

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 профессионального образования, русского языка и методики его  
преподавания

УТВЕРЖДАЮ

Декан  А.А. Узденова

« 03 » июля 2023 г.



**Рабочая программа дисциплины**

**Маркетинг некоммерческих и коммерческих  
образовательных организаций**

*(наименование дисциплины (модуля))*

Направление подготовки

**44.04.01 – Педагогическое образование**

*(шифр, название направления)*

Направленность (профиль) подготовки

**Предпринимательская деятельность в сфере  
образования**

Квалификация выпускника

**магистр**

Форма обучения

**Очная**

**Год начала подготовки – 2023**

Карачаевск, 2023

Составитель: к.пед.н., доц. Чиркова Т.В.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 44.04.01 – Педагогическое образование, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.02.2018 №126, основной профессиональной образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование; профиль – Предпринимательская деятельность в сфере образования; локальными актами КЧГУ.

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры профессионального образования, русского языка и методики его преподавания на 2023-2024 уч. год

Протокол № 10 от 03.07.2023 г.

и.о. зав. кафедрой



Чагарова Л.А.

## 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.....	6
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).....	7
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.....	12
7.2.1. Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям:.....	14
7.2.2. Примерные вопросы к итоговой аттестации (зачет).....	14
7.2.3. Тестовые задания для проверки знаний студентов.....	15
7.2.4. Бально-рейтинговая система оценки знаний.....	19
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса.....	20
8.1. Основная литература:.....	20
8.2. Дополнительная литература:.....	21
9. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины (модуля).....	21
10. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля).....	22
10.1. Общесистемные требования.....	22
10.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....	22
10.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения.....	23
10.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	23
11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	24
12. Лист регистрации изменений.....	25

## 1. Наименование дисциплины (модуля)

*Маркетинг некоммерческих и коммерческих образовательных организаций*

**Целью** изучения дисциплины является: знакомство магистрантов с основными методологическими принципами разработки и реализации маркетинговых технологий в области образования; приемами формирования ресурсно-информационной базы для осуществления практической деятельности в сфере продвижения образовательных учреждений и их программ, взаимодействия с участниками образовательного процесса и социальными партнерами в ходе маркетинговых проектов образовательных учреждений.

**Для достижения цели ставятся задачи:**

- Освоить основные аспекты современных методов рекламы, PR, директ-маркетинга; основные аспекты современных методов брендинга и методики оценки брендов;

Сформировать знания в области самостоятельного освоения и использования новых методов исследования в сфере маркетинговой деятельности образовательных учреждений и проектов их продвижения;

Освоить способы освоения новых сфер профессиональной деятельности, в частности, сферы маркетинговых коммуникаций образовательных проектов;

Освоить способы формирования ресурсно-информационные базы для осуществления практической деятельности в сфере продвижения образовательных учреждений и их программ;

Изучить состояние и потенциал управляемой системы образовательного учреждения и ее макро- и микроокружения с целью формирования эффективного проекта маркетинговых коммуникаций.

Цели и задачи дисциплины определены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 44.04.01 – Педагогическое образование, направленность «Предпринимательская деятельность в сфере образования» (квалификация – магистр).

## 2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг некоммерческих и коммерческих образовательных организаций» (Б1.В.02) относится к части Б1, формируемой участниками образовательного процесса как обязательная дисциплина.

Дисциплина (модуль) изучается на курсе в 1 семестре.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО	
Индекс	Б1.В.02
<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
Учебная дисциплина «Маркетинг некоммерческих и коммерческих образовательных организаций», опирается на знания, полученные при изучении дисциплин экономического цикла на уровне бакалавриата.	
<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
Изучение дисциплины «Маркетинг некоммерческих и коммерческих образовательных организаций» необходимо для успешного освоения дисциплин профессионального цикла «Бизнес-планирование предпринимательской деятельности в сфере образования», «Анализ государственной образовательной политики в РФ». «Предпринимательская деятельность в сфере образования» и другие.	

