

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Байханов Исмаил Баутмурзин
Должность: Декан
Дата подписания: 10.11.2023 11:09:33
Уникальный программный идентификатор:
442c337cd125e1d014f62698c9d14b763

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В ОБРАЗОВАНИИ



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.02. Маркетинг в образовании

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки

44.04.01. Педагогическое образование

Профиль подготовки

«Управление образовательной организацией»

Квалификация

Магистр

Форма обучения

Очная, заочная, очно-заочная

Год набора

2023

Грозный, 2023

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02. «Маркетинг в образовании» относится к вариативным дисциплинам по выбору модуля «Профильный модуль» образовательной программы 44.04.01. Педагогическое образование, магистерская программа «Управление образовательной организацией», 2023 год набора. Данная дисциплина изучается в 3 семестре.

1.2. Цель освоения дисциплины

Целью дисциплины является формирование у будущих магистров научные основы маркетинга, управления системными маркетинговыми инструментами.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Показатели достижения компетенции
ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать стратегию развития образовательной организации в соответствии с государственной политикой и запросами общества	ПК-2.1. Организует стратегическое планирование и реализует развитие образовательной организации ПК-2.2. Управляет участниками образовательных отношений в целях стратегического развития организации в соответствии с государственной политикой и запросами общества	Знает: - методы и способы организации стратегического планирования и реализации развития образовательной организации Умеет: -управлять участниками образовательных отношений в целях стратегического развития организации в соответствии с государственной политикой и запросами общества

1.4. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 З.Е. (108 академических часов).

	Кол-во академических часов		
	очно	заочно	Очно-заочно
4.1. Объем контактной работы обучающихся	40	10	24
4.1.1. аудиторная работа			
В том числе:			
Лекции	10	2	12
Практические занятия, семинары, в том числе практическая подготовка	30	8	12
4.1.2. внеаудиторная работа			
В том числе:			
индивидуальная работа обучающихся с преподавателем			
курсовое проектирование/работа			

групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем			
4.2. Объем самостоятельной работы обучающихся	68	94	84
в том числе часов, выделенных на подготовку к зачету		4	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Тематическое планирование дисциплины

№	Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость в акад. часах			Трудоёмкость по видам учебных занятий (в акад. часах)								
					Лекции			Практич. занятия			Сам. работа		
		О	З	О/З	О	З	О/З	О	З	О/З	О	З	О/З
1.	Раздел 1. Маркетинг как философия образовательной организации	26	26	27	2	2	3	8	2	3	16	22	21
2.	Раздел 2. Социальные основы маркетинга образовательных услуг	26	26	27	2		3	8	2	3	16	22	21
3.	Раздел 3. Среда маркетинга образовательных услуг	30	27	27	4		3	8	2	3	18	25	21
4.	Раздел 4. Маркетинговые коммуникации в образовании	30	27	27	2		3	6	2	3	18	25	21
	<i>Курсовое проектирование/работа</i>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	<i>Подготовка к экзамену (зачету)</i>		4		X	X		X	X	X	X	X	X
	Итого	108	108	108	10	2	12	30	8	12	68	94	84

2.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание дисциплины
1)	Раздел 1. Маркетинг как философия образовательной организации	Маркетинг образовательных услуг, принципы маркетинга в образовании. Маркетинг-микс. Субъекты и объекты маркетинга образовательных услуг. Особенности образовательной услуги. Маркетинговые функции государства. Модель эффективной организации маркетинга. Организация службы маркетинга в образовательном учреждении.
2)	Раздел 2. Социальные основы маркетинга образовательных услуг	Процесс конкретизации потребностей. Образовательные потребности и иерархия потребностей Маслоу.

