

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.15.01 «Реклама образовательных услуг»**

Направление подготовки:

44.03.01 «Педагогическое образование»

Профиль: «Начальное образование»

Заочная форма обучения

1. Цели освоения дисциплины: сформировать глубокие теоретические и практические знания, умения и навыки по формированию научных основ маркетинга, управлению системными маркетинговыми инструментами для удовлетворения потребностей как отдельно взятой личности, так и общества в целом, достижения целей хозяйствующего субъекта на рынка с учетом последних достижений в области маркетинга образования.

Основными образовательными **задачами** дисциплины являются:

- обучение студентов современным подходам, формам и методам маркетинговой деятельности в образовании;
- формирование у студентов понимания роли и значения действий профессиональных менеджеров по маркетингу, направленных на совершенствование деятельности современных образовательных учреждений;
- изучение студентами взаимоотношений субъектов рынка образовательных услуг;
- освоение студентами основных концепций маркетинга;
- формирование у студентов понимания социальной основы маркетинга, профессиональной ответственности за свои решения и действия.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Данная учебная дисциплина Б1.В.ДВ.15.01 «Реклама образовательных услуг» является дисциплиной по выбору вариативной части образовательной программы.

При изучении данной дисциплины студенты опираются на имеющиеся знания, полученные при изучении психолого-педагогических и экономических дисциплин.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению: ПК-6; ПК-13; ПК-14.

- готовностью к взаимодействию с участниками образовательного процесса (ПК-6);
- способностью выявлять и формировать культурные потребности различных социальных групп (ПК-13);
- способностью разрабатывать и реализовывать культурно-просветительские программы (ПК-14).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- структуру современного рынка образовательных услуг и объекты рыночных отношений в образовании;
- функциональные задачи рекламы в образовании;
- основы планирования товародвижения и сбыта образовательных услуг;

- системы рекламных исследований и маркетинговой информации;
- сущность рекламных коммуникации, основы рекламной деятельности.

Уметь:

- внедрять систему основных принципов маркетинга в предпринимательскую деятельность с учетом влияния внутренних и внешних факторов рыночной среды;
- использовать формы и методы рекламных исследований для успешной реализации маркетинговых проектов;
- оценивать конкурентоспособность образовательных услуг;
- планировать товародвижение и сбыт образовательных услуг;
- планировать и управлять рекламой в образовании.

Владеть:

- разработки комплекса рекламной для различных услуг, предназначенных для различных рыночных сегментов;
- применения современных форм и методов планирования и прогнозирования для определения приоритетных целей и перспективных задач рекламной деятельности образовательной организации, а также выбора оптимальных стратегий их решения;
- проведения внутренней и внешней ревизии рекламной деятельности образовательной организации;
- организации службы рекламы в образовательном учреждении;
- осуществления управления и контроля рекламной деятельности образовательного учреждения.

4. Структура дисциплины «Реклама образовательных услуг»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Курс	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			ЛК	ПЗ	СР	
1.	Маркетинг в сфере услуг. Система маркетинга организаций	5	2	2	18	домашнее задание устный опрос
2.	Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг		2	2	20	устный опрос тестирование
3.	Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности.		-	2	20	домашнее задание презентация
Итого:		5	4	6	58	зачет

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Авсянников Н.М. Маркетинг в образовании. - М.: Изд-во РГГУ, 2008. - 241 с.
2. Амблер Т. Практический маркетинг / Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2009. - 400 с.

3. Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 285 с.
4. Ивашкова Н.И. Управление маркетингом: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 176 с.

б) дополнительная литература:

1. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 239 с. — 978-5-238-01525-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52069.html>
2. Социальная реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / Л.М. Дмитриева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 271 с. — 978-5-238-01544-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34509.html>
3. Бернадская Ю.С. Звук в рекламе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама» / Ю.С. Бернадская. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 135 с. — 978-5-238-01245-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34455.html>
4. Кайль А.Н. Комментарий к ФЗ от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» [Электронный ресурс] / А.Н. Кайль. — Электрон. текстовые данные. — М. : Новая правовая культура, 2008. — 538 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1603.html>
5. Нархов Д.Ю. Реклама. Управленческий аспект [Электронный ресурс] : учебное пособие / Д.Ю. Нархов, Е.Н. Нархова. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2015. — 264 с. — 978-5-7996-1434-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68468.html>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. <http://www.iprbookshop.ru/>
2. <http://www.biblioclub.ru>
3. <http://elibrary.ru>
4. www.e.lanbook.com
5. <http://polpred.com/>

Состав лицензионного программного обеспечения

1. Windows 10 Pro
2. WinRAR
3. Microsoft Office Professional Plus 2013
4. Microsoft Office Professional Plus 2016
5. Microsoft Visio Professional 2016
6. Visual Studio Professional 2015
7. Adobe Acrobat Pro DC
8. ABBYY FineReader 12
9. ABBYY PDF Transformer+
10. ABBYY FlexiCapture 11
11. Программное обеспечение «interTESS»
12. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс», версия «эксперт»
13. ПО Kaspersky Endpoint Security
14. «Антиплагиат.ВУЗ» (интернет - версия)
15. «Антиплагиат- интернет»
16. ПО для управления процессом обучения LabSoft Classroom Manager, артикул SO2001-5A

Автор М. Димитри / М. В. Димитри /
(подпись) (расшифровка подписи)
Рецензент А. М. - / Л. Н. Елизарова /
(подпись) (расшифровка подписи)

Рассмотрена на заседании кафедры Теории и методики обучения и воспитания
«21» июня 2018 г., протокол № 10

Утверждена на совете Института психологии и педагогики
«26» июня 2018 г., протокол № 8