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

Процесс изучения дисциплины «Предпринимательская деятельность в сфере образования» направлен на формирование следующих компетенций обучающегося:

Код компетенций	Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО/ОП ВО	Индикаторы достижения компетенций	Декомпозиция компетенций (результаты обучения) в соответствии с установленными индикаторами
УК-2	УК-2Способен управлять проектом на всех эта-пах его жизненного цикла	<p>УК.М-2.1 формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления</p> <p>УК.М-2.2 разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения</p> <p>УК.М-2.3 разрабатывает план реализации проекта с учетом возможных рисков реализации и возможностей их устранения, планирует необходимые ресурсы</p> <p>УК.М-2.4 осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта</p> <p>УК.М-2.5 предлагает процедуры и механизмы оценки проекта, инфраструктурные условия для внедрения результатов проекта</p>	<p><b>Знать:</b> алгоритм создания проекта, разработки его концепции, плана реализации; процедуры и механизмы оценки проекта, инфраструктурные условия для внедрения результатов проекта ; особенности мониторинга хода реализации проекта</p> <p><b>Уметь:</b> формулировать на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления; разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; разрабатывать план реализации проекта с учетом возможных рисков реализации и возможностей их устранения, планировать необходимые ресурсы;</p>
ПК-2	Способность организовывать образовательный процесс и оценивать результаты деятельности образовательной организации с использованием инновационных технологий, соответствующие общим и специфическим закономерностям развития системы	<p>ПК-1. Знает: общие и специфические закономерности развития системы соответствующего уровня образования в области финансов, маркетинга и управления персоналом</p> <p>ПК-2. Умеет: отбирать соответствующие виды, методы и приемы организации образовательной деятельности в области финансов, маркетинга и управления персоналом и</p>	<p><b>Знать</b> общие и специфические закономерности развития системы соответствующего уровня образования в области финансов, маркетинга и управления персоналом</p> <p><b>Уметь:</b> отбирать соответствующие виды, методы и приемы организации образовательной деятельности в области финансов, маркетинга и управления персоналом и оценки результатов реализации образовательных проектов и</p>

		оценки результатов реализации образовательных проектов и программ ПК-3.3. Владеет: адекватными конкретной ситуации действиями при организации образовательного процесса и оценке результатов освоения обучающимися основных и дополнительных образовательных программ в области финансов, маркетинга и управления персоналом	программ <b>Владеть:</b> адекватными конкретной ситуации действиями при организации образовательного процесса и оценке результатов освоения обучающимися основных и дополнительных образовательных программ в области финансов, маркетинга и управления персоналом
--	--	--	---

**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 4 ЗЕТ, 144 академических часа.

Объём дисциплины	Всего часов	Всего часов
	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	144	
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)* (всего)</b>		
<b>Аудиторная работа (всего):</b>	36	
в том числе:		
лекции	18	
семинары, практические занятия	18	
практикумы	Не предусмотрено	
лабораторные работы	Не предусмотрено	
<b>Внеаудиторная работа:</b>		
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.		
<b>Самостоятельная работа обучающихся (всего)</b>	108	
<b>Контроль самостоятельной работы</b>		
<b>Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)</b>	экзамен	

**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 очной формы обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)						
			всего	Аудиторные уч. занятия			Сам. работа	Планируемые результаты обучения	Формы текущего контроля
				Лек	Пр	Лаб			
1.	Принципы маркетингового управления	14	2			12	УК-2, ПК-2	Устный опрос	
2.	Инструменты маркетингового управления. образовательной организацией	16	2	2		12	УК-2, ПК-2	Устный опрос	
3.	Товарная политика образовательной организации..	16	2	2		12	УК-2, ПК-2	Доклад с презентацией	
4.	Ценообразование на рынке образовательных услуг.	16	2	2		12	УК-2, ПК-2	Творческое задание	
5.	Формирование ценности образовательных услуг для потребителя	16	2	2		12	УК-2, ПК-2	Блиц-опрос	
6.	Маркетинговые коммуникации образовательной организации	14	2	2		10	УК-2, ПК-2	Тест	
7.	Рыночная среда образовательной организации	14	2	2		10	УК-2, ПК-2	Реферат	
8.	Позиции образовательной организации на целевом рынке	14	2	2		10	УК-2, ПК-2	Фронтальный опрос	
9.	Конкурентоспособность и качество в сфере образования	14	2	2		10	УК-2, ПК-2	Доклад с презентацией	
10.	Стратегическое планирование в образовании.	10		2		8	УК-2, ПК-2	Доклад с презентацией	
	<b>Всего</b>	<b>144</b>	<b>18</b>	<b>18</b>		<b>108</b>			

