

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ У.Д. АЛИЕВА»**

Педагогический факультет

Кафедра педагогики и педагогических технологий

УТВЕРЖДАЮ

Декан

А.А. Узденова

«03» июля 2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ В ОБРАЗОВАНИИ

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки

44.04.01 Педагогическое образование

(шифр, название направления)

Направленность (профиль) подготовки

Педагогика профессионального образования

Квалификация выпускника

магистр

Форма обучения

Заочная

Год начала подготовки - 2023

Карачаевск, 2023

Составитель: к.п.н., доц. Борлакова Б. М.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.02.2018 №126, ОП ВО, локальными актами КЧГУ.

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
Педагогики и педагогических технологий на 2023-2024 уч. год
Протокол № 12 от 03.07.2023 г.

И.о. зав. кафедрой



А.А. Узденова

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля).....	4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	5
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	6
5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)	6
5.2. Тематика и краткое содержание лабораторных занятий	7
5.3. Примерная тематика курсовых работ	7
6. Образовательные технологии.....	7
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	9
7.1. Описание шкал оценивания степени сформированности компетенций	9
7.2. Типовые контрольные задания или иные учебно-методические материалы, необходимые для оценивания степени сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины	15
7.2.1. Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям:	15
7.2.2. Примерные вопросы к итоговой аттестации (экзамен).....	16
7.2.3. Тестовые задания для проверки знаний студентов	17
7.2.4. Бально-рейтинговая система оценки знаний магистрантов	19
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса.....	18
8.1. Основная литература:	18
8.2. Дополнительная литература:	18
9. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины (модуля).....	21
10. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)	Ошибка! Закладка не определена.
10.1. Общесистемные требования	Ошибка! Закладка не определена.
10.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины	Ошибка! Закладка не определена.
10.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения	Ошибка! Закладка не определена.
10.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	Ошибка! Закладка не определена.
11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	Ошибка! Закладка не определена.
12. Лист регистрации изменений	25

1. Наименование дисциплины(модуля)

Маркетинг в образовании

Целью изучения дисциплины является формирование теоретических основ маркетингового комплекса образовательных услуг, понимание закономерностей процессов рыночной деятельности в образовании, а также освоение технологий управления образовательными продуктами в условиях рынка и достижения конкурентоспособности.

Для достижения цели ставятся задачи:

- ознакомить с современными понятиями маркетинга и маркетинговых коммуникаций;
- сформировать навыки анализа рынка, сегментирования, управления портфелем образовательных услуг, ценообразования и продвижения;
- освоить технологии построения маркетинговой стратегии.

Цели и задачи дисциплины определены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, профиль - Педагогика профессионального образования (квалификация – магистр).

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг в образовании» (Б1.В.05) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина (модуль) изучается на 1 курсе в 1 семестре.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Индекс	Б1.В.05
Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Учебная дисциплина «Маркетинг в образовании» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и опирается на входные знания, умения и компетенции, полученные по основным дисциплинам бакалавриата	
Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Изучение дисциплины «Маркетинг в образовании» необходимо для успешного освоения дисциплин части, формируемой участниками образовательных отношений, и педагогической практики студентов.	

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Маркетинг в образовании» направлен на формирование следующих компетенций обучающегося:

Код компетенций	Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО/ ПООП/ ОП ВО	Индикаторы достижения компетенций	Декомпозиция компетенций (результаты обучения) в соответствии с установленными индикаторами
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК.М-1.1 анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними УК.М-1.2 определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению УК.М-1.3 критически оценивает надежность источников информации,	Знать: основные информационные источники в области маркетинга в образовании, методы решения проблемных ситуаций в профессиональной деятельности Уметь: находить достоверные источники информации; выбирать и эффективно применять адекватные методы решения конкретных проблем при осуществлении профессиональной деятельности; Владеть: навыками анализа и синтеза информации; навыками системного подхода

		работает с противоречивой информацией из разных источников УК.М-1.4 разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов УК.М-1.5 строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения	к решению проблемных ситуаций; навыками решения типичных, наиболее часто встречающихся проблемных ситуаций в области маркетинга в образовании
ПК-2	Способен разрабатывать и реализовывать программы воспитания и социализации обучающихся	ПК.М-2.1. Формулирует цели и задачи воспитательной работы с обучающимися и определяет целесообразные формы, методы и средства воспитательной работы в учебной и внеучебной деятельности ПК.М-2.2. Осуществляет организационно-педагогическую поддержку деятельности органов ученического (студенческого) самоуправления ПК.М-2.3. Вовлекает обучающихся в различные виды внеучебной деятельности (общественной, научной, творческой, спортивной и т.д.)	Знать: отечественный и зарубежный опыт по разработке научно-методического сопровождения образовательного процесса, психолого-педагогические основы и современные образовательные технологии; - особенности организации образовательного процесса в соответствии с требованиями образовательных стандартов. Уметь: использовать педагогически обоснованные формы, методы и приемы организации деятельности обучающихся; - применять современные образовательные технологии; - создавать образовательную среду, обеспечивающую формирование у обучающихся образовательных результатов, предусмотренных ФГОС ВО. Владеть: современными методиками и технологиями организации и проектирования образовательного процесса на различных уровнях педагогического образования.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 3 ЗЕТ, 108 академических часа.

