

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Забайкальский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет естественных наук, математики и технологий

Кафедра Теории и методики профессионального образования, сервиса и технологий

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Токарева Ю.С.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.ОД.05.2.Маркетинг образовательных услуг

на 72 часа(ов), 2 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 44.04.01 – Педагогическое образование

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом  
Министерства образования и науки Российской Федерации от  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Магистерская программа – Менеджмент в образовании (для набора 2018)

Форма обучения очная, заочная

## 1. Организационно-методический раздел

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Формирование у магистрантов компетенций в области управления маркетинговой деятельностью, позволяющих осуществлять эффективное продвижение образовательных услуг

Задачи изучения дисциплины:

- ~ формировать готовность к разработке и реализации методических моделей, методик, технологий и приемов маркетинговой деятельности; к анализу процессов мониторинга, использования его результатов в учреждении для совершенствования управленческой деятельности;
- ~ организовать командную работу для решения задач развития образовательной организации на основе маркетингового исследования.

### 1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина Б1.В.ОД.5.2 «Маркетинг образовательных услуг» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 ОПОП ВО по направлению 44.04.01 Педагогическое образование, магистерская программа «Менеджмент в образовании». Освоение данной дисциплины является необходимой основой для практико-ориентированной и профессиональной деятельности, а также же для выполнения научно-исследовательской работы и подготовки магистерской диссертации. Содержание дисциплины представляет интегрированный характер и направлено на актуализацию знаний, умений и навыков, приобретаемых магистрами при изучении базовых дисциплин.

### 1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

#### Очная форма

| Виды занятий                              | Распределение по семестрам |           |           | Всего часов |
|---|----------------------------|-----------|-----------|-------------|
|   | 1 семестр                  | 2 семестр | 3 семестр |             |
| Общая трудоемкость                        |                            |           |           | 72          |
| Аудиторные занятия, в т.ч.                | 0                          | 0         | 30        | 30          |
| лекционные (ЛК)                           | 0                          | 0         | 10        | 10          |
| практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)       | 0                          | 0         | 20        | 20          |
| лабораторные (ЛР)                         | 0                          | 0         | 0         | 0           |
| Самостоятельная работа студентов (СРС)    | 0                          | 0         | 42        | 42          |
| Форма промежуточной аттестации в семестре |                            |           | Зачет     | 0           |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| Курсовая работа<br>(курсовой проект) (КР,<br>КП) |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|

### Заочная форма

| Виды занятий                                     | Распределение по семестрам |           |           | Всего часов |
|--|----------------------------|-----------|-----------|-------------|
|  | 1 семестр                  | 2 семестр | 3 семестр |             |
| Общая трудоемкость                               |                            |           |           | 72          |
| Аудиторные занятия, в т.ч.                       | 0                          | 0         | 14        | 14          |
| лекционные (ЛК)                                  | 0                          | 0         | 4         | 4           |
| практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)              | 0                          | 0         | 10        | 10          |
| лабораторные (ЛР)                                | 0                          | 0         | 0         | 0           |
| Самостоятельная работа студентов (СРС)           | 0                          | 0         | 58        | 58          |
| Форма промежуточной аттестации в семестре        |                            |           | Зачет     | 0           |
| Курсовая работа<br>(курсовой проект) (КР,<br>КП) |                            |           |           |             |

## 2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

| Индекс компетенции | Содержание компетенции   |
|--------------------|--|
| ПК-11              | готовность к разработке и реализации методических моделей, методик, технологий и приемов обучения, к анализу результатов процесса их использования в организациях, осуществляющих образовательную деятельность |
| ПК -15             | готовность организовывать командную работу для решения задач развития организаций, осуществляющих образовательную деятельность, реализации экспериментальной работы  |

