ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 570C2D07484A50AAED73C07FC7B574F0
Владелец: Хамитов Ильдар Салихьянович
Действителен: с 11.06.2026 до 04.09.2027

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»
Сибайский институт (филиал) УУНиТ
Технологический факультет

УТВЕРЖДАЮ:
и.о.декана Ш.Р. Мусин

«25» июня 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ В ОБРАЗОВАНИИ
(наименование дисциплины)
ОПОП 44.04.01 Педагогическое образование
шифр и наименование направления подготовки (специальности)

профиль Управление образованием
наименование направленности (профиля, специализации)

Уровень высшего образования –магистратура

форма обучения заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Сибай – 2025

Рабочая программа составлена на основании учебного плана основной профессиональной образовательной программы 44.04.01 Педагогическое образование, направленность (профиль, специализация) Управление образованием, одобренного Ученым советом СИ (филиала) УУНиТ (протокол № 12 от 25.06.2025)

Заведующий кафедрой Куваева М.М.

Разработчик программы Туйсина Г.Р.

(подпись)

Руководитель образовательной программы Валеев А.С.

(подпись)

1. Цель дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Цель дисциплины заключается в формировании теоретических и практических знаний у руководителей и специалистов образовательных учреждений по использованию маркетинговых подходов в управлении деятельностью учебных учреждений в рыночных условиях.

Для достижения цели дисциплины предполагается решить следующие задачи:

1. изучить технологии маркетинга в образовании;
2. изучить методы прогнозирования, анализа, обоснования и оптимизации маркетинговых подходов и моделей в образовании;
3. сформировать умения разрабатывать маркетинговые мероприятия и проводить их оценку в социально-экономическом аспекте;
4. сформировать навыки применения инструментов маркетинга для повышения конкурентоспособности образовательной организации.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 1. – Результаты обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Знает: правовые основания для представления и описания результатов деятельности; правовые нормы для оценки результатов решения задач	Знать О способах управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
		УК-2.2. Умеет: проверять и анализировать нормативную документацию; формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение; выбирать оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения	Уметь Управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
		УК-2.3. Владеет: навыками постановки целей, выбора оптимальных способов решения поставленных целей и задач; навыками оценки имеющихся ресурсов и ограничений при разработке и реализации проекта; публичного представления	Владеть Навыками управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
		результатов проекта; проведения профессионального обсуждения результатов проектной деятельности	
ПК-4	способен разрабатывать и реализовывать методики, технологии и приемы обучения, анализировать результаты процесса их использования в образовательных организациях, осуществляющих образовательную деятельность	ПК 4.1 Демонстрирует знание принципов проектирования, владения проектными технологиями.	Знать О разработке и реализации методик, технологий и приемов обучения признаки технологий исследования
		ПК 4.2 Разрабатывает и реализует индивидуальную и совместную учебно-проектную деятельность обучающихся	Уметь Разрабатывать и реализовывать методики, технологи и приемы обучения в образовательных организациях, осуществляющих образовательную деятельность
		ПК 4.3 Использует передовые педагогические технологии в процессе реализации учебно-проектной деятельности обучающихся.	Владеть Навыками работы и реализации методик, технологий и приемов обучения, к анализу результатов процесса их использования в образовательных организациях, осуществляющих образовательную деятельность

3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы. Объем и структура дисциплины

Дисциплина «Маркетинг в образовании» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, профиль (направленность) программы Управление образованием.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Таблица 2 – Объем дисциплины

Вид работы	**Объем дисциплины**
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	72 / 2
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	6
практических/ семинарских	18
лабораторных	

контроль самостоятельной работы (ФКР)	4
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР) включая подготовку к экзамену/зачету	44