**5.2. Тематика 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
<b>УК-2</b>					
Базовый	<b>Знать:</b> алгоритм создания проекта, разработки его концепции, плана реализации; процедуры и механизмы оценки проекта, инфраструктурные условия для внедрения результатов проекта ; особенности мониторинга хода реализации проекта	Не знает алгоритм создания проекта, разработки его концепции, плана реализации; процедуры и механизмы оценки проекта, инфраструктурные условия для внедрения результатов проекта ; особенности мониторинга хода реализации проекта	В целом знает алгоритм создания проекта, разработки его концепции, плана реализации; процедуры и механизмы оценки проекта, инфраструктурные условия для внедрения результатов проекта ; особенности мониторинга хода реализации проекта	Знает алгоритм создания проекта, разработки его концепции, плана реализации; процедуры и механизмы оценки проекта, инфраструктурные условия для внедрения результатов проекта ; особенности мониторинга хода реализации проекта	
	<b>Уметь:</b> формулировать на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного	Не умеет формулировать на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления;	В целом умеет формулировать на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управле-	Умеет формулировать на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления;	

	управления; разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы; формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; разрабатывать план реализации проекта с учетом возможных рисков реализации и возможностей их устранения, планировать необходимые ресурсы;	разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы; формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; разрабатывать план реализации проекта с учетом возможных рисков реализации и возможностей их устранения, планировать необходимые ресурсы;	разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы; формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; разрабатывать план реализации проекта с учетом возможных рисков реализации и возможностей их устранения, планировать необходимые ресурсы;	разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы; формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; разрабатывать план реализации проекта с учетом возможных рисков реализации и возможностей их устранения, планировать необходимые ресурсы;	
	<b>Владеть:</b> <b>навыками</b> осуществления мониторинга хода реализации проекта, корректировки отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточнения зоны ответственности участников проекта	Не владеет <b>навыками</b> осуществления мониторинга хода реализации проекта, корректировки отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточнения зоны ответственности участников проекта	В целом владеет <b>навыками</b> осуществления мониторинга хода реализации проекта, корректировки отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточнения зоны ответственности участников проекта	Владеет <b>навыками</b> осуществления мониторинга хода реализации проекта, корректировки отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточнения зоны ответственности участников проекта	
Повышенны й	<b>Знать:</b> алгоритм создания проекта, разработки его концепции, плана реализации; процедуры и механизмы оценки проекта, ин-				В полном объеме знает алгоритм создания проекта, разработки его концепции, плана реализации; процедуры и механизмы оценки проекта,

<p>фраструктурные условия для внедрения результатов проекта ; особенности мониторинга хода реализации проекта</p>				<p>инфраструктурные условия для внедрения результатов проекта ; особенности мониторинга хода реализации проекта</p>
<p><b>Уметь:</b> формулировать на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления; разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; разрабатывать план реализации проекта с учетом возможных рисков реализации и возможностей их устранения, планировать необходимые ресурсы;</p>				<p>Умеет в полном объеме формулировать на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления; разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; разрабатывать план реализации проекта с учетом возможных рисков реализации и возможностей их устранения, планировать необходимые ресурсы;</p>
<p><b>Владеть:</b> : <b>навыками</b> осуществления мониторинга хода реализации проекта, корректировки отклонения,</p>				<p>В полном объеме владеет: <b>навыками</b> осуществления мониторинга хода реализации проекта, корректировки от-</p>

	вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточнения зоны ответственности участников проекта				клонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточнения зоны ответственности участников проекта
--	--	--	--	--	--

**ПК-2**

Базовый	<b>Знать:</b> общие и специфические закономерности развития системы соответствующего уровня образования в области финансов, маркетинга и управления персоналом	Не знает общие и специфические закономерности развития системы соответствующего уровня образования в области финансов, маркетинга и управления персоналом	В целом знает общие и специфические закономерности развития системы соответствующего уровня образования в области финансов, маркетинга и управления персоналом	Знает общие и специфические закономерности развития системы соответствующего уровня образования в области финансов, маркетинга и управления персоналом	
	Умеет: отбирать соответствующие виды, методы и приемы организации образовательной деятельности в области финансов, маркетинга и управления персоналом и оценки результатов реализации образовательных проектов и программ	Не умеет отбирать соответствующие виды, методы и приемы организации образовательной деятельности в области финансов, маркетинга и управления персоналом и оценки результатов реализации образовательных проектов и программ	В целом умеет отбирать соответствующие виды, методы и приемы организации образовательной деятельности в области финансов, маркетинга и управления персоналом и оценки результатов реализации образовательных проектов и программ	Умеет отбирать соответствующие виды, методы и приемы организации образовательной деятельности в области финансов, маркетинга и управления персоналом и оценки результатов реализации образовательных проектов и программ	
	<b>Владеть:</b> адекватными конкретными ситуациями действиями при организации образовательного процесса и оценке результатов освоения	Не владеет адекватными конкретными ситуациями действиями при организации образовательного процесса и оценке результатов освоения обучающимися	В целом владеет адекватными конкретными ситуациями действиями при организации образовательного процесса и оценке результатов освоения обучающимися	Владеет адекватными конкретными ситуациями действиями при организации образовательного процесса и оценке результатов освоения обучающимися	

