

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Набережночелнинский государственный педагогический университет"
(ФГБОУ ВО "НГПУ")

Социальный маркетинг в образовании
аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Педагогики и психологии им. З.Т. Шарафутдинова**

Направление подготовки **44.04.01 Педагогическое образование, Направленность (профиль)
Государственно-общественное управление образованием**

Форма обучения **очная**

Программу составил(и): **канд.пед.наук, доцент, Коновалова Е.В.**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	4
Практически	14	14	14	14
Итого ауд.	18	18	18	18
Контактная	18	18	18	18
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Цель освоения дисциплины: сформировать знания обучающихся о применении концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в образовании, принципов социальной ответственности и компетентности, методов социального партнерства в образовании
1.2	Задачи освоения дисциплины:
1.3	сформировать навыки организовывать взаимодействие всех участников образовательного процесса в соответствии с целями развития образовательной организации;
1.4	развивать умения отбирать и использовать нормативные документы, соответствующие целям и условиям деятельности образовательной организации;
1.5	развивать умения осуществлять мониторинг деятельности коллегиальных органов управления образованием;
1.6	развивать умения осуществлять анализ проблемных ситуаций, вырабатывать стратегию действий

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:		Б1.В.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	История и теория становления государственно-общественного управления образованием в России	
2.1.2	Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО	
2.1.3	Проблемы качества современного образования	
2.1.4	Производственная педагогическая практика	
2.1.5	Технологии электронного образования	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Государственная политика в области школьного образования	
2.2.2	Демократические традиции управления в европейском образовании	
2.2.3	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	
2.2.4	Производственная практика научно-исследовательская работа	
2.2.5	Производственная преддипломная практика	
2.2.6	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО КАЖДОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ДОСТИЖЕНИЕ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ		
ПК-1: Способность организовывать взаимодействие всех участников образовательного процесса в коллегиальных органах управления, соответствующих целям развития образовательной организации		
ПК-1.3: Владеет: адекватными конкретной ситуации действиями, позволяющими осуществлять мониторинг и поддержку деятельности коллегиальных органов управления образованием		
ПК-1.2: Умеет: отбирать и использовать соответствующие целям и условиям деятельности образовательной организации нормативные документы, разрабатывать локальные акты при создании и функционировании коллегиальных форм управления образованием		
ПК-1.1: Знает: теорию и историю, нормативно-правовые акты создания и функционирования органов государственно-общественного управления, модели взаимодействия государства и общества в образовании, психолого-педагогические особенности коммуникаций в деятельности коллегиальных органов управления образованием		
УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий		
УК-1.4: Грамотно, логично, аргументированно формулирует собственные суждения и оценки. Предлагает стратегию действий		

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	специфику маркетинга образовательных услуг;
3.1.2	нормативно-правовые акты создания и функционирования органов государственно-общественного управления,
3.1.3	модели взаимодействия государства и общества в образовании,
3.1.4	психолого-педагогические особенности коммуникаций в деятельности коллегиальных органов управления образованием
3.2	Уметь:
3.2.1	анализировать деятельность системы образования в контексте социального маркетинга;

3.2.2	отбирать и использовать соответствующие целям и условиям деятельности образовательной организации нормативные документы,
3.2.3	разрабатывать локальные акты при создании и функционировании коллегиальных форм управления образованием;
3.2.4	аргументированно формулировать собственные суждения и оценки, предлагать стратегию действий
3.3	Владеть:
3.3.1	навыками маркетинговой деятельности различных типов образовательных учреждений;
3.3.2	адекватными конкретной ситуации действиями, позволяющими осуществлять мониторинг и поддержку деятельности коллегиальных органов управления образованием