

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ
«ГУБЕРНСКИЙ КОЛЛЕДЖ Г. СЫЗРАНИ»

УТВЕРЖДЕНО

Приказ ГБПОУ «ГК г. Сызрани»
от «16» мая 2022 г. № 250-о

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 09 МАРКЕТИНГ В ОБЛАСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ

код и название дисциплины общепрофессионального цикла

общепрофессиональный цикл

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности:
(специальность):

44.02.03 Педагогика дополнительного образования

код и наименование специальности

Сызрань, 2022 г.

РАССМОТРЕНА

Предметной (цикловой) комиссией
Общепрофессиональный и профессиональный цикл «Преподавание
в начальных классах», «Педагогика дополнительного образования»
от «13»мая 2022 г. протокол № 9

Составитель: С.А. Мирутенко, преподаватель учебной дисциплины ОП.02 Психология ГБПОУ «ГК г. Сызрани»

Внутренняя экспертиза (техническая и содержательная): Е.А. Воздвиженскова, методист социально-педагогического профиля ГБПОУ «ГК г. Сызрани»

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями к оформлению, установленными в ГБПОУ «ГК г. Сызрани».

Содержание программы реализуется в процессе освоения студентами основной образовательной программы по специальности/профессии 44.02.03 Педагогика дополнительного образования

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
5. ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	11
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 ПЛАНИРОВАНИЕ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АКТИВНЫХ И ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ И МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ	12
ПРИЛОЖЕНИЕ 2 СОПОСТАВЛЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ПС И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ УД	13
ПРИЛОЖЕНИЕ 3 СОПОСТАВЛЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ РАБОТОДАТЕЛЕЙ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ УД	14
ПРИЛОЖЕНИЕ 4 СОПОСТАВЛЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ДЭ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ УД	15
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ 5 СОПОСТАВЛЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ РЧ/НЧ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ УД</i>	16

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ В ОБЛАСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг в области дополнительного образования детей» предназначена для изучения в ГБПОУ «ГК г. Сызрани» в рамках реализации вариативной части рабочего учебного плана по специальности 44.02.03. Педагогика дополнительного образования.

Программа может быть использована другими образовательными учреждениями, реализующими программы подготовки специалистов среднего звена соответствующих специальностей и программы повышения квалификации учителей общеобразовательных школ.

1.2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена:

Учебная дисциплина «Маркетинг в области дополнительного образования детей» принадлежит к профессиональному циклу дисциплин (вариативная часть).

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

По результатам освоения дисциплины ОП.09 Маркетинг в области дополнительного образования детей у обучающихся должны быть сформированы образовательные результаты в соответствии с ФГОС СПО (ПООП*):

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 2.3.	осуществлять разработку образовательной услуги и организовывать её распространение, правильно устанавливать цену и осуществлять продажу	потребительские рынки и покупательское поведение потребителей
ОК 1.	описывать значимость своей профессии	сущность гражданско-патриотической позиции; понятие общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности
ОК 2.	целеполагание, планирование, организация, рефлексия деятельности; выбор приемов и методов в соответствии с целью, задачами, оценивание их эффективности и качества.	структура деятельности; методы обучения и воспитания; приемы анализа и самоанализа
ОК 3.	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
ОК 4.	определять задачи поиска информации находить необходимые источники информации; процесс поиска; структури-	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования ин-

	ровать информацию; выделять наиболее значимое в информации; оценивать практическую результатов поиска;	формации; формат оформления результатов поиска информации
ОК 5.	применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение	современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.
ОК 6.	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности

Содержание дисциплины должно быть ориентировано на подготовку студентов к освоению профессиональных модулей ППСЗ по специальности 44.02.03 Педагогика дополнительного образования и овладению профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 2.3. Мотивировать обучающихся, родителей (лиц, их заменяющих) к участию в досуговых мероприятиях.

*В процессе освоения дисциплины у обучающихся должны формироваться **общие компетенции** по данным педагогическим специальностям:*

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение учебной дисциплины: максимальной учебной нагрузки обучающегося 55 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 37 часов;

самостоятельной работы обучающегося 18 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	55
Самостоятельная работа	18
Объем образовательной программы	37
в том числе:	
теоретическое обучение	37
лабораторные работы	-
практические занятия	-
контрольная работа	-
консультации	<i>Не предусмотрено</i>
промежуточная аттестация	<i>Не предусмотрено</i>
Самостоятельная работа	18
Промежуточная аттестация	экзамен