	обучающимися основных и дополнительных образовательных программ в области финансов, маркетинга и управления персоналом	основных и дополнительных образовательных программ в области финансов, маркетинга и управления персоналом	основных и дополнительных образовательных программ в области финансов, маркетинга и управления персоналом	основных и дополнительных образовательных программ в области финансов, маркетинга и управления персоналом	
Повышенны й	<b>Знать:</b> общие и специфические закономерности развития системы соответствующего уровня образования в области финансов, маркетинга и управления персоналом				В полном объеме знает общие и специфические закономерности развития системы соответствующего уровня образования в области финансов, маркетинга и управления персоналом
	<b>Уметь:</b> отбирать соответствующие виды, методы и приемы организации образовательной деятельности в области финансов, маркетинга и управления персоналом и оценки результатов реализации образовательных проектов и программ				Умеет в полном объеме отбирать соответствующие виды, методы и приемы организации образовательной деятельности в области финансов, маркетинга и управления персоналом и оценки результатов реализации образовательных проектов и программ
	<b>Владеть:</b> адекватными конкретной ситуации действиями при организации образовательного процесса и оценке результатов освоения обучающимися основных и до-				В полном объеме владеет адекватными конкретной ситуации действиями при организации образовательного процесса и оценке результатов освоения обучающимися основных и до-

	дополнительных образовательных программ в области финансов, маркетинга и управления персоналом				полнительных образовательных программ в области финансов, маркетинга и управления персоналом
--	--	--	--	--	--

## **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

#### **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 (экзамен)**

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 устного ответа на вопросы по дисциплине**

##### **«Маркетинг некоммерческих и коммерческих образовательных организаций»:**

✓ 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-2**

**1.. \_\_\_\_ - это средство обеспечения совместимости, взаимозаменяемости, унификации, типизации, надежности техники и информационных сетей, норм безопасности и экологических требований, единства характеристик и свойств качества продукции, работ, процессов и услуг**

2. Стратегия \_\_\_ маркетинга - это прогноз различия сегментов и выпуск на весь рынок одного направления образования (одной специальности), обеспечивая ему средствами маркетинга привлекательность в глазах всех групп потребителей

3. Стратегия \_\_\_ применяется только на рынках большой емкости и при значительных собственных ресурсах, при неприемлемости для покупателей высоких цен, в условиях низкой их осведомленности о товаре данной фирмы и при острой конкуренции.



4. Концепция совершенствования деятельности образовательного учреждения предполагает:



что потребители будут заинтересованы в образовательных услугах, доступных ввиду их низкой цены



целью является не обеспечение потребностей граждан в получении качественного и современного образования, а поддержание спроса на теряющие свою привлекательность специальности



что потребитель оказывает предпочтение образовательным услугам высокого качества. Данная концепция целесообразна в условиях высокой индивидуализации спроса, когда существует часть потребителей, нуждающихся в образовательных услугах повышенного качества

5. Потребительская концепция (концепция маркетинга) предполагает что .....



образовательное учреждение выявляет нужды и запросы граждан, прогнозирует их поведение и определяет потенциальные возможности спроса, а затем обеспечивает желаемое удовлетворение спроса на те или иные образовательные услуги.



