

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Факультет педагогічної освіти та соціальної роботи
Кафедра соціальної роботи та педагогіки вищої школи

СИЛАБУС
вибіркової навчальної дисципліни
Освітній маркетинг
підготовки Магістра
спеціальності 11 Освітні, педагогічні науки
освітньо-професійної програми
Освітні, педагогічні технології

Луцьк - 2020

Силабус навчальної дисципліни «ОСВІТНІЙ МАРКЕТИНГ» підготовки магістра, галузі знань 01 Освіта/Педагогіка, спеціальності 11 Освітні, педагогічні науки, за освітньою програмою Освітні, педагогічні технології.

Розробник: Колосок А. М., доцент кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи, к.е.н., доцент

Силабус навчальної дисципліни затверджено на засіданні кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи протокол № 3 від 9 вересня 2020 р.

Завідувач кафедри: _____ Чернета С. Ю.

І. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Денна/зачона форма навчання	01 Освіта/Педагогіка 11 Освітні, педагогічні науки Освітні, педагогічні технології Магістр	Вибіркова
Кількість годин/кредитів ECTS 120/4		Рік навчання 2
		Семестр 3-ий
		Лекції 20 год.
		Практичні (семінарські) 20 год. Лабораторні 0 год. Індивідуальні 0 год.
		Самостійна робота 72 год.
ІНДЗ: <u>немає</u>		Консультації 8 год.
		Форма контролю: залік
Мова навчання		українська

ІІ. Інформація про викладача (-ів)

Колосок Андрій Мирославович, к.е.н., доцент, доцент кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи, kolosok.andrew@eenu.edu.ua, В-307

Дні занять розміщено на <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

ІІІ. Опис дисципліни

1. Анотація курсу. Запорукою успіху в досягненні цілей навчальних закладів, у визначенні цільових споживачів та задоволенні їх потреб ефективнішим, ніж у конкурентів, способом є освітній маркетинг. Він дозволяє при значних динамічних змінах зовнішнього середовища осмислити їх характер і причини, по можливості прогнозувати ці зміни, а також змодельовати різні ситуації для добору шляхів ефективного функціонування освітніх закладів.

Освітній маркетинг головним об'єктом уваги навчальної діяльності вважає планування, організування, мотивування, контролювання і регулювання процесу перетворення бажань і можливостей потенційних споживачів у сформований попит на освітні послуги, а кінцевою метою - отримання очікуваного прибутку шляхом якнайповнішого задоволення цього попиту.

Враховуючи сказане, маркетинг активно займає позиції у вітчизняних закладах освіти, що зумовлює зростання зацікавленості до його вивчення та надання переваг спеціалістам, які досконало володіють його навичками.

2. Пререквізити. «Економічна теорія», «Маркетинг», «Менеджмент».

3. Мета і завдання навчальної дисципліни. **«Освітній маркетинг»** – інтенсивний практикум, що формує універсального фахівця з освітніх та педагогічних технологій, який самостійно приймає рішення, розв'язує складні завдання та проблеми в галузі освітніх, педагогічних наук, професійній діяльності, в процесі навчання, що передбачає застосування відповідних освітніх, педагогічних інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

4. Результати навчання (компетентності).

Цілі навчання.

- підготовка висококваліфікованого фахівця, здатного професійно застосовувати на практиці сучасні маркетингові технології, методи та прийоми;
- формування компетентностей та здатностей використовувати набуті знання та вміння у професійній (викладацькій, освітній, виховній, науково-дослідницькій, аналітичній, консультативній, комунікативній, організаційно-методичній) діяльності;
- формування готовності вирішувати актуальні проблеми педагогічної науки та освітньої практики.

Ефект навчання щодо знань

- основні функції, види та стратегії маркетингу освіти (ЗК3, СК41, СК5);
- методичні підходи до вивчення маркетингової діяльності навчальних закладів (ЗК2, ЗК6, СК11);
- сутність, види та типи маркетингових досліджень ринків освітніх послуг, методи маркетингового аналізу (ЗК4, ЗК6, СК13);
- методику маркетингового планування (ЗК5, СК12);
- сутність маркетингової цінової політики на освітні послуги (ЗК2, СК1);
- цілі та засоби комунікативної політики навчальних закладів (ЗК3, СК1).