Объём дисциплины	Всего часов	Всего часов
	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины		108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)* (всего)		4
Аудиторная работа (всего):		4
в том числе:		
лекции		
семинары, практические занятия		4
практикумы	Не предусмотрено	
лабораторные работы	Не предусмотрено	
Внеаудиторная работа:		
консультация перед зачетом		

Внеаудиторная работа также включает индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем), творческую работу (эссе), рефераты, контрольные работы и др.		
Самостоятельная работа обучающихся (всего)		100
Контроль самостоятельной работы		4
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)		1- зачет

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

Для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость(в часах)					Формы текущего контроля	
			всего	Аудиторные уч. занятия			Сам. работа		Планируемые результаты обучения
				Лек	Пр	Лаб			
	Раздел 1. Маркетинг образовательных услуг: методология, теория практика								
1.	Тема: Концепция маркетинга образовательных услуг /лз/	2		2			УК-1 ПК-2	Изучение теоретической литературы, Выполнение заданий для самостоятельной работы	
2.	Тема: Концепция маркетинга образовательных услуг /ср/	14				14	УК-1 ПК-2	Изучение теоретической литературы, Выполнение заданий для самостоятельной работы	
3.	Тема: Сущность и особенности маркетинга в сфере образовательных услуг /лз/	2		2					
4.	Тема: Сущность и особенности маркетинга в сфере образовательных услуг /ср/	14				14	УК-1 ПК-2	Изучение теоретической литературы, Выполнение заданий для самостоятельной работы	
5.	Тема: Тема: Принципы и методы маркетинга образовательных услуг /ср/	14				14	УК-1 ПК-2	Изучение теоретической литературы, Выполнение заданий для самостоятельной работы	
6.	Тема: Сегментация рынка образовательных услуг по группам потребителей/ср/	14				14	УК-1 ПК-2	Устный опрос	

7.	Тема: Сегментация рынка образовательных услуг по конкурентам //ср/	14				14	УК-1 ПК-2	Изучение теоретической литературы, Выполнение заданий для самостоятельной работы
8.	Стратегии маркетинга образовательных услуг /ср/	16				16	УК-1 ПК-2	Изучение теоретической литературы, Выполнение заданий для самостоятельной работы
9.	Тема: Разработка стратегии маркетинга для образовательных организаций /ср/	14				14	УК-1 ПК-2	Изучение теоретической литературы, Выполнение заданий для самостоятельной работы
	Контроль	4				4		
		108		4		104		

5.2. Тематика и краткое содержание лабораторных занятий

Учебным планом не предусмотрены

5.3. Примерная тематика курсовых работ

Учебным планом не предусмотрены

6. Образовательные технологии

При проведении учебных занятий по дисциплине используются традиционные и инновационные, в том числе информационные образовательные технологии, включая при необходимости применение активных и интерактивных методов обучения.

Традиционные образовательные технологии реализуются, преимущественно, в процессе лекционных и практических (семинарских, лабораторных) занятий. Инновационные образовательные технологии используются в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов в виде применения активных и интерактивных методов обучения.

Информационные образовательные технологии реализуются в процессе использования электронно-библиотечных систем, электронных образовательных ресурсов и элементов электронного обучения в электронной информационно-образовательной среде для активизации учебного процесса и самостоятельной работы студентов.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений и лидерских качеств при проведении учебных занятий.

Практические (семинарские) занятия относятся к интерактивным методам обучения и обладают значительными преимуществами по сравнению с традиционными методами обучения, главным недостатком которых является известная изначальная пассивность субъекта и объекта обучения.

Практические занятия могут проводиться в форме групповой дискуссии, «мозговой атаки», разборка кейсов, решения практических задач и др. Прежде, чем дать группе информацию, важно подготовить участников, активизировать их ментальные процессы, включить их внимание, развивать кооперацию и сотрудничество при принятии решений.

Методические рекомендации по проведению различных видов практических (семинарских) занятий.

1. Обсуждение в группах

Групповое обсуждение какого-либо вопроса направлено на нахождение истины или достижение лучшего взаимопонимания, Групповые обсуждения способствуют лучшему усвоению изучаемого материала.

На первом этапе группового обсуждения перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого обучающиеся должны подготовить аргументированный развернутый ответ.

Преподаватель может устанавливать определенные правила проведения группового обсуждения:

- задавать определенные рамки обсуждения (например, указать не менее 5... 10 ошибок);

- ввести алгоритм выработки общего мнения (решения);

- назначить модератора (ведущего), руководящего ходом группового обсуждения.

На втором этапе группового обсуждения вырабатывается групповое решение совместно с преподавателем (арбитром).

Разновидностью группового обсуждения является круглый стол, который проводится с целью поделиться проблемами, собственным видением вопроса, познакомиться с опытом, достижениями.