данная концепция может выступать в виде концепции совершенствования деятельности образовательного учреждения



для образовательного учреждения эта концепция актуальна в условиях перепроизводства, когда целью является не обеспечение потребностей граждан в получении качественного и современного образования, а поддержание спроса на теряющие свою привлекательность специальности

6. \_\_\_ - это комплексное исследование деятельности предприятия, основанное на взаимосвязанном рассмотрении функций создаваемых объектов, товаров и затрат на обеспечение этих функций

7. Выявить факторы, содействующие коммерческому успеху или препятствующие ему, позволяет анализ:



товародвижения и сбыта



потребителей



внешней среды



существующих и планирование будущих товаров



8. Определение реального уровня конкурентоспособности предприятия является целью исследования...



**9. Образовательные услуги, обладают характеристиками, которые в значительной степени влияют на разработку маркетинговых программ:**

- несохраняемость
- непостоянство качества
- недолговечность
- неотделимость
- все ответы верны
- неосвязаемость

**10. Методы измерения эффективности стимулирования продаж:**

- метод опроса потребителей на предмет приемлемости предложенных мер стимулирования
- метод экспериментов для более объективной оценки эффективности различных средств стимулирования
- метод сравнения показателей продаж образовательных услуг до и после реализации программы
- все ответы верны

**ПК-2**

**11. Принципиальная модель рыночно-конкурентного поведения – это \_\_\_ маркетинговая стратегия организации**

**12. \_\_\_ образовательных услуг - научно-практическая дисциплина, изучающая и формирующая философию, стратегию и тактику цивилизованного мышления и действия, поведения и взаимоотношений субъектов рынка образовательных услуг**

**13. Информационная реклама.....**

- призвана проинформировать рынок о новой образовательной услуге: предложить новые способы применения полученных знаний; сообщить на рынке об изменении цен; описать предоставляемые услуги; исправить ложные впечатления; уменьшить опасения потребителей; создать имидж образовательного учреждения
- должна убедить поступать в определенный вуз, на определенный факультет или специальность; «переключить» внимание на другой факультет или специальность; изменить представления покупателей о качестве образовательной услуги; убедить потребителей не откладывать поступление в образовательное учреждение
- должна напомнить потенциальным потребителям о том, что образование (конкретная специальность) может понадобиться им в ближайшем будущем; напомнить потребителям, где можно получить необходимое образование; постоянно держать в курсе событий; напомнить о своем образовательном учреждении в период межсезонья

**14. Консюмеризм - организованное движение граждан и правительственных чиновников, направленное на расширение и защиту прав потребителей, в том числе и потребителей образовательных услуг:**

- да
- нет

**15. Прямой маркетинг – это:**

- разработка комплекса постоянных визуальных и текстовых элементов, идентифицирующего принадлежность к конкретному образовательному учреждению и отличающего образовательное учреждение от конкурентов; формирование уникального имиджа образовательного учреждения
- временная торговая площадь, которая предназначена для популяризации и сбыта продукции, где можно заключить контракты с потенциальными потребителями на реализацию образовательных услуг со скидками, которые действуют только во время прохождения ярмарки
- интерактивная маркетинговая система, в которой для получения определенного отклика и/или для заключения договора на обучение в любом регионе используется одно или несколько средств коммуникации

**16. Одним из принципов маркетинга, в котором раскрывается философия маркетинга в отношении к потребностям клиентов образовательных услуг, является:**

- понимание качества образовательных услуг как меры удовлетворения потребности в них
- непрерывность сбора и обработки информации о конъюнктуре рынка и его реакциях
- доминирование ориентации на долгосрочную перспективу рынка на решающих направлениях
- оптимальное сочетание централизованных и децентрализованных методов управления

**17. Существует только один метод ценообразования на образовательные услуги**

- да
- нет

**18. Стратегия \_\_\_ маркетинга – это концентрация усилий и ресурсов учебного заведения на одном сегменте рынка (специфической группе потребителей) с ориентацией на рынок труда**

**19. Неосвязаемость образовательной услуги означает:**

- что ее нельзя продемонстрировать, то есть до приобретения услуги невозможно увидеть, попробовать на вкус, потрогать, услышать или ощутить ее запах
- что ее нельзя отделить от источника, независимо от того, предоставляется услуга человеком или машиной. Преподаватель не может предоставить услугу, если в аудитории нет студентов
- что ее качество может очень сильно изменяться в зависимости от того, кто, когда, где и как ее предоставит

**20. Стимулирование продаж – это:**

- специально разработанный и управляемый процесс обмена информацией между различными субъектами рынка в целях достижения взаимопонимания

улучшение качества предоставляемых образовательных услуг и введение более высоких стандартов качества

разнообразные краткосрочные поощрительные акции, направленные на потенциальных потребителей образовательных услуг и/или деловых партнеров образовательного учреждения с целью ускорить и/или увеличить продажи этих ус

### **Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний**

#### **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 некоммерческих и коммерческих образовательных организаций»:**

✓ 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.Бально-рейтинговая система оценки знаний**

Согласно Положения о бально-рейтинговой системе оценки знаний магистрантов баллы выставляются в соответствующих графах журнала (см. «Журнал учета бально-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.