. Содержание дисциплины

3. Содержание дисциплины

Таблица 3 – Содержание дисциплины

№	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности			Формы текущего контроля успеваемости
		Лек., час	Практ. раб., час	СРС, час	
1.	Введение: сущность и понятие маркетинга в образовании и связь с другими дисциплинами.	1	2	5	Тесты, деловая игра
2.	Внутренняя и внешняя среда образовательного учреждения.	1	2	5	Тесты, деловая игра, решение задач
3.	Контролируемые и неконтролируемые факторы, воздействующие на образовательные учреждения.	1	2	5	Тесты, разбор ситуаций, контрольная работа
4.	Маркетинговые исследования как инструмент формирования образовательной стратегии.	1	2	6	Тесты, решение задач
5.	Инструменты маркетинга в управлении развитием образовательного учреждения.	1	2	6	Тесты, решение задач
6.	Участники рынка. Рынок. Покупки.	1	2	5	Тесты, деловая игра
7.	Управление маркетинговой деятельностью в образовательном учреждении.		2	5	Тесты, деловая игра
8.	Определения места образовательного учреждения и его услуг на рынке.		4	6	Тесты, решение задач, контрольная работа

№	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности			Формы текущего контроля успеваемости
		Лек., час	Практ. раб., час	СРС, час	
9.	Промежуточная аттестация (подготовка к зачету).	-	-	5	Сдача семестровых заданий, тест
	Всего часов (по темам):	8	18	48	

Таблица 4 – Практические (семинарские) занятия

№	Наименование практических занятий	Объем, час.
1.	Практическое занятие 1. Введение: сущность и понятие маркетинга в образовании.	2
2.	Практическое занятие 2. Внутренняя и внешняя среда образовательного учреждения.	2
3.	Практическое занятие 3. Контролируемые и неконтролируемые факторы.	2
4.	Практическое занятие 4. Маркетинговые исследования как инструмент стратегии.	2
5.	Практическое занятие 5. Инструменты маркетинга в управлении развитием.	2
6.	Практическое занятие 6. Участники рынка. Рынок. Покупки.	2
7.	Практическое занятие 7. Управление маркетинговой деятельностью.	2
8.	Практическое занятие 8. Определение места образовательного учреждения на рынке.	4
	Итого	18

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

Пример тестовых заданий

УК-2.

Задание 1. Задание закрытого типа на установление соответствия

Установите все соответствия и запишите пары обозначений в порядке, указанном в задании.

Соотнесите показатель эффективности с его содержанием в образовании.

Показатель	**Содержание**
А. Стоимость привлечения ученика (CAC)	1. Совокупная ценность ученика за все годы обучения (LTV) минус затраты
Б. Удержание (Retention)	2. Стоимость маркетинговых усилий по зачислению одного ученика
В. Маржинальность ученика	3. Доля учеников, остающихся в организации на следующий учебный год

А	Б	В

Задание 2. Задание закрытого типа на установление последовательности

Установите правильную последовательность и запишите все обозначения слева направо.

Установите правильную последовательность этапов управления изменениями при ребрендинге школы.

1. Реализация новой айдентики и коммуникационной стратегии.
2. Анализ текущего имиджа и постановка целей.
3. Оценка реакции целевой аудитории и корректировка.
4. Разработка концепции бренда и визуальных решений.

Задание 3. Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных и обоснованием выбора

Выберите один верный ответ. Приведите развёрнутое обоснование выбора.

Какое решение соответствует «data-driven» подходу при падении конверсии сайта школы?

1. Немедленно увеличить бюджет в два раза.
2. Провести анализ веб-аналитики, выявить проблемные страницы и исправить их.
3. Сменить логотип.
4. Уволить завуча.

Задание 4. Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора

Выберите все верные ответы. Верных вариантов несколько. Приведите развёрнутое обоснование выбора.

Какие элементы обязательно входят в стратегию маркетинга школы?

1. Описание целевой аудитории (родители).
2. Перечень каналов (соцсети, контекст) и их KPI.
3. Личные дела учителей.
4. План бюджета.

Задание 5. Задание открытого типа с развернутым по содержанию ответом

Дайте развёрнутый по содержанию ответ. Раскройте требуемые положения, приведите объяснение, а для расчётной задачи — ход решения и итоговый вывод.

