materials.springer.com>), zbMATH (Режим доступа <https://zbmath.org>), Nano Database (Режим доступа [https:// nano.nature.com](https://nano.nature.com)), Springer eBooks (Режим доступа [https:// link.springer.com](https://link.springer.com)).
9. Многофункциональная система «ИНФОРМИО» для организаций высшего образования. Режим доступа <http://www.informio.ru/>
10. Электронная библиотечная система «Знаниум». Режим доступа <https://new.znaniium.com>

7. Методические указания и учебно-методическое обеспечение для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина реализуется в соответствии с указаниями «Методические рекомендации по организации образовательного процесса при освоении дисциплины», размещенными в ЭИОС института (eios.ggpi.org).

Методические рекомендации для работы с инвалидами и лицами с ОВЗ размещены в ЭИОС института (eios.ggpi.org).

8. Материально-техническая база, программное обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине

427621, Удмуртская Республика, Городской округ город Глазов, Глазов город, Первомайская улица, дом 25

Учебный корпус 1, аудитория 413. Полный перечень материально-технической базы и программного обеспечения размещены в ЭИОС института (eios.ggpi.org).

9. Рейтинг-план оценки успеваемости аспирантов

Дисциплина/преподаватель/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/3 семестр	10	26	1. Контроль посещаемости лекций 2. Контроль посещаемости семинарских занятий 3. Работа на семинарских занятиях <u>Контрольные мероприятия</u> 1. контрольная работа 2. тестирование 3. контрольные задания <u>Компенсационные мероприятия</u> 1. Письменный реферат по темам практических занятий	10 26 65 20 20 30 10	+ 1 балл за дополнения; + 3 балла за подготовку дополнительного дидактического материала	- 3 балла за невыполнение в установленные сроки	Зачет Допуск к зачету – 50 % «автомат» при зачете – 70 %=85 баллов
ИТОГО	10	26		171 (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 ПО ДИСЦИПЛИНЕ
НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ,
МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ И
СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

1. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине «Научные основы эффективного проектирования, менеджмента и маркетинга в системе образования и социальной сфере».

1.1. Настоящий Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине ««Научные основы эффективного проектирования, менеджмента и маркетинга в системе образования и социальной сфере»» является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины «Научные основы эффективного проектирования, менеджмента и маркетинга в системе образования и социальной сфере» (РПД). На данный ФОС распространяются все реквизиты утверждения, представленные в РПД по данной дисциплине.

1.2. Оценивание всех видов контроля осуществляется по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», «зачтено», «не зачтено».

1.3. Результаты оценивания текущего контроля учитываются в рейтинге.

2. Перечень компетенций с указанием результатов сформированности компетенций в процессе освоения образовательной программы

№ п/п	Содержание компетенции	Уровни формирования компетенции
1	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: - 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: - использовать положения и категории философии науки для оценивания, анализа научных фактов и явлений с позиций целостного системного научного мировоззрения
2	УК-3 готовность участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач	знать: - 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: - выполнять требования, предъявляемые к деятельности участников российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач
3	ОПК-3 Способность интерпретировать результаты педагогического исследования, оценивать границы их применимости, возможные риски их внедрения в образовательной и социокультурной среде, перспективы дальнейших исследований	знать: - приемы, методы, технологии (классификации, условия применения, необходимые ресурсы) интерпретирования результатов педагогического исследования, оценивание границ их применимости, возможные риски их внедрения в образовательной и социокультурной среде, перспективы дальнейших исследований уметь: - 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
4	ПК-1 готовность обеспечивать квалитетное сопровождение педагогической и научно-исследовательской деятельности в области образования, в том числе с применением информационных технологий.	знать: - технологии, методы, приемы (классификации, условия применения, необходимые ресурсы) обеспечения квалитетного сопровождения, педагогической и научно-исследовательской деятельности в области образования. уметь: - обеспечивать квалитетное сопровождение педагогической и научно-исследовательской деятельности в области образования.

3. Содержание оценочных средств текущего контроля и критерии их оценивания

3.1 Текущий контроль осуществляется преподавателем дисциплины при проведении занятий в следующих формах: контрольная работа, тестирование, подготовка проектов.

3.2 Формы текущего контроля и критерии их оценивания по уровням сформированности компетенций.

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

Типовые тестовые задания

Выберите правильный ответ:

УК-2

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.

