

3.6.10. Программа ВОП. 10 Маркетинг в области дополнительного образования детей

1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 44.02.03 «Педагогика дополнительного образования» укрупнённой группы специальностей 44.00.00 «Образование и педагогические науки».

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «Маркетинг в области дополнительного образования детей» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла основной профессиональной образовательной программы по специальности 44.02.03 Педагогика дополнительного образования.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины

Целью данного курса является – достижение студентами профессиональной компетентности, заключающейся в способности и готовности реализовать права детей с ограниченными возможностями здоровья на качественное дополнительное образование.

Задачи:

- формировать базовую систему знаний о закономерностях психофизического развития детей с ОВЗ;
- помочь сориентироваться в проблемах дополнительного образования детей с ограниченными возможностями здоровья;
- способствовать овладению студентами педагогическими технологиями помощи, поддержки и сопровождения учащихся с особыми образовательными потребностями в системе дополнительного образования.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

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

– изучать рынок образовательных услуг, адаптировать учреждение дополнительного образования к запросам населения.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

знать:

– определение, содержание и основные понятия маркетинга: нужды, потребности, запросы, товар, сделка, рынок;

– механизмы управление маркетингом, состояния спроса: отрицательный спрос, отсутствие спроса, скрытый спрос, падающий спрос, нерегулярный спрос, полноценный спрос, чрезмерный спрос, нерациональный спрос;

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

– цели системы маркетинга;

– системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации;

– потребительские рынки и покупательское поведение потребителей;

– разработку услуги, определение и классификацию услуг и их жизненный цикл;

– стратегию прочного внедрения на рынок;

– продвижение услуги и основные составляющие комплекса стимулирования;

– виды рекламы, её назначение, содержание и разработку;

– способы стимулирования сбыта и пропаганды;

– механизмы управление маркетингом дополнительного образования образования, состояния спроса: отрицательный спрос, отсутствие спроса, скрытый спрос, падающий спрос, нерегулярный спрос, полноценный спрос, чрезмерный спрос, нерациональный спрос;

– концепции управления маркетингом дополнительного образования детей;

– цели системы маркетинга УДО;

– сущность, принципы и методы маркетинга в образовании;

– специфику маркетинга в УДО.

4. Содержание дисциплины

Раздел 1. Понятие и сущность маркетинга

Тема 1.1. Определение, содержание и основные понятия маркетинга

Тема 1.2. Процесс управления маркетингом

Тема 1.3. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации

Раздел 2. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации

Тема 2.1. Маркетинг дополнительного образования детей

Тема 2.2. Маркетинговые особенности образовательной среды

Тема 2.3. Управление спросом на образовательные услуги

Тема 2.4. Система маркетинговой информации и проведение маркетинговых исследований в учреждении дополнительного образования

Тема 2.5. Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование образовательной услуги

Темы 2.6. Имидж образовательного учреждения и его услуг

Тема 2.7. Формирование комплекса маркетинга в сфере услуг дополнительного образования детей

Тема 2.8. Управление маркетинговой деятельностью в учреждении дополнительного образования детей

Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины

максимальной учебной нагрузки обучающегося 72 часа, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 48 часов; самостоятельной работы обучающегося 24 часа.

6. Форма контроля

Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет.

7. Составитель(и)

Лыжина Н. Г., преподаватель ГБПОУ СО «Нижнетагильский педагогический колледж № 2»