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

|                    |
|--------------------|
| Результат обучения |
|--------------------|

|       |   |
|-------|---|
| Знать | <p>Пороговый:</p> <p>основные понятия образовательного маркетинга;<br/>основные теоретические аспекты маркетинга образовательных услуг;<br/>методический инструментарий анализа маркетинговой деятельности</p>  |
|       | <p>Стандартный:</p> <p>роль рынка в управлении образовательными услугами, а также рыночные факторы определяющие характер образовательных услуг;<br/>принципы разработки и реализации маркетингового комплекса образовательных услуг</p>   |
|       | <p>Эталонный:</p> <p>механизмы установления цены на образовательную услугу и методику ее расчета;<br/>роль маркетинговой стратегии в реализации образовательных услуг, содержание и специфику выбора стратегии;<br/>подходы к управлению конкурентоспособности образовательной услуги.</p>  |
| Уметь | <p>Пороговый:</p> <p>оперировать ключевыми понятиями;<br/>осуществлять PEST, SPACE, SWOT-анализ маркетинговой среды образовательной организации;<br/>проводить сегментацию рынка и позиционирование образовательной организации на целевом рынке</p>  |
|       | <p>Стандартный:</p> <p>проводить маркетинговые исследования в образовательной деятельности;<br/>разрабатывать программу продвижения образовательного учреждения на рынке образовательных услуг;<br/>оценивать конкурентоспособность образовательной организации;<br/>использовать полученные знания в образовательной практике.</p> |
|       | <p>Эталонный:</p> <p>анализировать механизмы установления цены на образовательную услугу и методику ее расчета;<br/>определять роль маркетинговой стратегии в реализации образовательных услуг, содержание и специфику выбора стратегии;<br/>анализировать подходы к управлению конкурентоспособности образовательной услуги.</p>   |
|       | <p>Пороговый:</p> <p>специальной терминологией учебной дисциплины;<br/>профильным методическим инструментарием.<br/>основами командной работы для решения задач развития организации, осуществляющей образовательную деятельность</p>   |

|         |   |
|---------|---|
| Владеть | <p>Стандартный:</p> <p>профессиональным концептуальным и терминологическим аппаратом в сфере маркетинга образовательных услуг;<br/> основами разработки маркетинговой стратегии, ее реализации с учетом специфики товарного рынка;<br/> технологиями маркетинговых исследований в образовании, сегментирования рынка, позиционирования услуги, управления ассортиментным портфелем, выбора каналов сбыта и продвижения.</p> |
|         | <p>Эталонный:</p> <p>навыками экспертной оценки текущего состояния и тенденций и противоречий потребительского рынка;<br/> методами анализа конкурентов, потребителей и поставщиков, инструментами поиска новых рыночных возможностей и их внедрения;<br/> навыками экспериментальной работы в сфере маркетинга образовательных услуг</p>   |

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

##### Очная форма

| Модуль | Номер раздела | Наименование раздела  | Всего часов | Аудиторные занятия |        |    | СРС |
|--------|---------------|---|-------------|--------------------|--------|----|-----|
|        |               |   |             | ЛК                 | ПЗ(СЗ) | ЛР |     |
| 1      | 1             | Маркетинг в сфере услуг. Система маркетинга организаций. Специфика маркетинга образовательных услуг                     | 16          | 2                  | 4      |    | 10  |
| 2      | 2             | Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг  | 16          | 2                  | 4      |    | 10  |
| 3      | 3             | Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг. Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности | 16          | 2                  | 4      |    | 10  |
| 4      | 4             | Маркетинговая служба в сфере предоставления образовательных услуг. Качество образовательных услуг                       | 11          | 2                  | 4      |    | 5   |
|        | 5             | Продвижение образовательных услуг на рынок  | 13          | 2                  | 4      |    | 7   |
| Итого  |               |   | 72          | 10                 | 20     | 0  | 42  |

##### Заочная форма

| Модуль | Номер раздела | Наименование раздела | Всего часов | Аудиторные занятия |        |    | СРС |
|--------|---------------|----------------------|-------------|--------------------|--------|----|-----|
|        |               |                      |             | ЛК                 | ПЗ(СЗ) | ЛР |     |

|       |   |   |    |   |    |   |    |
|-------|---|---|----|---|----|---|----|
| 1     | 1 | Маркетинг в сфере услуг. Система маркетинга организаций. Специфика маркетинга образовательных услуг                     | 14 | 2 | 2  |   | 10 |
| 2     | 2 | Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг  | 14 | 2 | 2  |   | 10 |
| 3     | 3 | Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг. Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности | 14 |   | 2  |   | 12 |
| 4     | 4 | Маркетинговая служба в сфере предоставления образовательных услуг. Качество образовательных услуг                       | 14 |   | 2  |   | 12 |
|       | 5 | Продвижение образовательных услуг на рынок  | 16 |   | 2  |   | 14 |
| Итого |   |   | 72 | 4 | 10 | 0 | 58 |