Образовательная организация израсходовала 180 000 руб. и привлекла 30 новых обучающихся. Средний доход на обучающегося — 2 000 руб. в месяц, средний срок обучения — 6 месяцев. Рассчитайте CAC, упрощённый доходный LTV и отношение LTV/CAC. Для данной задачи используйте условный целевой ориентир 3. Предложите два управленческих действия и укажите, каких данных не хватает для оценки прибыли.

ПК-4

Задание 6. Задание закрытого типа на установление соответствия

Установите все соответствия и запишите пары обозначений в порядке, указанном в задании.

Соотнесите показатель веб-аналитики сайта школы с его определением.

Показатель	**Определение**
А. Показатель отказов	1. Среднее число страниц, просмотренных родителем за визит
Б. Глубина просмотра	2. Доля сессий, где родитель ушел, не оставив заявку
В. Конверсия	3. Отношение числа заявок к числу визитов

А	Б	В

Задание 7. Задание закрытого типа на установление последовательности

Установите правильную последовательность и запишите все обозначения слева направо.

Прочитайте текст и установите последовательность

Установите последовательность этапов проведения прикладного исследования рынка на основе цифровых данных:

1. Сбор данных из цифровых источников (веб-аналитика, соцсети, CRM).
2. Формулировка гипотезы и постановка исследовательского вопроса.
3. Формулировка выводов и подготовка аналитической записки.
4. Анализ и интерпретация полученных данных.

Задание 8. Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных и обоснованием выбора

Выберите один верный ответ. Приведите развёрнутое обоснование выбора.

Компания сравнивает эффективность двух рекламных кампаний за одинаковый период и бюджет.

• Компания А: 50 000 показов, CTR 2%, конверсия сайта 5%.

• Компания Б: 20 000 показов, CTR 5%, конверсия сайта 4%.

Какая компания обеспечила большее число конверсий?

1. Компания А.
2. Компания Б.
3. Компании равны.
4. Данных недостаточно.

Задание 9. Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора

Выберите все верные ответы. Верных вариантов несколько. Приведите развёрнутое обоснование выбора.

Какие показатели относятся к метрикам вовлечённости (engagement) в социальных сетях?

1. ER (engagement rate).
2. Количество репостов и комментариев.
3. Стоимость аренды офиса компании.
4. Среднее время взаимодействия с публикацией.

Задание 10. Задание открытого типа с развернутым по содержанию ответом

Дайте развёрнутый по содержанию ответ. Раскройте требуемые положения, приведите объяснение, а для расчётной задачи — ход решения и итоговый вывод.

Решите задачу и запишите ответ

Компания проводила две рекламные кампании. По результатам собраны данные: кампания А — затраты 80 000 руб., получено 40 продаж; кампания Б — затраты 150 000 руб., получено 90 продаж. Средняя маржа с одной продажи 2 000 руб.

Вопросы к зачету:

1. Основные направления развития современного образования.
2. Образование в условиях глобализации.
3. Сущность понятий «компетенция» и «компетентность». Основные идеи компетентностного подхода.
4. Взаимосвязь педагогической науки и практики
5. Характерные черты опережающей модели образования.
6. Информатизация, информационные технологии и информационная среда обучения как условия развития опережающего образования.
7. Современная дидактические концепции.
8. Понятие и сущность инновационного процесса в образовании
9. Инновационные учебные заведения
10. Урок как основная форма организации обучения в школе. Нетрадиционные уроки.
11. Содержание воспитания в современной школе.
12. Воспитывающая деятельность: назначение, сущность, содержание.
13. Обзор современных подходов к воспитанию: системный подход, деятельностный подход;, личностно-ориентироанный подход, философско-антропологичевкий подход, синегретический подход.
14. Проблемы и перспективы реализации компетентностного подхода в образовании.
15. Реализация компетентностного подхода на уроках в средней общеобразовательной школе.
16. Применение компетентностного подхода при обучении истории.

17. Оценка преподавателем степени своего соответствия профессиональным требованиям.

18. Процесс становления профессионально-педагогической культуры преподавателя.