2. Публичная презентация проекта

Презентация – самый эффективный способ донесения важной информации как в разговоре «один на один», так и при публичных выступлениях. Слайд-презентации с использованием мультимедийного оборудования позволяют эффективно и наглядно представить содержание изучаемого материала, выделить и проиллюстрировать сообщение, которое несет поучительную информацию, показать ее ключевые содержательные пункты. Использование интерактивных элементов позволяет усилить эффективность публичных выступлений.

3. Дискуссия

Как интерактивный метод обучения означает исследование или разбор. Образовательной дискуссией называется целенаправленное, коллективное обсуждение конкретной проблемы (ситуации), сопровождающейся обменом идеями, опытом, суждениями, мнениями в составе группы обучающихся.

Как правило, дискуссия обычно проходит три стадии: ориентация, оценка и консолидация. Последовательное рассмотрение каждой стадии позволяет выделить следующие их особенности.

Стадия ориентации предполагает адаптацию участников дискуссии к самой проблеме, друг другу, что позволяет сформулировать проблему, цели дискуссии; установить правила, регламент дискуссии.

В стадии оценки происходит выступление участников дискуссии, их ответы на возникающие вопросы, сбор максимального объема идей (знаний), предложений, пресечение преподавателем (арбитром) личных амбиций отклонений от темы дискуссии.

Стадия консолидации заключается в анализе результатов дискуссии, согласовании мнений и позиций, совместном формулировании решений и их принятии.

В зависимости от целей и задач занятия, возможно, использовать следующие виды дискуссий: классические дебаты, экспресс-дискуссия, текстовая дискуссия, проблемная дискуссия, ролевая (ситуационная) дискуссия.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Описание шкал оценивания степени сформированности компетенций

Уровни сформированности компетенций	Индикаторы	Качественные критерии оценивание			
		2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
УК-1					
Базовый	Знать: основные информационные источники в области маркетинга в образовании, методы решения проблемных ситуаций в профессиональной деятельности	Не знает основные информационные источники в области маркетинга в образовании, методы решения проблемных ситуаций в профессиональной деятельности	В целом знает основные информационные источники в области маркетинга в образовании, методы решения проблемных ситуаций в профессиональной деятельности	Знает основные информационные источники в области маркетинга в образовании, методы решения проблемных ситуаций в профессиональной деятельности	
	Уметь: находить достоверные источники информации; выбирать и эффективно применять адекватные методы решения конкретных проблем при осуществлении профессиональной деятельности;	Не умеет находить достоверные источники информации; выбирать и эффективно применять адекватные методы решения конкретных проблем при осуществлении профессиональной деятельности;	В целом умеет находить достоверные источники информации; выбирать и эффективно применять адекватные методы решения конкретных проблем при осуществлении профессиональной деятельности;	Умеет находить достоверные источники информации; выбирать и эффективно применять адекватные методы решения конкретных проблем при осуществлении профессиональной деятельности;	
	Владеть: навыками анализа и синтеза информации; навыками системного подхода к решению проблемных ситуаций; навыками решения типичных,	Не владеет навыками анализа и синтеза информации; навыками системного подхода к решению проблемных ситуаций; навыками решения типичных,	В целом владеет навыками анализа и синтеза информации; навыками системного подхода к решению проблемных ситуаций; навыками решения типичных,	Владеет навыками анализа и синтеза информации; навыками системного подхода к решению проблемных ситуаций; навыками решения типичных,	

	наиболее часто встречающихся проблемных ситуаций в области маркетинга в образовании	наиболее часто встречающихся проблемных ситуаций в области маркетинга в образовании	наиболее часто встречающихся проблемных ситуаций в области маркетинга в образовании	наиболее часто встречающихся проблемных ситуаций в области маркетинга в образовании	
Повышенны й	Знать: основные информационные источники в области маркетинга в образовании, методы решения проблемных ситуаций в профессиональной деятельности				В полном объеме знает основные информационные источники в области маркетинга в образовании, методы решения проблемных ситуаций в профессиональной деятельности
	Уметь: находить достоверные источники информации; выбирать и эффективно применять адекватные методы решения конкретных проблем при осуществлении профессиональной деятельности; Владеть: навыками анализа и синтеза информации; навыками системного подхода к решению проблемных ситуаций; навыками решения типичных, наиболее часто встречающихся проблемных ситуаций в области маркетинга в				Умеет в полном объеме находить достоверные источники информации; выбирать и эффективно применять адекватные методы решения конкретных проблем при осуществлении профессиональной деятельности; В полном объеме владеет навыками анализа и синтеза информации; навыками системного подхода к решению проблемных ситуаций; навыками решения типичных, наиболее часто встречающихся проблемных ситуаций в области маркетинга в