### 3.2. Лекционные занятия

#### Очная форма

| Модуль | Номер раздела | Содержание лекционных занятий   |
|--------|---------------|---|
| 1      | 1             | Сущность маркетинга. Система маркетинга организации. Понятие маркетинга образования. Определение образовательных услуг с позицией маркетинга. Маркетинговые исследования как вид маркетинговой деятельности образовательных учреждений. Роль, функции и общая схема исследований в маркетинге |
| 2      | 2             | Понятие среды образования. Внешняя среда образовательной сферы. Анализ среды окружения (мезосреды) образования.   |
| 3      | 3             | Сущность маркетинговых коммуникаций. Основы Сущность маркетинговых коммуникаций. Основы рекламной деятельности.Связи с общественностью. Прямой маркетинг.   |

|   |   |  |
|---|---|--|
| 4 | 4 | Анализ факторов поведения потребителей. Процесс принятия решения потребителем образовательной услуги. Прогнозирование спроса на образовательные услуги. Элементы системы управления маркетингом. Анализ рынка образовательных услуг. Разработка плана маркетинга образовательного учреждения. Маркетинг услуг, в том числе образовательных. Маркетинг и общество. Международный маркетинг. Реализация плана маркетинга. Конкретная ситуация. Стратегия конкуренции. Качество образовательных услуг Маркетинг и общество. Современные технологии контроля качества образовательных услуг. |
|   | 5 | Инструменты и методы коммуникаций, используемые при продвижении образовательных услуг на рынке. Жизненный цикл кооперации образовательных учреждений Т. Лаптона.   |

### Заочная форма

| Модуль | Номер раздела | Содержание лекционных занятий  |
|--------|---------------|--|
| 1      | 1             | Сущность маркетинга. Система маркетинга организации. Понятие маркетинга образования. Определение образовательных услуг с позицией маркетинга. Маркетинговые исследования как вид маркетинговой деятельности образовательных учреждений. Роль, функции и общая схема исследований в маркетинге  |
| 2      | 2             | Понятие среды образования. Внешняя среда образовательной сферы. Анализ среды окружения (мезосреды) образования.  |
| 3      | 3             | Сущность маркетинговых коммуникаций. Основы Сущность маркетинговых коммуникаций. Основы рекламной деятельности. Связи с общественностью. Прямой маркетинг.   |
| 4      | 4             | Анализ факторов поведения потребителей. Процесс принятия решения потребителем образовательной услуги. Прогнозирование спроса на образовательные услуги. Элементы системы управления маркетингом. Анализ рынка образовательных услуг. Разработка плана маркетинга образовательного учреждения. Маркетинг услуг, в том числе образовательных. Маркетинг и общество. Международный маркетинг. Реализация плана маркетинга. Конкретная ситуация. Стратегия конкуренции. Качество образовательных услуг Маркетинг и общество. Современные технологии контроля качества образовательных услуг. |
|        |               |  |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | 5 | Инструменты и методы коммуникаций, используемые при продвижении образовательных услуг на рынке. Жизненный цикл кооперации образовательных учреждений Т. Лаптона. |
|--|---|--|

### 3.3. Практические (семинарские) занятия

#### Очная форма

| Модуль | Номер раздела | Содержание практических(семинарских) занятий  |
|--------|---------------|---|
| 1      | 1             | Основные характеристики услуг. Специфические особенности образовательных услуг. Специфика маркетинга образовательных услуг  |
| 2      | 2             | Классификация методов исследования. Характеристика методов исследования. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях  |
| 3      | 3             | Анализ внутренней среды образовательного учреждения. Методы количественного анализа рынка образования. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг Ярмарочная и выставочная деятельность в сфере образовательных услуг. Окружающая маркетинговая среда. Рынок образовательных услуг. |
| 4      | 4             | Стимулирование продаж образовательных услуг. Связи общественностью. Прямой маркетинг. Сегментация образовательных услуг. Исследование мнения студентов о качестве образования.  |
|        | 5             | Метод пробной покупки. Бренд – особенности использования метода в условиях продвижения образовательных услуг на рынок. PR-методы продвижения образовательных услуг на рынок.  |