«Пропуски 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 балльных показателей традиционной отметке	1,5	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	«зачтено»
	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) за отчетный период 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 лекционному материалу проводит лектор, по практическим занятиям – преподаватель, проводивший эти занятия. Контроль может проводиться и совместно.

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

**8.1. Основная литература:**

1. Сальникова, Т. С. Проблемы предпринимательства в сфере образования: монография / Т. С. Сальникова ; под редакцией И. К. Ларионова. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2019. - 199 с. - ISBN 978-5-394-03625-5. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1442304> – Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный

2. Пономарева, А. М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 247 с. (Высшее образование:Магистратура). - ISBN 978-5-369-01531-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/documentid=372086> – Режим доступа: по подписке.
3. Бек, М. А. Маркетинг В2В : учебное пособие / М.А. Бек ; под ред. Н.Н. Бек. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 392 с. — (Высшее образование:Магистратура). — DOI 10.12737/1816711. - ISBN 978-5-16-017157-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/documentid=380119> – Режим доступа: по подписке.

### ***1.2. Дополнительная литература:***

1. Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 356 с. — (Высшее образование:Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/documentid=351097> – Режим доступа: по подписке.
2. Маркетинг для магистров : учебник / Под общей ред. д-ра экон. наук, проф. И.М. Синяевой. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 368 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. - ISBN 978-5-9558-0419-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/documentid=371579> – Режим доступа: по подписке.

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины (модуля)**

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: краткое, схематичное, последовательное фиксирование основных положений, выводов, формулировок, обобщений; выделение ключевых слов, терминов. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросы, терминов, материала, вызывающего трудности. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом
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	Реферат: 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.
Самостоятельная	Проработка учебного материала занятий лекционного и семинарского типа.

работа	Изучение нового материала до его изложения на занятиях. Поиск, изучение и презентация информации по заданной теме, анализ научных источников. Самостоятельное изучение отдельных вопросов тем дисциплины, не рассматриваемых на занятиях лекционного и семинарского типа. Подготовка к текущему контролю, к промежуточной аттестации.
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: <a href="https://kchgu.ru/biblioteka-kchgu/">https://kchgu.ru/biblioteka-kchgu/</a>	Бессрочный
2023 / 2024 учебный год	Электронно-библиотечные системы: Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» - <a href="https://www.elibrary.ru">https://www.elibrary.ru</a> . Лицензионное соглашение №15646 от 01.08.2014г. Бесплатно.  Национальная электронная библиотека (НЭБ) – <a href="https://rusneb.ru">https://rusneb.ru</a> Договор №101/НЭБ/1391 от 22.03.2016г. Бесплатно.  Электронный ресурс «Polred.com Обзор СМИ» – <a href="https://polpred.com">https://polpred.com</a> . 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 212

369200, Карачаево-Черкесская республика, г. Карачаевск, ул. Ленина, 29. Учебный корпус №4, ауд. 212	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского и практического типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Специализированная мебель: столы ученические, стулья, доска меловая. Технические средства обучения: Персональный компьютер с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета, экран, проектор.
---	---

### ***10.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения***

1. ABBY FineReader (лицензия №FCRP-1100-1002-3937), бессрочная.
2. CalculateLinux (внесён в ЕРПП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная.
3. GNU Image Manipulation Program (GIMP) (лицензия: №GNU GPLv3), бессрочная.
4. Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная
5. Microsoft Office (лицензия №60127446), бессрочная.
6. Microsoft Windows (лицензия №60290784), бессрочная
7. Kaspersky Endpoint Security (лицензия №280E2102100934034202061), с 25.01.2023 по 03.03.2025 г.

### ***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 Elsevir  
<http://www.scopus.com/search/form.uriidisplay=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>.

## **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 «SmartBoard», «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, видеоувеличителем, клавиатурой для лиц с ДЦП, роллером Распределение специализированного оборудования.



## 12. Лист регистрации изменений

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