	образовании				образовании
ПК-2					
Базовый	Знать: отечественный и зарубежный опыт по разработке научно-методического сопровождения образовательного процесса, психолого-педагогические основы и современные образовательные технологии; - особенности организации образовательного процесса в соответствии с требованиями образовательных стандартов.	Не знает отечественный и зарубежный опыт по разработке научно-методического сопровождения образовательного процесса, психолого-педагогические основы и современные образовательные технологии; - особенности организации образовательного процесса в соответствии с требованиями образовательных стандартов.	В целом знает отечественный и зарубежный опыт по разработке научно-методического сопровождения образовательного процесса, психолого-педагогические основы и современные образовательные технологии; - особенности организации образовательного процесса в соответствии с требованиями образовательных стандартов.	Знает отечественный и зарубежный опыт по разработке научно-методического сопровождения образовательного процесса, психолого-педагогические основы и современные образовательные технологии; - особенности организации образовательного процесса в соответствии с требованиями образовательных стандартов	
	Уметь: использовать педагогически обоснованные формы, методы и приемы организации деятельности обучающихся; - применять современные образовательные технологии; - создавать образовательную среду, обеспечивающую формирование у обучающихся образовательных результатов, предусмотренных ФГОС ВО.	Не умеет использовать педагогически обоснованные формы, методы и приемы организации деятельности обучающихся; - применять современные образовательные технологии; - создавать образовательную среду, обеспечивающую формирование у обучающихся образовательных результатов, предусмотренных ФГОС ВО.	В целом умеет использовать педагогически обоснованные формы, методы и приемы организации деятельности обучающихся; - применять современные образовательные технологии; - создавать образовательную среду, обеспечивающую формирование у обучающихся образовательных результатов, предусмотренных ФГОС ВО.	Умеет использовать педагогически обоснованные формы, методы и приемы организации деятельности обучающихся; - применять современные образовательные технологии; - создавать образовательную среду, обеспечивающую формирование у обучающихся образовательных результатов, предусмотренных ФГОС ВО.	
	Владеет современными методиками и технологиями организации и	Не владеет современными методиками и технологиями организации и	В целом владеет современными методиками и технологиями	Владеет современными методиками и технологиями организации и	

	проектирования образовательного процесса на различных уровнях педагогического образования.	проектирования образовательного процесса на различных уровнях педагогического образования.	организации и проектирования образовательного процесса на различных уровнях педагогического образования.	проектирования образовательного процесса на различных уровнях педагогического образования.	
Повышенны й	Знать:				В полном объеме знает отечественный и зарубежный опыт по разработке научно-методического сопровождения образовательного процесса, психолого-педагогические основы и современные образовательные технологии; - особенности организации образовательного процесса в соответствии с требованиями образовательных стандартов.
	Уметь:				Умеет в полном объеме использовать педагогически обоснованные формы, методы и приемы организации деятельности обучающихся; - применять современные образовательные технологии; -

					создавать образовательную среду, обеспечивающую формирование у обучающихся образовательных результатов, предусмотренных ФГОС ВО.
	Владеть:				В полном объеме владеет современными методиками и технологиями организации и проектирования образовательного процесса на различных уровнях педагогического образования.
Базовый	Знать: цели, формы, методы и средства учебно-воспитательной работы в системе профессионального образования; основные закономерности профессионального и личностного развития.	Не знает цели, формы, методы и средства учебно-воспитательной работы в системе профессионального образования; основные закономерности профессионального и личностного развития.	В целом знает цели, формы, методы и средства учебно-воспитательной работы в системе профессионального образования; основные закономерности профессионального и личностного развития.	Знает цели, формы, методы и средства учебно-воспитательной работы в системе профессионального образования; основные закономерности профессионального и личностного развития.	
	Уметь: проектировать целевой, содержательный и процессуальный компоненты профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного	Не умеет проектировать целевой, содержательный и процессуальный компоненты профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования	В целом умеет проектировать целевой, содержательный и процессуальный компоненты профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования;	Умеет проектировать целевой, содержательный и процессуальный компоненты профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования	

	профессионального образования				
	Владеть: навыками организации учебно-воспитательного процесса в системе профессионального образования.	Не владеет навыками организации учебно-воспитательного процесса в системе профессионального образования.	В целом владеет навыками организации учебно-воспитательного процесса в системе профессионального образования.	Владеет навыками организации учебно-воспитательного процесса в системе профессионального образования.	
Повышенны й	Знать: цели, формы, методы и средства учебно-воспитательной работы в системе профессионального образования; основные закономерности профессионального и личностного развития.				В полном объеме знает цели, формы, методы и средства учебно-воспитательной работы в системе профессионального образования; основные закономерности профессионального и личностного развития.
	Уметь: проектировать целевой, содержательный и процессуальный компоненты профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования				В полном объеме умеет проектировать целевой, содержательный и процессуальный компоненты профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования
	Владеть: навыками организации учебно-воспитательного процесса в системе профессионального образования.				В полном объеме владеет навыками организации учебно-воспитательного процесса в системе профессионального образования.

7.2. Типовые контрольные задания или иные учебно-методические материалы, необходимые для оценивания степени сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины

7.2.1. Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям:

1. Особенности образовательных услуг
2. Субъекты маркетинга образовательных услуг и их функции
3. Объекты маркетинга образовательных услуг
4. Содержание и функции маркетинга образовательных услуг
5. Маркетинговая среда рынка образовательных услуг
6. Сегментация рынка образовательных услуг
7. Стратегии маркетинга образовательных услуг

Тематика рефератов.