#### Заочная форма

| Модуль | Номер раздела | Содержание практических(семинарских) занятий   |
|--------|---------------|--|
| 1      | 1             | Основные характеристики услуг. Специфические особенности образовательных услуг. Специфика маркетинга образовательных услуг |

|   |   |   |
|---|---|---|
| 2 | 2 | Классификация методов исследования. Характеристика методов исследования. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях  |
| 3 | 3 | Анализ внутренней среды образовательного учреждения. Методы количественного анализа рынка образования. Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг Ярмарочная и выставочная деятельность в сфере образовательных услуг. Окружающая маркетинговая среда. Рынок образовательных услуг. |
| 4 | 4 | Стимулирование продаж образовательных услуг. Связи общественностью. Прямой маркетинг. Сегментация образовательных услуг. Исследование мнения студентов о качестве образования.  |
|   | 5 | Метод пробной покупки. Бренд – особенности использования метода в условиях продвижения образовательных услуг на рынок. PR-методы продвижения образовательных услуг на рынок.  |

### 3.4. Лабораторные занятия

### 3.5. Организация самостоятельной работы

#### Очная форма

| Модуль | Номер раздела | Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение   | Виды самостоятельной работы  |
|--------|---------------|---|--|
| 1      | 1             | Маркетинг в сфере услуг. Система маркетинга организаций. Специфика маркетинга образовательных услуг                     | Составление конспекта, Подготовка электронной презентации. Написание эссе по изученной проблематике  |
| 2      | 2             | Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг  | Реферативное изложение (написание реферата-конспекта, реферата-резюме, реферата-обзора, реферата-доклада и т.п.) Написание эссе по изученной проблематике. |
| 3      | 3             | Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг. Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности | Написание эссе по изученной проблематике.  |

|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
| 4 | 4 | Маркетинговая служба в сфере предоставления образовательных услуг. Качество образовательных услуг | Подготовка сообщений и докладов          |
| 4 | 5 | Продвижение образовательных услуг на рынок  | Написание эссе по изученной проблематике |

#### Заочная форма

| Модуль | Номер раздела | Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение   | Виды самостоятельной работы  |
|--------|---------------|---|--|
| 1      | 1             | Маркетинг в сфере услуг. Система маркетинга организаций. Специфика маркетинга образовательных услуг                     | Составление конспекта, Подготовка электронной презентации. Написание эссе по изученной проблематике  |
| 2      | 2             | Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг  | Реферативное изложение (написание реферата-конспекта, реферата-резюме, реферата-обзора, реферата-доклада и т.п.) Написание эссе по изученной проблематике. |
| 3      | 3             | Окружающая маркетинговая среда и рынок образовательных услуг. Маркетинговые коммуникации. Основы рекламной деятельности | Написание эссе по изученной проблематике.  |
| 4      | 4             | Маркетинговая служба в сфере предоставления образовательных услуг. Качество образовательных услуг                       | Подготовка сообщений и докладов  |
| 4      | 5             | Продвижение образовательных услуг на рынок  | Написание эссе по изученной проблематике   |

#### 4. Интерактивные формы образовательных технологий

| Модуль | Номер раздела | Вид учебных занятий  | Образовательные технологии  | Количество часов |
|--------|---------------|----------------------|---|------------------|
| 1      | 1             | Практическое занятие | Аннотированный каталог по теме магистерской диссертации, составление трех рецензий на автореферат по темам, связанным с маркетингом образовательных услуг | 2                |
| 2      | 2             | Практическое занятие | Составление схем: «Методы маркетинговых исследований»   | 2                |
| 3      | 3             | Практическое занятие | Групповой проект: «Рекламная кампания вуза»   | 2                |
| 4      | 4             | Практическое занятие | Подготовить аналитический отчет по теме: «Качество образовательных услуг»   | 2                |
| 4      | 5             | Практическое занятие | Составить схему продвижения образовательных услуг (на примере разных ОУ)  | 2                |

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

### [Фонд оценочных средств](#)

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Основная литература

#### 6.1.1. Печатные издания

#### 6.1.2. Издания из ЭБС

Кузьмина, Е. Е. Маркетинг образовательных услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 330 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). <https://biblio-online.ru/book/69FE7B08-2D2C-4815-BB21-45164602020A>

Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 408 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). <https://biblio-online.ru/book/7BFFFE8C-2720-4138-A588-21E1A3065865>

Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). <https://biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33>

### 6.2. Дополнительная литература

#### 6.2.1. Печатные издания

#### 6.2.2. Издания из ЭБС

Диденко, Н. И. Международный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 409 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). <https://biblio-online.ru/book/16525970-F49C-4C0C-8D58-AC31838B951C>

### 6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Электронно-библиотечные системы с которыми у вуза заключен договор:

1. Образовательные ресурсы:

<https://e.lanbook.com/> Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань»;

<https://www.biblio-online.ru/> Электронно-библиотечная система «Юрайт»;

<http://www.studentlibrary.ru/> Электронно-библиотечная система «Консультант студента»;

<http://www.trmost.com/> Электронно-библиотечная система «Троицкий мост»;

2. Научные ресурсы:

<http://diss.rsl.ru/> Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки;

<https://elibrary.ru/> Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.