3)	Раздел 3. Среда маркетинга образовательных услуг	Понятие среды образования. Социальная ответственность образовательной организации.
4)	Раздел 4. Маркетинговые коммуникации в образовании	Маркетинговая информация, маркетинговое наблюдение и маркетинговые исследования в образовании. Структура анализа маркетинговой ситуации.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

№	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы обучающихся
1.	Раздел 1. Маркетинг как философия образовательной организации	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
2.	Раздел 2. Социальные основы маркетинга образовательных услуг	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
3.	Раздел 3. Среда маркетинга образовательных услуг	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
4.	Раздел 4. Маркетинговые коммуникации в образовании	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы дисциплины (модуля)

3.2.1. Основная и дополнительная литература

Виды литературы	Автор, название литературы, город, издательство, год	Количество часов, обеспеченных указанной	Количество	Количество экземпляров в библиотеке	Режим доступа ЭБС/ электронный носитель (CD,DVD)	Обеспеченность обучающихся
1	2	3	4	5	6	7
Основная литература						

1	Федоров, В. А. Инновационные технологии в управлении качеством образования : учебное пособие / В. А. Федоров, Е. Д. Колегова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Екатеринбург : РГППУ, 2006. — 226 с. — ISBN 5-8050-0105-5. — Текст : электронный //	40/68	10		Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/5417	100%
2	Сергеев, А. Г. Управление качеством образования. Документирование систем менеджмента качества : учебное пособие для вузов / А. Г. Сергеев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 158 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12322-7. — Текст : электронный //	40/68	10		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518626	100%
3	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный //	40/68	10		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512019	
Дополнительная литература						
1	Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для вузов / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16552-4. — Текст : электронный //	40/68	10		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531279	
2	Цибулькина, В. Е. Управление качеством образования: учебно-методическое пособие / В. Е. Цибулькина. — Москва : МПГУ, 2016. — 64 с. — ISBN 978-5-4263-0401-7. — Текст : электронный //	40/68	10		Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/112543	100%

3.2.2. Интернет-ресурсы

1. Цифровой образовательный ресурс «IPR SMART». <https://www.iprbookshop.ru>
2. Образовательная платформа «Юрайт». <https://urait.ru/>
3. Электронно-библиотечная система «Лань». <https://e.lanbook.com/>
4. МЭБ (межвузовская электронная библиотека) НГПУ. <https://icdlib.nspu.ru/>
5. Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU. <https://www.elibrary.ru/>
6. СПС «КонсультантПлюс». <http://www.consultant.ru/>

ОТКРЫТЫЙ РЕСУРС

7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. <http://window.edu.ru/catalog/>
8. Научная электронная библиотека «Киберленинка». <https://cyberleninka.ru/>

3.3. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине необходима следующая материально-техническая база:

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием кол-ва посадочных мест)	Адрес (местоположение)
Аудитория для проведения лекционных занятий		
Лекционная аудитория – ауд. 5-10	Преподавательский стол- 1 шт., преподавательский стул- 2 шт, ученические компьютерные столы- 5 шт., стулья- 5 шт., интерактивная доска- 1 шт., проектор – 1, компьютер с выходом в Интернет-5.	Уч. корпус № 3 г. Грозный, ул. С.Кишиевой, 33.
Аудитории для проведения практических занятий, контроля успеваемости		
Компьютерный класс – ауд.3-03	Преподавательский стол- 2 шт., преподавательский стул-4 шт, компьютерные ученические столы- 19 шт.,19 ПК, Тип компьютера: ACPI компьютер на базе x86 ЦП: DualCore AMD Athlon II X2 245e, 2900 MHz (14.5 x 200) Материнская плата: Biostar N68S3B (1 PCI, 1 PCI-E x16, 2 DDR3 DIMM, Audio, Video, LAN) Монитор: LG L1918S [19" LCD] (1709130911) Видеоадаптер: NVIDIA GeForce 7025 / NVIDIA nForce 630a (Microsoft Corporation - WDDM) (32 МБ). Системная память: 2016 МБ (DDR3-1333 DDR3 SDRAM) Оперативная память: 2 ГБ Звуковой адаптер: VIA VT1708B 8-ch @ nVIDIA nForce 7025-630a (MCP68SE) - High Definition Audio Controller, интерактивная ученическая доска – 1 ед.	Уч. корпус № 3 г. Грозный, ул. С.Кишиевой, 33.
Аудитория для практических занятий – ауд. 5-10	Преподавательский стол- 1 шт., преподавательский стул- 2 шт, ученические компьютерные столы- 5 шт., стулья- 5 шт., интерактивная доска- 1 шт., проектор – 1, компьютер с выходом в Интернет-5.	Уч. корпус № 3 г. Грозный, ул. С.Кишиевой, 33.
Помещения для самостоятельной работы		
Читальный зал библиотеки ЧПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Мебель (столы ученические, стулья ученические) на 50 посадочных мест.	Электронный читальный зал. этаж 2 Библиотечно-компьютерный