19. Теории развития личности. Формы актуализации культурологических идей в образовании

20. Проблема качества образования в педагогической теории и практике

21. Подходы к организации системы управления качеством образования

22. Модели и технологии обеспечения качества образования

23. Виды деятельности и функции отдельных участников образовательного процесса, связанные с информатизацией и регламентируемые локальными актами учреждения.

24. Проблемы воспитания творческой личности

25. Школа как организующий центр совместной деятельности школы, семьи и общественности.

26. Педагогические технологии: понятие и типология.

27. Педагогическая поддержка как вид взаимодействия, актуализирующийся под влиянием потребностей современного образования.

28. Конструирование педагогической поддержки как системы ситуаций, отражающих логику рефлексии.

29. Роль активности самой личности в собственном развитии. Внешние и внутренние факторы развития личности. Понятие о саморазвитии личности и персонификации воспитания.

30. Информатизация всех видов и форм образования.

Примерная тематика рефератов:

1. Ориентация современного содержания образования на рынок труда
2. Духовные основы содержания образования
3. Отражение социальной сферы жизни человека в содержании образования
4. Русская культура как основа содержания образования и воспитания
5. Духовно-нравственные основы воспитания гражданина
6. Авторитарные и гуманистические тенденции в практике школьного воспитания в современном мире.
7. Общечеловеческое и национальное в школьном воспитании.
8. Опыт использования технологий дистанционного обучения в средней и высшей школе (на примере одной или нескольких стран).
9. Поиски новой модели школьного образования за рубежом.
10. Управление системой образования: современные подходы.
11. Революция технических средств обучения и воспитания за рубежом и в России.
12. Проблема гарантии права на образование в школах ведущих стран мира.
13. Разработка стандартов в области школьного образования: зарубежный опыт.
14. Зарубежные педагоги о современной школе.
15. Современные дидактические концепции на Западе и в России: сравнительный анализ.
16. Дифференциация обучения в средней школе: сравнительный анализ мирового опыта.
17. Проблема оценки образовательных достижений школьников в средней школе.
18. Частное образование: плюсы и минусы.
19. Характеристика частной школы одной из стран (по выбору).
20. Современные зарубежные концепции школьного воспитания.
21. Приоритеты школьного воспитания: анализ современных подходов.
22. Поликультурное воспитание: концепция, содержание, формы и методы.
23. Система работы с одаренными детьми за рубежом: опыт, проблемы и перспективы.

24. Борьба с девиантным поведением школьников в зарубежной школе (на примере одной или нескольких стран).
25. Болонский процесс: нужен ли он России?
26. Современный университет и приоритеты его развития.
27. Специфика работы престижных вузов мира.
28. Тенденции развития дополнительного образования в странах мира.
29. Разработка зарубежными исследователями теоретических вопросов образования взрослых. Андрагогика.
30. Концепция непрерывного образования: становление, сущность, примеры реализации в практике.
31. Сравнительный анализ национальных систем подготовки педагогических кадров.
32. Система повышения квалификации учителей за рубежом: сравнительный анализ.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 - Маркетинг / под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Вузовский учебник [и др.], 2013. – 280
2. Маркетинг в образовании/А.М. Чернопятов, В.В. Попова.Raleign, North Carolina, USA: Lulu Press, 2017. 237p.
3. Управление дошкольным образованием : учеб. и практикум для акад. бакалавриата : учеб. для студентов вузов, обучающихся по гуманитар. направлениям и специальностям / Моск. гор. пед. ун-т ; под ред. Н. А. Виноградовой, Н. В. Микляевой. - М. : Юрайт, 2015
4. Чернопятов А.М. Маркетинг: учебник/ А.М. Чернопятов. -М.: Издательство "Палеотип", 2015. -346с.
5. Щучкина, И. И. Менеджмент знаний : Учебное пособие / Щучкина И. И. - Москва : Палеотип, 2012. - 56 с. - ISBN 5-94727-167-7. URL:http://www.iprbookshop.ru/10232

5.2 Дополнительная литература:

6. Басовский, Л. Е. Маркетинг : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 080500 "Менеджмент" / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2012. – 420
7. Бородавкина, Н. Ю. Менеджмент и инновации : Учебно-методический комплекс / Бородавкина Н. Ю. - Калининград : Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2011. - 200 с. - ISBN 978-5-9971-0155-8 URL:http://www.iprbookshop.ru/23815
8. Васильев, Г. А. Управленческое консультирование : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Васильев, Е. М. Деева . - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 255 с.
9. Дресвянников, В. А. Менеджмент организации : Учебное пособие / Дресвянников В. А. - Саратов : Вузовское образование, 2014. - 137 URL:http://www.iprbookshop.ru/23580
10. Езопова, С. А. Менеджмент в дошкольном образовании : учеб. пособие для студентов вузов / С. А. Езопова . - М. : Академия, 2003. - 320 с.
11. Зарецкий, А.Д. Менеджмент социальной работы : учеб. пособие для студентов вузов по специальности "Социальная работа" / А.Д. Зарецкий. - Изд. 2-е, доп. и перераб. - Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 187
12. Принятие стратегических маркетинговых решений в образовательных учреждениях : учеб. пособие [для студентов специальностей "Управление инновациями", "Менеджмент качества"] / Ю. В. Шленов [и др.]. - М. : [Рос. гос. ун-т инновац. технологий и предпринимательства], 2011. – 176
13. Шарипов, Ф. В. Менеджмент общего и профессионального образования : Учебное пособие / Шарипов Ф. В. - Москва : Логос, 2014. - 432 с. - ISBN 978-5-98704-750-7. URL:http://www.iprbookshop.ru/27267

5.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины:

www.e-xecutive.ru – Интернет сообщество профессиональных менеджеров http://www.gks.ru – Официальный Интернет-сайт Федеральной службы государственной статистики

http://proquest.umi.com/login - **ProQuest: ABI /Inform Global** - полнотекстовая база данных по бизнесу, менеджменту и экономике

http://www.consultant.ru/ — справочно-правовая система «Консультант+».

http://www.garant.ru/ — информационно-правовой портал — необходимый источник информации об изменениях российского хозяйственного законодательства.

Многие версии нормативно-правовых документов находятся в свободном доступе на этих двух сайтах.

http://elibrary.ru — Научная электронная библиотека — крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 19 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 3900 российских научно-технических журналов, из которых более 2800 журналов в открытом доступе.

http://e.lanbook.com / — ЭБС «Издательство «Лань». В течение 2014 года НГУ имеют доступ к следующим тематическим коллекциям: «Социально-гуманитарные науки» – 2 622 названий, «Право. Юридические науки» – 1 526 названий, «Экономика и менеджмент» – 2 827 названий.

http://biblioclub.ru — Базовая коллекция **ЭБС «Университетская библиотека online»** Эта ЭБС обеспечивает университет основной учебной и научной литературой в соответст- вии с требованиями ФГОС ВПО. Включает более 105 000 электронных изданий по всем направлениям учебного процесса в НГУ; из них – более 11 000 учебников

6. **Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине Маркетинг в образовании**

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
Учебная аудитория для проведения учебных занятий: Аудитория № 252	Лекции Практические занятия	Оборудование: учебная и специализированная мебель, технические средства обучения, доска, ноутбук, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядные пособия с тематическими иллюстрациями
Для лиц с ОВЗ: Аудитория № 106	Лекции Практические занятия	Оборудование: учебная мебель; технические средства обучения; доска; мультимедиапроектор; экран переносной; персональный компьютер; wi-fi роутер.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой, с возможностью подключения к сети Интернет и доступом в электронную информационно-	Самостоятельная работа	Оборудование: учебная мебель; доска; персональные компьютеры: процессор; монитор; мышь.

образовательную среду организации: Аудитория № 248		

ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ

Рабочая программа дисциплин является актуальной на 2026-2027 учебный год согласно заседания кафедры от «24» июня 2026 г., протокол № 11.

Заведующий кафедрой  Куваева М.М./