Научно-образовательные ресурсы открытого доступа:

<http://www.edu.ru> Федеральный портал «Российское образование»;

<http://law.edu.ru/> Федеральный правовой портал «Юридическая Россия»;

<http://ecsosman.hse.ru/> Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»;

<http://vestniknews.ru> Вестник образования России;

Справочные ресурсы:

<http://window.edu.ru> Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных Интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования;

<http://megabook.ru/> Энциклопедии Кирилла и Мефодия;

<http://www.krugosvet.ru/> Универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия «Кругосвет»

<http://www.rulex.ru/> электронная репринтная версия «Русского биографического словаря» А. А. Половцова включает в себя все тома, изданные в период с 1896 по 1918 годы общим объемом ок. 2000 а.л.;

<http://gramota.ru/> Словари русского языка;

<http://www.glossary.ru/> Тематические толковые словари;

<https://dic.academic.ru/> Словари и энциклопедии.

Электронные библиотеки:

<http://www.nlr.ru/> Российская национальная библиотека;

<https://www.prlib.ru/> Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина;

<http://rgdb.ru/> Российская государственная детская библиотека;

<http://www.rgub.ru/> Российская государственная библиотека для молодежи;

<http://libfl.ru/> Библиотека иностранной литературы;

<http://www.shpl.ru/> Государственная публичная историческая библиотека России;

<http://www.gpntb.ru/> Государственная публичная научно-техническая библиотека России;

<http://www.gnpbu.ru/> Государственная научная педагогическая библиотека им. К.Д. Ушинского;

<http://liart.ru/ru/> Российская государственная библиотека по искусству;

<http://www.rasl.ru/> Библиотека Российской Академии наук;

<http://www.benran.ru/> Библиотека по естественным наукам;

<http://studentam.net/> Электронная библиотека учебников;

<http://rvb.ru/> Русская виртуальная библиотека.

## 7. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129,  
ауд. 14-109.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), научно-исследовательской работы.

Комплект специальной учебной мебели.

Доска меловая.

Мультимедийное оборудование: ноутбук (переносной), проектор (переносной), экран (стационарный), акустическая система (переносной).

Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129,  
ауд. 14-315.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), научно-исследовательской работы, самостоятельной работы.

Компьютерный класс.

Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая

Комплект ПЭВМ - 8 шт .

Мультимедийное оборудование: ноутбук (переносной), проектор (переносной), экран (переносной), акустическая система (переносной).

Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129,  
ауд. 14-102.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

Специализированная учебная мебель

Технические средства обучения

Комплект ПЭВМ

Принтер Canon LBP 2900

Ноутбук ASUS

Ноутбук Machines

Мультимедиапроектор ACER

Мультимедиапроектор EPSON

Оборудование

Плоттер Roland

Магнитола Hyundai

Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129,  
Читальный зал научной библиотеки.

Аудитория для самостоятельной работы

Комплект специальной учебной мебели (130 посадочных мест).

ПК – 19 шт.

Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

## 9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

1. Общие методические рекомендациям по изучению дисциплины

Несмотря на наличие учебников, которые для студентов являются основным источником информации, лекции остаются основной формой обучения. При существовании разнообразных концепций по отдельным темам лекции необходимы для их объективного освещения. Поэтому посещение лекций по дисциплине обязательно для студентов.

Для успешного овладения дисциплиной необходимо выполнять следующие требования:

- 1) посещать все лекционные и практические занятия, поскольку весь тематический материал взаимосвязан между собой и теоретического овладения пропущенного недостаточно для качественного усвоения знаний по дисциплине;
- 2) все рассматриваемые на лекциях и практических занятиях темы и вопросы обязательно фиксировать (либо на бумажных, либо на машинных носителях информации);
- 3) обязательно выполнять все домашние задания, получаемые на лекциях или практических занятиях;
- 4) проявлять активность на интерактивных лекциях и практических занятиях, а также при подготовке к ним;
- 5) в случаях пропуска занятий по каким-либо причинам, необходимо обязательно самостоятельно изучать соответствующий материал.