УК-3

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.

ОПК-3

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.
6. Имидж организации это:
 - а) совокупность ценностей;
 - б) репутация;
 - в) надежность;
 - г) социальная ответственность.
7. Вязкость среды это:
 - а) воздействие одного фактора на другой;
 - б) усилия;
 - в) разнообразие внешних факторов;
 - г) скорость, с которой в среде происходят изменения.
8. Сложность среды это:
 - а) воздействие одного фактора на другой;
 - б) усилия;
 - в) разнообразие внешних факторов;
 - г) скорость, с которой в среде происходят изменения.
9. Степень взаимосвязанности факторов это:
 - а) воздействие одного фактора на другой;
 - б) усилия;
 - в) разнообразие внешних факторов;
 - г) скорость, с которой в среде происходят изменения.
10. Подвижность среды – это:
 - а) воздействие одного фактора на другой;
 - б) усилия;
 - в) разнообразие внешних факторов;

г) скорость, с которой в среде происходят изменения.

ПК-1

Дайте определения следующим понятиям:

1. Квалиметрия - _____
2. Педагогическая квалиметрия - _____
3. Деятельностный подход - _____
4. Культурологический подход - _____
5. Аксиологический подход – _____
6. Технологический подход – _____
7. Квалиметрический подход – _____
8. Методы теоретического исследования - _____
9. Методы эмпирического исследования: наблюдение - _____
10. Валидность - _____
11. Надежность - _____
12. «Опросные методы» - _____
13. Виды анкетирования - _____
14. Тестирование - _____
15. Типы тестирования. - _____
16. Виды тестов - _____
17. Наука - _____
18. Философия - _____
19. Научная картина мира - _____
20. Методология науки - _____
21. Принципы методологии - _____
22. Методология дескриптивная (описательная) - _____
23. Методология прескриптивная (нормативная) - _____
24. Научная парадигма - _____
25. Методология педагогики - _____
26. Общенаучный уровень методологии – _____
27. Уровень методологии для конкретной науки - _____
28. Научное наблюдение - _____
29. Требования к наблюдению _____
30. Педагогический эксперимент - _____
31. Этапы педагогического эксперимента - _____

Критерии оценивания результатов типовых тестовых заданий

100-90 % правильных ответов – оценка «отлично»/зачтено

89-75% правильных ответов – оценка «хорошо»/зачтено

74-50% правильных ответов – оценка «удовлетворительно»/зачтено

Ниже 50 % - оценка «неудовлетворительно»/не зачтено.

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

Типовые контрольные работы

Типовая контрольная работа № 1.

УК-2

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?

Типовая контрольная работа № 2.

УК-3

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?

Типовая контрольная работа № 3.

ОПК-3

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.
4. Составьте список фактически проведенных вузом коммуникационных мероприятий.
5. Постарайтесь выявить наиболее эффективные из коммуникационных мероприятий вуза, используя для этого социологические опросы в рамках и за пределами контингента фактически обучающихся в вузе.

Типовая контрольная работа № 4.

ПК-1

В тексте заданий контрольных работ содержатся фasetы – скобки (_ * _), внутри которых информация варьируется.

1. Опишите методологическую базу исследования, осуществляемого на основе деятельностного подхода.
2. Опишите методологическую базу исследования, осуществляемого на основе культурологического подхода.
3. Опишите методологическую базу исследования, осуществляемого на основе аксиологического подхода.

4. Опишите методологическую базу исследования, осуществляемого на основе технологического подхода.
5. Опишите методологическую базу исследования, осуществляемого на основе квалитетического подхода.
6. Проведите анализ результатов теоретических и эмпирических исследований в (*) педагогической науке за последние (*) лет.
7. Опишите этапы теоретического исследования на тему (*).
8. Организуйте проведение опроса среди студентов по теме (*). Проведите обработку и интерпретацию результатов.
9. Организуйте проведение тестирования среди студентов по теме (*). Проведите обработку и интерпретацию результатов.
10. Организуйте наблюдение за (*) с целью (*). Проведите обработку и интерпретацию результатов. Опишите этапы проведения педагогического эксперимента с целью (*).
11. Сформулируйте концепцию педагогического исследования на тему (*).
12. Определите необходимые условия и ресурсы для проведения исследования на тему (*).
13. Проведите интерпретацию следующих результатов педагогического исследования (*).