Ефект навчання щодо вмінь

- організовувати маркетингову діяльність навчальних закладів (ЗК1, СК12);
- розробляти та здійснювати заходи маркетингових досліджень ринку освітніх послуг і ринку праці (ЗК2, СК13);
- здійснювати аналіз та планування маркетингової діяльності навчальних закладів (ЗК4, СК11);
- формувати асортимент освітніх послуг та визначати його ефективність (ЗК5, СК9);
- визначати оптимальний метод ціноутворення на освітні послуги та здійснювати розрахунок ціни освітніх послуг (ЗК9, СК7, СК14);
- розробляти план комунікативної діяльності навчальних закладів (ЗК7, ЗК10);
- формувати завдання для маркетологів навчального закладу (ЗК6, ЗК3)

Ефект навчання щодо суспільних та особистісних компетенцій

- вивчати міжособистісні відносини, взаємозв'язки в навчальному закладі та їхній вплив на суспільство (ЗК7, ЗК8, СК4, ЗК5);
- співвідношення проблем суспільства із проблемами розвитку навчального закладу (ЗК6, ЗК8);
- спілкуватися із представниками різних професійних груп задля створення умов розвитку навчального закладу (ЗК7, ЗК2, СК4).

5. Структура навчальної дисципліни.

Схема курсу денної/заочної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього годин денна/ заочна ¹	Методи та технології викладання (навчання)	Форма контролю ³ .	Бал оцінювання
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади освітнього маркетингу				
Тема 1. Теоретичні аспекти сутності маркетингу в освіті	4	метод круглого столу / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365 ² .	усне опитування, ситуаційні завдання.	5
Тема 2. Зовнішнє маркетингове середовище навчального закладу	4	лекція-диспут / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	5
Тема 3. Внутрішнє маркетингове середовище навчального закладу	4	імітаційні вправи / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	5
Тема 4. Ринок освітніх послуг	4	лекція-диспут / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	5
Разом за модулем 1	16	Тести, контрольна робота		30
Змістовий модуль 2. Використання інструментів маркетингу в навчальному закладі				
Тема 5. Організація проведення маркетингових досліджень	5	ділові ігри / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	5
Тема 6. Дослідження і прогнозування конкурентоспроможності освітніх послуг	6	метод круглого столу / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	5

Тема 7. Формування цінової політики навчального закладу	6	метод круглого столу / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	5
Тема 8. Формування комплексу маркетингових комунікацій навчального закладу	6	бізнес тренінги / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	5
Разом за модулем 2	24	Тести, контрольна робота		30
Разом	40		Максимальна оцінка балів.	100

Примітки: ¹ Всього годин лекцій і практичних занять. ² / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365 – може застосовуватися одна з форм навчання або симбіоз у формі он-лайн лекцій для студентів з індивідуальним планом навчання або заочної форми навчання, а також для студентів, які мають пропуски з поважних причин. ³ / Форма контролю: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач/кейсів, ІНДЗ/ІРС – індивідуальне завдання/індивідуальна робота студента, РМГ – робота в малих групах, МКР/КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

6. Завдання для самостійного опрацювання.

Відео 1. Гейміфікація як елемент освітнього маркетингу. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=SpBsG0b5dzg>

Відео 2. Стратегія просування і ефективний маркетинг приватних освітніх установ. URL :

https://www.youtube.com/watch?v=AOblJhEQ_PU

Відео 3. Для чого маркетинг у школі? URL: <https://www.youtube.com/watch?v=u0qB8vBe6kk>

Відео 4. Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації. URL:

https://www.youtube.com/watch?v=y_4gep4DdEc

Відео 5. Маркетинг в B2B: як працювати з CJM. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=Hc716iCrdTg>

Відео 6. Діджитал маркетинг. Онлайн дослідження, створення опитувань. URL :

<https://www.youtube.com/watch?v=-gzCqB8kWAE>

Відео 7. Діджитал маркетинг. Цільова аудиторія. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=RgUgpTpSWOc>

Відео 8. Безбюджетний маркетинг в освітній діяльності. URL :

<https://www.youtube.com/watch?v=NwLrWlAMJFo>

Відео 9. Маркетинг для новачків. Основи. URL : https://www.youtube.com/watch?v=_kl9ie-Tmg0

Відео 10. Комерціалізація електронних курсів. Освітній маркетинг. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=1R6Xqfm1oCk>

Відео 11. Маркетинг. Основні поняття маркетингу. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=1E4eERUEpL8>

Відео 12. Основи Digital Маркетингу (Освітній вебінар). URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=bxKQakkAptk>

Відео 13. Email-маркетинг. Збільшення кількості перших продажів. URL:

https://www.youtube.com/watch?v=_Zcnc056ItM

Відео 14. Творчий підхід до маркетингу та створення нових смислів. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=BK8tqv6i1cs>

Відео 15. Маркетинг в освіті. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KprKww1WgZ0>

IV. Політика оцінювання

Політика щодо академічної доброчесності.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені.