1. Сущность и особенности маркетинга в сфере образования.
2. Субъекты маркетинга образовательных услуг, их функции.
3. Объекты маркетинга в образовании.
4. Проблемное содержание и функции маркетинга образовательных услуг.
5. Маркетинг как философия субъектов рынка.
6. Принципы маркетинга и управление маркетинговой деятельностью на рынке образовательных услуг.
7. Методы маркетинга и проведение исследований.
8. Понятие и структура окружающей маркетинговой среды.
9. Компоненты отечественной окружающей маркетинговой среды и их воздействие на конъюнктуру рынка образовательных услуг.
10. Сегментация рынка образовательных услуг по рынкам потребителей.
11. Разновидности конкурентов на рынке образовательных услуг.
12. Методика сравнительной оценки конкурентов и их образовательных услуг.
13. Критерии оценки и выбор сегментов рынка образовательных услуг.
14. Назначение и виды стратегии маркетинга образовательных услуг.
15. Назначение и проблемы стратегии маркетинга для образовательных организаций.
16. Финансовые и маркетинговые цели образовательных учреждений.
17. Критерии классификации, генезис и виды стратегий.
18. Содержание стратегии и формирование вариантов.
19. Механизмы оценки, отбора и оптимизации вариантов стратегии.
20. Стереотипы и подходы к ценовым проблемам образовательных услуг.
21. Структура цены потребления и фактор времени.
22. Адаптация цен на образовательные услуги.
23. Коммуникация и продвижение образовательных услуг на рынке.
24. Реклама на образовательном рынке.
25. Организация и управление маркетинговой деятельностью в сфере образования.

Критерии оценки доклада, сообщения, реферата:

Отметка «отлично» за письменную работу, реферат, сообщение ставится, если изложенный в докладе материал:

- отличается глубиной и содержательностью, соответствует заявленной теме;
- четко структурирован, с выделением основных моментов;
- доклад сделан кратко, четко, с выделением основных данных;
- на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы.

Отметка «хорошо» ставится, если изложенный в докладе материал:

- характеризуется достаточным содержательным уровнем, но отличается недостаточной структурированностью;
- доклад длинный, не вполне четкий;
- на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы только после наводящих вопросов, или не на все вопросы.

Отметка «удовлетворительно» ставится, если изложенный в докладе материал:

- недостаточно раскрыт, носит фрагментарный характер, слабо структурирован;
- докладчик слабо ориентируется в излагаемом материале;
- на вопросы по теме доклада не были получены ответы или они не были правильными.

Отметка «неудовлетворительно» ставится, если:

- доклад не сделан;
- докладчик не ориентируется в излагаемом материале;
- на вопросы по выполненной работе не были получены ответы или они не были правильными.

7.2.2. Примерные вопросы к итоговой аттестации (зачет)

1. Сущность и особенности маркетинга в сфере образования.
2. Субъекты маркетинга образовательных услуг, их функции.
3. Объекты маркетинга в образовании.
4. Проблемное содержание и функции маркетинга образовательных услуг.
5. Маркетинг как философия субъектов рынка.
6. Принципы маркетинга и управление маркетинговой деятельностью на рынке образовательных услуг.
7. Методы маркетинга и проведение исследований.
8. Понятие и структура окружающей маркетинговой среды.
9. Компоненты отечественной окружающей маркетинговой среды и их воздействие на конъюктуру рынка образовательных услуг.
10. Сегментация рынка образовательных услуг по рынкам потребителей.
11. Разновидности конкурентов на рынке образовательных услуг.
12. Методика сравнительной оценки конкурентов и их образовательных услуг.
13. Критерии оценки и выбор сегментов рынка образовательных услуг.
14. Назначение и виды стратегии маркетинга образовательных услуг.
15. Назначение и проблемы стратегии маркетинга для образовательных организаций.
16. Финансовые и маркетинговые цели образовательных учреждений.
17. Критерии классификации, генезис и виды стратегий.
18. Содержание стратегии и формирование вариантов.
19. Механизмы оценки, отбора и оптимизации вариантов стратегии.
20. Стереотипы и подходы к ценовым проблемам образовательных услуг.
21. Структура цены потребления и фактор времени.
22. Адаптация цен на образовательные услуги.
23. Коммуникация и продвижение образовательных услуг на рынке.
24. Реклама на образовательном рынке.
25. Организация и управление маркетинговой деятельностью в сфере образования.

Критерии оценки устного ответа на вопросы по дисциплине

«Маркетинг в образовании»:

✓ 5 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и

знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 4 - балла - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 3 балла – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 2 балла – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

7.2.3. Тестовые задания для проверки знаний студентов

УК-1

1. Субъектами маркетинга в сфере образования являются:

- а) образовательные учреждения;
- б) потребители ОУ (отдельные личности, предприятия и организации);
- в) все субъекты рынка.

2. Товар на рынке ОУ – это:

3. Субъекты, формирующие предложение на рынке образовательных услуг, это:

4. В центре маркетинговых усилий на рынке образовательных услуг должна быть:

- а) образовательные учреждения;
- б) структуры, занимающиеся продвижением ОУ на рынке;
- в) личность обучающегося.