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся.	Количество часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	
Раздел 1. Понятие и сущность маркетинга	<i>Содержание учебного материала</i>		
	1. Определение, содержание и основные понятия маркетинга. 2. Процесс управления маркетингом. 3. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации.	15	ПК 2.3., ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> Анализ маркетинговых методик исследования. Изучение маркетинговой среды на практике в учреждении дополнительного образования. Определение комплекса маркетинга и основные его составляющие.	12	ПК 2.3., ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6
Раздел 2. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации	<i>Содержание учебного материала</i>		
	1. Маркетинг дополнительного образования детей.		
	2. Маркетинговые особенности образовательной среды.		
	3. Управление спросом на образовательные услуги.		
	4. Система маркетинговой информации и проведение маркетинговых исследований в учреждении дополнительного образования.	22	ПК 2.3., ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6
	5. Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование образовательной услуги.		
	6. Имидж образовательного учреждения и его услуг.		
	7. Формирование комплекса маркетинга в сфере услуг дополнительного образования детей.		
8. Управление маркетинговой деятельностью в учреждении дополнительного образования детей.			
<i>Практические занятия:</i> 1. Составление рекламы образовательных услуг. Разработка рекламных буклетов. 2. Разработка имиджа образовательного учреждения.		3	ПК 2.3., ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6
<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> Написание сочинения по теме: «Предприимчивый педагог». Изучение нужд, потребностей, запросов родителей детей, посещающих учреждения дополнительного образования. Составление плана консультации для родителей, относящимся к разным сегментам.		8	ПК 2.3., ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6
ВСЕГО		55	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.2. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета: ученические столы, письменный стол учителя, стулья, магнитная доска, экран.

Технические средства обучения: компьютер, мультимедиа-проектор, принтер, сканер, документ-камера.

Учебно-методический комплекс: нормативные документы по требованиям к уровню подготовки выпускника, рабочая программа дисциплины, учебно-методическая литература, комплект методического обеспечения практических работ и самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы (перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы).

Основные источники:

Для преподавателей

1. Герасимов Б.И. Маркетинговые исследования рынка. - М.: ФОРУМ, 2016.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. - М.: Вильямс, 2017.
3. Липсиц И.В., Дымшиц М.Н. Основы маркетинга. – М.: Геотар-Медиа, 2015.
4. Основы маркетинга. Теория и практика под ред. И.И. Пичурина О., Обухова В. и др. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.
5. Шаповалов В.А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ. – Ростов н/Д: Феникс, 2016.
6. Социальное воспитание в учреждениях дополнительного образования детей под ред. Куприянова Б.В., Салина Е.А. – М.: Академия, 2016.
7. Буйлова Л.Н. Дополнительное образование в современной школе. – М.: Сентябрь, 2017.

Для обучающихся

1. Герасимов Б.И. Маркетинговые исследования рынка. - М.: ФОРУМ, 2016.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. - М.: Вильямс, 2017.
3. Липсиц И.В., Дымшиц М.Н. Основы маркетинга. – М.: Геотар-Медиа, 2015.
4. Основы маркетинга. Теория и практика под ред. И.И. Пичурина О., Обухова В. и др. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.
5. Шаповалов В.А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ. – Ростов н/Д: Феникс, 2016.
6. Социальное воспитание в учреждениях дополнительного образования детей под ред. Куприянова Б.В., Салина Е.А. – М.: Академия, 2016.
7. Буйлова Л.Н. Дополнительное образование в современной школе. – М.: Сентябрь, 2017.

Дополнительные источники:

Для преподавателей

1. Образование в современном мире: проблемы миграции, управления и экономики под ред. Синяковой М.Г., Сыманюк Э.Э. – М.: Екатеринбург, 2015.
2. Дополнительное образование детей: сборник авторских программ под ред. Лазаревич А.Г. – М.: Илекса, 2016.

Для обучающихся

1. Образование в современном мире: проблемы миграции, управления и экономики под ред. Синяковой М.Г., Сыманюк Э.Э. – М.: Екатеринбург, 2015.
2. Дополнительное образование детей: сборник авторских программ под ред. Лазаревич А.Г. – М.: Илекса, 2016.

Электронные ресурсы:

Для преподавателей

1. Грашина М. Н. Основы управления проектами [Электронный ресурс], - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=214638>
2. Грекул В. И. Проектное управление в сфере информационных технологий [Электронный ресурс] - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=222117>

Для обучающихся

1. Грашина М. Н. Основы управления проектами [Электронный ресурс], - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=214638>
2. Грекул В. И. Проектное управление в сфере информационных технологий [Электронный ресурс] - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=222117>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения - осуществлять разработку образовательной услуги и организовывать её распространение, правильно устанавливать цену и осуществлять продажу	- умеет разрабатывать образовательную услугу и организовывать её распространение, правильно устанавливать цену и осуществлять продажу	Составление рекламы образовательных услуг.
- использовать различные способы рекламы услуги;	.	Разработка рекламных буклетов
- анализировать рыночные возможности;		Разработка имиджа образовательного учреждения.
- отбирать целевые рынки;		Составление портрета потенциального потребителя
- разрабатывать комплексы маркетинга;		Разработка комплекса маркетинговых услуг
Знания определение, содержание и основные понятия маркетинга: нужды, потребности, запросы, товар, сделка, рынок;	-знает определение, содержание и основные понятия маркетинга: нужды, потребности, запросы, товар, сделка, рынок;	Терминологические диктанты
механизмы управление маркетингом, состояния спроса: отрицательный спрос, отсутствие спроса, скрытый спрос, падающий спрос, нерегулярный спрос, полноценный спрос, чрезмерный спрос, нерациональный спрос;	-знает механизмы управление маркетингом, состояния спроса: отрицательный спрос, отсутствие спроса, скрытый спрос, падающий спрос, нерегулярный спрос, полноценный спрос, чрезмерный спрос, нерациональный спрос;	Терминологические диктанты
концепции управления маркетингом: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этического маркетинга;	- знает концепции управления маркетингом: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этического маркетинга;	Подготовка и представление рефератов
цели системы маркетинга;	-знает цели системы маркетинга;	Устные ответы
. системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации;	- системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации;	Анализ маркетинговых задач

5. ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Дата актуализации	Результаты актуализации

ПРИЛОЖЕНИЕ 1
**ПЛАНИРОВАНИЕ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АКТИВНЫХ
 И ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ И МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ**

№ п/п	Тема учебного занятия	Кол- во часов	Активные и интерактивные формы и методы обучения	Формируемые ОК, ПК, знания и умения
1.	Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации	2	Выставка-презентация	ПК 2.3., ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6
2.	Система маркетинговой информации и проведение маркетинговых исследований в учреждении дополнительного образования.	2	Мастер-класс	ПК 2.3., ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

**Сопоставление требований профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования в области физкультурно-оздоровительной деятельности»,
утвержденного Приказом Минтруда России от 18 октября 2013 г. N 544н
и образовательных результатов ОП. 09 МАРКЕТИНГ В ОБЛАСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ**

Требования профессионального стандарта	Наименование профессиональных модулей (МДК) с образовательными результатами, имеющими взаимосвязь с ОР дисциплины	Образовательные результаты дисциплины	Наименование разделов/тем и рабочей программе по дисциплине
<p><u>Обобщенная трудовая функция функция.</u> <u>Организация и проведение исследований рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых</u> Необходимые умения: осуществлять разработку образовательной услуги и организовывать её распространение, правильно устанавливать цену и осуществлять продажу.</p>		<p>Уметь: - разрабатывать образовательную услугу и организовывать её распространение, правильно устанавливать цену и осуществлять продажу; - использовать различные способы рекламы услуги; - анализировать рыночные возможности; - отбирать целевые рынки; - разрабатывать комплексы маркетинга.</p>	<p align="center">Раздел 2 Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации</p>
<p>Необходимые знания: Знает потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.</p>		<p>Знать: - знает определение, содержание и основные понятия маркетинга: нужды, потребности, запросы, товар, сделка, рынок; - основные потребительские рынки и покупательское поведение потребителей;</p>	

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Сопоставление требований работодателя и образовательных результатов

ОП. 09 МАРКЕТИНГ В ОБЛАСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ 44.02.03 Педагогика дополнительного образования

Требования работодателя	Образовательные результаты дисциплины	Наименование разделов/тем в рабочей программе по дисциплине
Уметь	Уметь:	
-	-	-
Знать	Знать:	
-	-	-

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Сопоставление требований демонстрационного экзамена по состоянию на май 2022 год по компетенции Т69 Педагогика дополнительного образования ОП. 09 МАРКЕТИНГ В ОБЛАСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ

Требования ДЭ	Образовательные результаты дисциплины	Наименование разделов/тем в рабочей программе по дисциплине
знать		
- основы взаимодействия с представителями предприятий, организаций, учреждений-социальных партнеров;	взаимодействовать с представителями предприятий, организаций, учреждений социальных партнеров; использовать профессиональную терминологию; использовать методы убеждения и аргументации своей позиции;	Раздел 2 Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации
- способы решения запросов аудитории	понимать суть запроса аудитории и оперативно подбирать способы решения;	Раздел 2 Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Сопоставление требований РЧ 2021-2022 по компетенции Т69 Педагогика дополнительного образования ОП. 09 МАРКЕТИНГ В ОБЛАСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ

Требования РЧ	Образовательные результаты дисциплины	Наименование тем в рабочей программе по дисциплине
1. Общекультурное развитие		
Знать:		
Уметь:		
3. Общепрофессиональное развитие		
Уметь		
Знать		
5. Саморазвитие и самообразование		
Знать и понимать		
Осуществлять и организовывать проектную деятельность.	отбирать и использовать методы и методики педагогического исследования и проектирования; обобщать передовой педагогический опыт и организовывать собственную опытно-	Раздел 2. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой

	экспериментальную работу, формулировать необходимые выводы и обобщения	информации
Уметь		
3. Методическое обеспечение образовательного процесса		
Уметь		
Участвовать в исследовательской и проектной деятельности	особенности различных видов исследовательской работы; основы организации опытно-экспериментальной работы в сфере образования;	Раздел 2. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации
Знать		