Студентам потрібно пройти безкоштовний курс академічної доброчесності в університеті <https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/>

Політика щодо дедлайнів та перескладання.

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-1 бал). Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

Шкала оцінювання
Оцінювання курсу денної/заочної форми навчання

Вид заняття	Аудиторне навантаження			Самостійна робота	Консультації
	Лекції	Практичні заняття	Модульний контроль		
Форма контролю	Відвідування занять	Усне опитування, ситуаційні завдання, розв'язування задач	Тести, контрольна робота	Письмова самостійна робота	Онлайн-консультування
Бал оцінювання	Не оцінюється	40	60	0	0

Оцінка в балах	Оцінка	Критерії оцінювання
90 – 100	Відмінно	Студент опрацював цілий курс згідно програми, оперує основними поняттями та вміє їх застосовувати на практиці, здобув компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання високого рівня складності
82 – 89	Дуже добре	Студент опрацював цілий курс згідно програми, оперує основними поняттями, проте може застосувати більшість положень на практиці, здобути компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання високого рівня складності з незначними помилками
75 - 81	Добре	Студент опановує 80–90 % курсу згідно програми, оперує більшістю основних понять та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності
67 - 74	Задовільно	Студент опановує 60-70% основного курсу згідно програми, оперує окремими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності з незначними помилками
60 - 66	Достатньо	Студент опановує 60% основного курсу згідно програми, оперує окремими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності з допомогою лектора
1 – 59	Незадовільно	Студент опановує 60% основного курсу згідно програми, оперує окремими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, не розв'язує завдання середнього рівня складності з допомогою лектора

V. Підсумковий контроль

Форма підсумкового контролю успішності навчання – залік, який складають студенти в період заліково-екзаменаційної сесії, передбаченої навчальним планом. Максимальна оцінка 60 балів. Залік проводиться згідно розкладу.

VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Буднікевич І. М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навчальний посібник. Київ : «Центр учбової літератури», 2013. 536 с.
2. Вознюк В. С. Маркетинг освітніх послуг : навчальний посібник. Луцьк : Волинська книга, 2007. 64 с.
3. Гончаров С. М., Сапсай Г. І. Освітній маркетинг: навчально-методичний посібник. Рівне: НУВГП, 2010. 252 с.
4. Коблева А. Л., Маслова Т. Ф. Маркетинг образовательных услуг: функции, технологии и опыт : учебное пособие. Ставрополь : Ставролит, 2019. 116 с.
5. Семенюк С. Б. Сучасна концепція освітнього маркетингу. Дюссельдорф : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2017. 56 с.

Додаткова

1. Воронкова Г. В. Маркетинг соціальних послуг : навчальний посібник. Київ : Видавничий дім «Професіонал», 2008. 576 с.
2. Іваницька О. М. Дослідження ринку освітніх послуг: навчальний посібник. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2010. 40 с.
3. Кайдашова А. К. Маркетинг профессиональных образовательных услуг. Москва : ФЛИНТА, 2020. 90 с.
4. Кузьмина Е. Е. Маркетинг образовательных услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата. Москва : Издательство Юрайт, 2014. 330 с.
5. Пашкус Н. А., Соловейкина М. П., Чебы Л. В. Маркетинг образовательных услуг: учебное пособие. СПб. : ООО «Книжный Дом», 2007. 112 с.
6. Прокопенко О. В. Маркетинг образовательных услуг: монографія. Ruda Śląska: «Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium», 2016. 168 с.
7. Хлебнікова Т. М. Управління навчальною діяльністю: навчальнометодичний посібник. Харків : Вид. група «Основа», 2013. 224 с.

Інтернет-ресурси

1. Рябова З. В. Маркетингові дослідження якості надання освітніх послуг навчальним закладом. *Електронне фахове видання «Народна освіта»*, 2013. № 1(19). URL: <http://www.narodnaosvita.kiev.ua> (дата звернення: 02.09.2020).
2. Маркетинг освітніх послуг. URL: https://stud.com.ua/73181/marketing/marketing_osvitnih_poslug (дата звернення: 02.09.2020).
3. Маркетинг в освіті. URL: https://pidru4niki.com/86573/menedzhment/marketing_osviti#552 (дата звернення: 02.09.2020).
4. Entrepreneurship Development by University Of Calicut. URL: <http://www.universityofcalicut.info/syl/EntrepreneurshipDevelopment279.pdf> (дата звернення: 02.09.2020).
5. Гончарова О. В. Маркетинг на ринку освітніх послуг. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2018. Випуск 49. С. 169-178. URL: <http://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/download/51/47/> (дата звернення: 02.09.2020).