5. Особенностью рынка образовательных услуг является:

6. Интеллектуальной собственностью работников образовательных учреждений являются:

- а) консультационные и экспертные услуги;
- б) изобретения, патенты, программы исследований и обучения;
- в) товарная символика: наименования, логотипы, товарные знаки.

7. Какое общеобразовательное учреждение предоставляет так называемое естественнонаучное (гуманитарное) образование:

- а) гимназия;
- б) школа;
- в) лицей.

8. Учебное заведение, развивающее образование, науку и культуру по наиболее широкому спектру направлений:

- а) университет;

- б) академия;
- в) институт.

ПК 2:

9. Гарантом качества образовательных услуг является:

10. Какие показатели конкурентоспособности образовательных услуг задаются образовательными стандартами:

- а) профессиональные;
- б) нормативные;
- в) патентно-правовые.

11. Потребителями образовательных услуг на рынке, сегментируемом в соответствии с социально-демографическими, экономическими и культурными критериями выступают:

- а) предприятия;
- б) личности;
- в) органы государственного, регионального и местного управления.

12. Удовлетворенность потребителя образовательных услуг определяется:

- а) характеристиками времени проведения в образовательном заведении;
- б) стоимостью получаемой услуги;
- в) оценкой результата образования.

13. Функции, которые выполняет сфера образования в общественной системе, предполагает реализацию следующей концепции маркетинга:

- а) концепция совершенствования товара;
- б) концепция интенсификации коммерческих усилий;
- в) концепция социально-ответственного маркетинга.

14. “Public relation” в сфере маркетинговых коммуникаций – это:

15. К какому из основных трех типов рекламных целей относится убеждение в отношении серьезности своих намерений и потенциала:

- а) информирование;
- б) увещевание;
- в) напоминание.

16. Философия участников рынка образовательных услуг опирается на то, что:

- а) взаимоотношения с конкурентами ограничиваются только соперничеством;
- б) сотрудничество с конкурентами проявляется постоянно и эффект его значителен;
- в) вопрос конкурентной борьбы остро не стоит.

17. Функции маркетинга образовательных услуг:

- а) сбор и анализ информации о конъюнктуре рынка;
- б) посредничество, сбыт товаров и услуг;
- в) комплекс решений в области товарной политики, ценообразования, коммуникации, товародвижения, сбыта, продажи и проблем персонала.

18. Рыночная маркетинговая ориентация образовательных учреждений предполагает

(исключите неверный ответ):

- а) оказываются (производятся) только (в основном) те ОУ, которые пользуются и будут пользоваться, с учетом лага времени на оказание ОУ, спросом на рынке;
- б) Ассортимент продукции (ОУ) достаточно широк и интенсивно обновляется с учетом требований клиентов, общества, научно-технического прогресса;
- в) Цены на оказываемые ОУ (в т.ч. размеры бюджетного финансирования) формируются исходя из нормативов затрат, утвержденных вышестоящими органами, а также исходя из утвержденного плана приема и фактических величин финансирования .

19. К основным принципам маркетинга образовательных услуг НЕ относится:

20. Социально значимый внешний эффект (экстерналитис) в маркетинге ОУ возникает, когда:

- а) образовательное учреждение получает прибыль;
- б) решение или сделка затрагивает интересы, содействует удовлетворению потребностей посторонних (для данной сделки) людей, общественных слоев или групп;
- в) контракт приносит, кроме прибыли, дополнительные блага участникам акта обмена.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний

Ключи к тестовым заданиям.

Шкала оценивания (за правильный ответ дается 1 балл)

«неудовлетворительно» – 50% и менее

«удовлетворительно» – 51-80%

«хорошо» – 81-90%

«отлично» – 91-100%

Критерии оценки тестового материала по дисциплине

«Маркетинг в образовании»:

✓ 5 баллов - выставляется студенту, если выполнены все задания варианта, продемонстрировано знание фактического материала (базовых понятий, алгоритма, факта).

✓ 4 балла - работа выполнена вполне квалифицированно в необходимом объеме; имеются незначительные методические недочёты и дидактические ошибки. Продемонстрировано умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; понятен творческий уровень и аргументация собственной точки зрения

✓ 3 балла – продемонстрировано умение синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей в рамках определенного раздела дисциплины;

✓ 2 балла - работа выполнена на неудовлетворительном уровне; не в полном объеме, требует доработки и исправлений и исправлений более чем половины объема.

7.2.4. Балльно-рейтинговая система оценки знаний магистрантов

Согласно Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний баллы выставляются в соответствующих графах журнала (см. «Журнал учета балльно-рейтинговых показателей студенческой группы») в следующем порядке:

«Посещение» - 2 балла за присутствие на занятии без замечаний со стороны преподавателя; 1 балл за опоздание или иное незначительное нарушение дисциплины; 0 баллов за пропуск одного занятия (вне зависимости от уважительности пропуска) или опоздание более чем на 15 минут или иное нарушение дисциплины.

