

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»
НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) ПРОГРАММЫ «МАРКЕТИНГ»**

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ В ОБРАЗОВАНИИ»

Цель дисциплины – дать комплексные знания в области теории и практики маркетинга образовательных услуг, снабдить обучающихся инструментами для применения теоретических знаний в области маркетинга образовательных услуг в практической деятельности.

Основные задачи курса:

1. Показать роль и место маркетинга в модернизации образовательных учреждений;
2. Изучить основные понятия, принципы и концепции маркетинга образовательных услуг;
3. Дать представление о маркетинговой среде образовательных учреждений и тенденциях ее развития;
4. Ознакомить студентов с методологией и методами проведения маркетинговых исследований в сфере образования.
5. Сформировать знания и навыки для решения типовых задач маркетинга образовательных учреждений:
 - организации маркетинговой деятельности образовательного учреждения;
 - планирования и реализации маркетинговых мероприятий на стратегическом и оперативном уровнях;
 - проведения маркетинговых исследований
 - сегментирования рынков, выбора целевых сегментов, позиционирования образовательных учреждений и оказываемых ими услуг;
 - формирования товарной, ценовой политики и политик распространения и продвижения;
 - привлечения, удержания и формирования продолжительных отношений с потребителями и партнерами
6. Ознакомить студентов с организацией маркетинговой деятельности образовательных учреждений.

Требования к уровню освоения дисциплины: дисциплина формирует профессиональные компетенции:

Способность:

- Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);
- Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов или 3 зачетные единицы.

Форма промежуточного контроля – экзамен.

Основные разделы дисциплины:

- Сущность маркетинга образовательных услуг
- Анализ маркетинговой среды образовательного учреждения
- Информационное обеспечение маркетинга и организация маркетинговых исследований в сфере образования
- Стратегический маркетинг и его инструменты в образовательной сфере: корпоративная, деловая, маркетинговая стратегия учреждения образования

- Разработка эффективного комплекса маркетинга образовательного учреждения
- Организация маркетинговой деятельности учреждения образования

Составитель: к.э.н., доцент Гладкова М.В.