## 2. Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Для успешного проведения практических занятий с творческой дискуссией нужна целенаправленная предварительная подготовка магистранта. Магистранты получают от преподавателя конкретные задания на самостоятельную работу в форме проблемно сформулированных вопросов, которые потребуют от них не только поиска литературы, но и выработки своего собственного мнения, которое они должны суметь аргументировать и защищать.

Семинар в сравнении с другими формами обучения требует от студентов высокого уровня самостоятельности в работе с литературой, инициативы, а именно: умение работать с несколькими источниками, осуществление сравнение того, как один и тот же вопрос излагается различными авторами, формулирование собственных обобщений и выводов.

В ходе семинара магистрант учится публично выступать, видеть реакцию слушателей, логично и ясно излагать свои мысли, приводить доводы, формулировать аргументы в защиту своей позиции. На семинаре каждый обучающийся имеет возможность критически оценить свои знания, сравнить со знаниями и умениями их излагать других студентов, сделать выводы о необходимости более углубленной и ответственной работы над обсуждаемыми проблемами. Поэтому семинарское занятие эффективно тогда, когда проводится как заранее подготовленное совместное обсуждение выдвинутых вопросов каждым участником семинара.

Готовясь к семинару, студенты должны:

1. Познакомиться с рекомендуемой преподавателем литературой;
2. Рассмотреть различные точки зрения по изучаемой теме, используя все доступные источники информации;
3. Выделить проблемные области и неоднозначные подходы к решению поставленных вопросов;
4. Сформулировать собственную точку зрения;
5. Предусмотреть возникновение спорных ситуаций при решении отдельных вопросов и быть готовыми сформулировать свой дискуссионный вопрос.

## 3. Методические рекомендации по подготовке докладов и сообщений на семинарах

Подготовка доклада требует от магистранта большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы. Она включает несколько этапов и предусматривает длительную, систематическую работу студентов и помощь педагогов по мере необходимости:

- составляется план доклада путем обобщения и логического построения материала доклада;
- подбираются основные источники информации;
- систематизируются полученные сведения путем изучения наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, возможно, дает сам преподаватель;
- делаются выводы и обобщения в результате анализа изученного материала, выделения наиболее значимых для раскрытия темы доклада фактов, мнений разных ученых и требования нормативных документов.

Доклад по укрупненной теме может выполняться несколькими магистрантами, между которыми распределяются вопросы выступления. Обычно в качестве тем для докладов преподавателем предлагается тот материал учебного курса, который не освещается в лекциях, а выносится на самостоятельное изучение студентами.

Построение доклада, как и любой другой научной работы, традиционно включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении обозначается актуальность исследуемой в докладе темы, устанавливается логическая связь ее с другими темами. В заключении формулируются выводы, делаются предложения и подчеркивается значение рассмотренной проблемы.

При проведении семинарских занятий методом развернутой беседы по отдельным вопросам может выступить заранее подготовленное сообщение. Сообщения отличаются от докладов тем, что дополняют вопрос фактическим материалом, примерами.

#### 4. Порядок организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа бакалавров по данной дисциплине предполагает:

- самостоятельный поиск ответов и необходимой информации по предложенным вопросам;
- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- изучение теоретического и лекционного материала, а также основной и дополнительной литературы при подготовке к семинарским занятиям, научным дискуссиям, написании докладов;
- самостоятельное изучение отдельных вопросов, не рассматриваемых на практических занятиях, по перечню, предусмотренному рабочей программой дисциплины.
- подготовка к контрольным работам по темам, предусмотренным программой данного курса;

Объем заданий рассчитан максимально на 2-4 часа в неделю.

Алгоритм самостоятельной работы студентов:

- 1 этап – поиск в литературе и изучение теоретического материала на предложенные преподавателем темы и вопросы;
- 2 этап – осмысление полученной информации из основной и дополнительной литературы, освоение терминов и понятий, механизма решения задач;
- 3 этап – составление плана ответа на каждый вопрос или алгоритма решения задачи.

Разработчик/группа разработчиков: Пархоменко Денис Николаевич

**Рассмотрена на заседании кафедры  
(протокол от 31.08.2018 г. № 1)**