«Активность» - от 0 до 5 баллов выставляется преподавателем за демонстрацию студентом знаний во время занятия письменно или устно, за подготовку домашнего задания,

участие в дискуссии на заданную тему и т.д., то есть за работу на занятии. При этом преподаватель должен опросить не менее 25% из числа студентов, присутствующих на практическом занятии.

«Контрольная работа» или «тестирование» - от 0 до 5 баллов выставляется преподавателем по результатам контрольной работы или тестирования группы, проведенных во внеаудиторное время. Предполагается, что преподаватель по согласованию с деканатом проводит подобные мероприятия по выявлению остаточных знаний студентов не реже одного раза на каждые 36 часов аудиторного времени.

«Отработка» - от 0 до 2 баллов выставляется за отработку каждого пропущенного лекционного занятия и от 0 до 4 баллов может быть поставлено преподавателем за отработку студентом пропуска одного практического занятия или практикума. За один раз можно отработать не более шести пропусков (т.е., студенту выставляется не более 18 баллов, если все пропущенные шесть занятий являлись практическими) вне зависимости от уважительности пропусков занятий.

«Пропуски в часах всего» - количество пропущенных занятий за отчетный период умножается на два (1 занятие=2 часам) (заполняется делопроизводителем деканата).

«Пропуски по неуважительной причине» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Попуски по уважительной причине» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Корректировка баллов за пропуски» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Итого баллов за отчетный период» - сумма всех выставленных баллов за данный период (графа заполняется делопроизводителем деканата).

Таблица перевода балльно-рейтинговых показателей в отметки традиционной системы оценивания

Соотношение часов лекционных и практических занятий	0/2	1/3	1/2	2/3	1/1	3/2	2/1	3/1	2/0	Соответствие отметки коэффициенту
Коэффициент соответствия	1,5	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	«зачтено»
балльных показателей традиционной отметке	1	1	1	1	1	1	1	1	1	«удовлетворительно»
	2	1,75	1,65	1,6	1,5	1,4	1,35	1,25	-	«хорошо»
	3	2,5	2,3	2,2	2	1,8	1,7	1,5	-	«отлично»

Необходимое количество баллов для выставления отметок («зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично») определяется произведением реально проведенных аудиторных часов (n) на коэффициент соответствия в зависимости от соотношения часов лекционных и практических занятий согласно приведенной таблице.

«Журнал учета балльно-рейтинговых показателей студенческой группы» заполняется преподавателем на каждом занятии.

В случае болезни или другой уважительной причины отсутствия студента на занятиях, ему предоставляется право отработать занятия по индивидуальному графику.

Студенту, набравшему количество баллов менее определенного порогового уровня, выставляется оценка "неудовлетворительно" или "незачтено". Порядок ликвидации задолженностей и прохождения дальнейшего обучения регулируется на основе действующего законодательства РФ и локальных актов КЧГУ.

Текущий контроль по практическим занятиям осуществляет преподаватель, проводивший эти занятия.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса

8.1. Основная литература:

1. . Маркетинг: Курс лекций / Л.Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 219 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=355026>

2. Менеджмент качества образовательных процессов: Учебное пособие / Э. В. Минько, Л. В. Карташева и др.; под редакцией Э. В. Минько, М. А. Николаевой. - Москва: Норма: ИНФРА-М, 2018. - 400 с. - ISBN 978-5-91768-369-0. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/959917> – Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

3. Маркетинг профессиональных образовательных услуг: Учебное пособие/ А. Н. Кайдашова – Флинта, 2020.- 99с. <https://znanium.com/catalog/document?id=360853>

8.2. Дополнительная литература:

1. Шемятихина, Л.Ю. Менеджмент и экономика образования : учеб.пособие. - Ростов н/Д : Феникс, 2016. - 442 с.: ил. - (Высш. образование. ФГОС).

2. Кузьмина Е.Е. Маркетинг образовательных услуг. Учебное пособие для магистров. - М. : Юрайт, 2012. - 330с. - (Магистр).

3. Маркетинг: Учебное пособие / В.А. Моршкин, Н.А. Контарева, Н.Ю. Курганова. - М.: Форум, 2013. - 352 с. - Режим доступа:

<https://znanium.com/catalog/publishers/books?ref=bf2074ea-ef9b-11e3-b92a-00237dd2fde2>

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (<i>указать текст из источника и др.</i>). Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Контрольная работа/индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Реферат	<i>Реферат</i> : Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.
Коллоквиум	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам и др.
и др.	
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

10. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)

10.1. Общесистемные требования

Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «КЧГУ»

<http://kchgu.ru>- адрес официального сайта университета

<https://do.kchgu.ru>- электронная информационно-образовательная среда КЧГУ

Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки)

Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2023 / 2024 учебный год	Договор №915 эбс ООО «Знаниум» от 12.05.2023г. Действует до 15.05.2024г.	от 12.05.2023г. до 15.05.2024г.
	Электронно-библиотечная система «Лань». Договор № СЭБ НВ-294 от 1 декабря 2020 года.	Бессрочный
2023 /2024 учебный год	Электронная библиотека КЧГУ (Э.Б.).Положение об ЭБ утверждено Ученым советом от 30.09.2015г.Протокол № 1). Электронный адрес: https://kchgu.ru/biblioteka - kchgu.ru/biblioteka	Бессрочный
2023 / 2024 учебный год	Электронно-библиотечные системы: Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» - https://www.elibrary.ru . Лицензионное соглашение №15646 от 01.08.2014г.Бесплатно. Национальная электронная библиотека (НЭБ) – https://rusneb.ru . Договор №101/НЭБ/1391 от 22.03.2016г.Бесплатно. Электронный ресурс «Polred.com Обзор СМИ» – https://polpred.com . Соглашение. Бесплатно.	Бессрочно

10.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

При необходимости для проведения занятий используется аудитория, оборудованная компьютером с доступом к сети Интернет с установленным на нем необходимым программным обеспечением и браузером, проектор (интерактивная доска) для демонстрации презентаций и мультимедийного материала.

В соответствии с содержанием практических (лабораторных) занятий при их проведении используется аудитория, рабочие места обучающихся в которой оснащены компьютерной техникой, имеют широкополосный доступ в сеть Интернет и программное обеспечение, соответствующее решаемым задачам.

Рабочие места для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети Интернет и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Занятия проводятся в аудитории 214 (369200, Карачаево-Черкесская Республика, г. Карачаевск, ул.Ленина,29, корпус 4).

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского и практического типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, занятий по практикам.

Специализированная мебель: столы ученические, стулья.

Технические средства обучения: Персональный компьютер с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета, экран, проектор, учебно-наглядные пособия (в электронном виде).

Учебно-методическая и научная литература по педагогике и педтехнологиям.

10.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения

- Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная
- Microsoft Office (Лицензия № 60127446), бессрочная
- ABBY FineReader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная
- Calculate Linux (внесён в ЕРПП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная
- Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 280E-210210-093403-420-2061), с 25.01.2023 по 03.03.2025г

10.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Современные профессиональные базы данных

1. Федеральный портал «Российское образование»- <https://edu.ru/documents/>
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – <http://school-collection.edu.ru/>
3. Базы данных Scopus издательства Elsevier <http://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>.

Информационные справочные системы

1. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования - <http://fgosvo.ru>.
2. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) – <http://edu.ru>.
3. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – <http://school-collection.edu.ru>.
4. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (ИС «Единое окно») – <http://window/edu.ru>.
5. Информационная система «Информо».

11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В группах, в состав которых входят студенты с ОВЗ, в процессе проведения учебных занятий создается гибкая, вариативная организационно-методическая система обучения, адекватная образовательным потребностям данной категории обучающихся, которая позволяет не только обеспечить преемственность систем общего (инклюзивного) и высшего образования, но и будет способствовать формированию у них компетенций,

предусмотренных ФГОС ВО, ускорит темпы профессионального становления, а также будет способствовать их социальной адаптации.

В процессе преподавания учебной дисциплины создается на каждом занятии толерантная социокультурная среда, необходимая для формирования у всех обучающихся гражданской, правовой и профессиональной позиции соучастия, готовности к полноценному общению, сотрудничеству, способности толерантно воспринимать социальные, личностные и культурные различия, в том числе и характерные для обучающихся с ОВЗ.

Посредством совместной, индивидуальной и групповой работы формируется у всех обучающихся активная жизненная позиция и развитие способности жить в мире разных людей и идей, а также обеспечивается соблюдение обучающимися их прав и свобод и признание права другого человека, в том числе и обучающихся с ОВЗ на такие же права.

В группах, в состав которых входят обучающиеся с ОВЗ, в процессе учебных занятий используются технологии, направленные на диагностику уровня и темпов профессионального становления обучающихся с ОВЗ, а также технологии мониторинга степени успешности формирования у них компетенций, предусмотренных ФГОС ВО при изучении данной учебной дисциплины, используя с этой целью специальные оценочные материалы и формы проведения промежуточной и итоговой аттестации, специальные технические средства, предоставляя обучающимся с ОВЗ дополнительное время для подготовки ответов, привлекая тьютеров).

Материально-техническая база для реализации программы:

1.Мультимедийные средства:

- интерактивные доски «SmartBoarfd», «Toshiba»;
- экраны проекционные на штативе 280*120;
- мультимедиа-проекторы Epson, Benq, Mitsubishi, Aser;

2.Презентационное оборудование:

- радиосистемы AKG, Shure, Quik;
- видеоконфиденциальные комплекты Microsoft, Logitech;
- микрофоны беспроводные;
- класс компьютерный мультимедийный на 21 мест;
- ноутбуки Aser, Toshiba, Asus, HP;

Наличие компьютерной техники и специального программного обеспечения: имеются рабочие места, оборудованные рельефно-точечными клавиатурами (шрифт Брайля), программное обеспечение NVDA с функцией синтезатора речи, видеувеличителем, клавиатурой для лиц с ДЦП, роллером Распределение специализированного оборудования.

12. Лист регистрации изменений

Изменение	Дата и номер протокола ученого совета факультета/ института, на котором были рассмотрены вопросы о необходимости внесения изменений	Дата и номер протокола ученого совета Университета, на котором были утверждены изменения	Дата введения изменений