Критерии оценивания результатов выполнения типовых контрольных работ

При оценке результатов будут учитываться:

- 1) полнота раскрытия темы – 2 балла
- 2) корректное использование терминологии – 2 балла
- 3) культура устной и письменной речи – 4 балла
- 4) обоснованность выводов – 2 балла.

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.

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

Типовые контрольные задания:

УК-2

1. Представьте факторы эффективности и факторы неэффективности работы организации (учреждения).

УК-3

1. Составьте матрицу маркетинговых проблем и вариантов их решений, сформулируйте три-четыре альтернативные цепочки – варианты стратегии маркетинга-микс.

ОПК-3

1. Составьте план, определите бюджет коммуникационной деятельности вуза на следующий год.

ПК -1.

1. Опишите границы применимости ТРИЗ для решения задач педагогических исследований. Приведите примеры личного опыта применения ТРИЗ в профессиональной деятельности.

Критерии оценивания результатов типовых контрольных заданий

При оценке результатов будут учитываться:

- 1) полнота раскрытия темы: раскрытие взаимосвязей, закономерностей, следствий – 2 балла
- 2) корректное использование терминологии – 2 балла
- 3) культура устной и письменной речи – 2 балла
- 4) наличие личного опыта – 2 балла
- 5) обоснованность выводов – 2 балла.

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.

3.3 Методические указания по проведению процедуры текущего контроля

1. Текущий контроль проводится на протяжении всего семестра.
2. Сбор, обработка и оценивание результатов текущего контроля проводятся преподавателем, ведущим дисциплину.
3. Предъявление результатов оценивания осуществляется в течение недели после проведения контрольного мероприятия.
4. Результаты текущего контроля учитываются в рейтинге по дисциплине.
5. Все материалы, полученные от обучающихся в ходе текущего контроля, должны храниться в течение текущего семестра на кафедрах.
6. Считать, что положительные результаты текущего контроля свидетельствуют об успешном процессе формирования указанных компетенций (этапов формирования компетенций).

4 Содержание оценочных средств промежуточной аттестации и критерии их оценивания

4.1 Промежуточная аттестация проводится в виде зачета. Проверяемые компетенции: УК-2, УК-3, ОПК-3, ПК-1.

4.2. Содержание оценочного средства

Примерный перечень вопросов к зачету

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.
11. Субъекты маркетинга образовательных услуг и продуктов (ОУП).
12. Особенности объектов маркетинга ОУП.
13. Характеристика проблемного содержания маркетинга ОУП.
14. Принципы и методы маркетинга ОУП с точки зрения рыночной ориентации образовательного учреждения.
15. Окружающая маркетинговая микросреда.
16. Окружающая маркетинговая макросреда: политическая, экономическая, демографическая.
17. Окружающая маркетинговая макросреда: национальная, социально-культурная, морально-этическая, научно-техническая.
18. Сегментация рынка ОУП: по группам потребителей.
19. Сегментация рынка ОУП: по параметрам, по конкурентам.
20. Назначение и проблемы стратегии маркетинга для образовательных учреждений.

4.3 Критерии оценивания

Шкала оценивания для зачета:

Уровни освоения компетенции (-ий)	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Академическая оценка	% освоения (рейтинговая оценка)
Сформирован а	Студент показал достаточно прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты.	Зачтено	50-100
Не сформирована	При ответе выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины.	Не зачтено	менее 50

4.4 Методические указания по проведению процедуры промежуточной аттестации

1. Сроки проведения процедуры оценивания: зачета - на последнем занятии по предмету. Если обучающийся по результатам рейтинговой системы не набирает нужное количество баллов, то сдает зачет по вопросам.
2. Сбор, обработка и оценивание результатов промежуточной аттестации проводится преподавателем, ведущим дисциплину.
3. Предъявление результатов оценивания осуществляется: по окончании ответа студента и фиксируется в зачетной книжке и экзаменационной ведомости.
4. При наличии письменных ответов обучающихся, полученных в ходе экзаменационной сессии, материалы хранятся в течение месяца после завершения сессии на кафедрах.
5. Порядок выполнения и защиты курсовой работы регламентирован «Положением о курсовой работе ФГБОУ ВО «Глазовский государственный педагогический институт имени В.Г. Короленко».
6. Считать, что положительные результаты промежуточного контроля свидетельствуют об успешном процессе формирования указанных компетенций (этапов формирования компетенций).

