

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Кафедра менеджмента

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

«Управление образовательными системами»

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ И БРЕНДИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ
Б1.О.07

краткое наименование дисциплины – МиБОС

по направлению подготовки:

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

формы обучения: очно-заочная, заочная

Год набора - 2023

Новосибирск, 2022

1. Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина (Б1.О.07 «Маркетинг и брендинг образовательных услуг») обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКр-1	Способен участвовать в осуществлении стратегического управления в интересах общества и государства, включая постановку общественно значимых целей, формирование условий их достижения, организацию работы для получения максимально возможных результатов, организацию взаимодействия с внешней средой (другими государственными и муниципальными органами, организациями, гражданами) в данной деятельности	ПКр-12	Способен использовать исследовательские методы экономических, социальных, политических, юридических наук, а также инструментальные средства, способствующие интенсификации познавательной деятельности при проведении научных исследований по проблемам публичного управления, управления в социальной сфере
ПКр-13	Способен разрабатывать программы научных исследований и организовывать их выполнение, применять количественные и качественные методы анализа при принятии решений в области публичного управления, управления в социальной сфере		

2. Объем дисциплины

Объем дисциплины общий объем дисциплины в зачетных единицах 3 /108 акад. час.

На очно-заочной форме обучения на контактную работу с преподавателем выделено 48 час. (16 час. – лекций, 34 час. – практических занятий) и 31 час. на самостоятельную работу обучающихся.

На заочной форме обучения на контактную работу с преподавателем выделено час. (4 час. – лекций, 6 час. – практических занятий) и 58 час. на самостоятельную работу обучающихся

3. Структура дисциплины

Очно-заочная форма обучения

№п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.	Форма текущего
------	------------------	------------------------	----------------

	(разделов)	Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации
			л	лр	пз	КСР		
Раздел 1.	Основы маркетинговой деятельности в сфере образования		8		8		14	
Тема 1.1.	Современные тенденции рынка образования в мире и России		2		2		2	УО
Тема 1.2.	Сущность и специфика маркетинга в сфере образования		2		2		4	УО
Тема 1.3.	Маркетинговая среда образовательного учреждения и ее анализ		2		2		4	ПО
Тема 1.4.	Продвижение образовательных услуг на рынке		2		2		4	ПО
Раздел 2	Брендинг образовательных услуг	8			8		17	

¹Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), письменный опрос (ПО), тестирование (Т), К (коллоквиум), контрольная работа (КР), дискуссия (Д), устный доклад (УД), портфолио (П).

№п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			л	лр	пз	КСР		
Тема 2.1.	Значение брендинга в сфере образования		2		2		4	ПЗ
Тема 2.2.	Создание бренда в сфере образования		2		2		4	ПЗ
Тема 2.3.	Правовые аспекты брендинга		2		2		4	ПЗ
Тема 2.4.	Управление брендом в сфере образования		2		4		5	Т
Промежуточная аттестация		27						Экзамен
Всего:		50	16		34		31	ак.ч.
		3						з.е.
		81						астр.ч.

Используемые сокращения:

Л - занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР - лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ - практические занятия (виды занятий семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР - индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ - занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том

числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СРО - самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Примечание:

* формы заданий текущего контроля успеваемости (контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол) и т.п.) и виды учебных заданий (эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.), с применением которых ведется мониторинг успешности освоения образовательной программы обучающимися

** формы промежуточной аттестации: экзамен (Э), зачет (З)/зачет с оценкой (З/О)

Для заочной формы обучения

№п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости ² , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			л	лр	пз	КСР		
Раздел 1.	Основы маркетинговой деятельности в сфере образования	50	4		6		40	
Тема 1.1.	Современные тенденции рынка образования в мире и России	11	1				10	
Тема 1.2.	Сущность и специфика маркетинга в сфере образования	13	1		2		10	
Тема 1.3.	Маркетинговая среда образовательного учреждения и ее анализ	13	1		2		10	

²Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), письменный опрос (ПО), тестирование (Т), К (коллоквиум), контрольная работа (КР), дискуссия (Д), устный доклад (УД), портфолио (П).

№п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости ² , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			л	лр	пз	КСР		
Тема 1.4.	Продвижение образовательных услуг на рынке	13	1		2		10	
Раздел 2	Брендинг образовательных услуг	53	6		4		43	
Тема 2.1.	Значение брендинга в сфере образования	11	1				10	
Тема 2.2.	Создание бренда в сфере образования	11	1				10	
Тема 2.3.	Правовые аспекты брендинга	14	2		2		10	
Тема 2.4.	Управление брендом в сфере образования	17	2		2		13	
Промежуточная аттестация		27						Экзамен

№п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.				СР	Форма текущего контроля успеваемости ² , промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			л	лр	пз			КСР
Всего:		50	16		34		31	ак.ч.
		3						з.е.
		81						астр.ч.

Используемые сокращения:

Л - занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР - лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ - практические занятия (виды занятий семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР - индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ - занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СРО - самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Примечание:

* формы заданий текущего контроля успеваемости (контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол) и т.п.) и виды учебных заданий (эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.), с применением которых ведется мониторинг успешности освоения образовательной программы обучающимися

** формы промежуточной аттестации: экзамен (Э), зачет (З)/зачет с оценкой (З/О)

4. Форма промежуточной аттестации

Формы промежуточной аттестации: экзамен

5. Основная литература

1. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469384> (дата обращения: 19.06.2022).

2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477307> (дата обращения: 19.06.2022).