		центр г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33
--	--	---

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ

4.1. ХАРАКТЕРИСТИКА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины / модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических и лабораторных занятий, контрольных работ, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований и т.д.

№ п/п	Наименование темы (раздела) с контролируемым содержанием	Код и наименование проверяемых компетенций	Оценочные средства	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Раздел 1. Маркетинг как философия образовательной организации	ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать стратегию развития образовательной организации в соответствии с государственной политикой и запросами общества	Устный опрос/тесты/выполнение практических заданий	Контрольная работа
2.	Раздел 2. Социальные основы маркетинга образовательных услуг	ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать стратегию развития образовательной организации в соответствии с государственной политикой и запросами общества	Устный опрос/тесты/выполнение практических заданий	Контрольная работа
3.	Раздел 3. Среда маркетинга образовательных услуг	ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать стратегию развития образовательной организации в соответствии с государственной политикой и запросами общества	Устный опрос/тесты/выполнение практических заданий	Контрольная работа
4.	Раздел 4. Маркетинговые коммуникации в образовании	ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать стратегию развития образовательной организации в соответствии с государственной политикой и запросами общества	Устный опрос/тесты/выполнение практических заданий	Контрольная работа
	<i>Курсовая работа (проект)</i>	X	X	X
	<i>Учебная практика</i>	X	X	X
	<i>Производственная практика</i>	X	X	X

4.2. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

4.2.1. Наименование оценочного средства: практико-ориентированное задание)

Задание 1. «Характеристика рынка образовательных услуг в Российской Федерации и регионального рынка образовательных услуг в современных условиях».

Цель: формирование системы знаний, умений, навыков в процессе изучения данной темы, рассмотрение рынка образовательных услуг в Российской Федерации и регионального рынка образовательных услуг в современных условиях.

Задание 2. «Необходимость изучения маркетинга в сфере образования».

Цель: формирование системы знаний, умений, навыков в процессе изучения данной темы, зарубежный опыт маркетинга в сфере образования.

Задание 3. «Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг».

Цель: формирование системы знаний, умений, навыков в процессе изучения данной темы, маркетинговые исследования рынка образовательных услуг.

Задание 4. «Планирование маркетинга образовательных услуг».

Цель: формирование системы знаний, умений, навыков в процессе изучения данной темы, процессы планирования маркетинга образовательных услуг.

Критерии оценивания результатов выполнения практико-ориентированного задания

Таблица 10

Уровень освоения	Критерии	Баллы
Максимальный уровень	Задание выполнено правильно: выводы аргументированы, основаны на знании материала, владении категориальным аппаратом	5
Средний уровень	Задание выполнено в целом правильно: но допущены ошибки в аргументации, обнаружено поверхностное владение терминологическим аппаратом	3
Минимальный уровень	Задание выполнено с ошибками в формулировке тезисов и аргументации, обнаружено слабое владение терминологическим аппаратом	2
Минимальный уровень не достигнут	Задание не выполнено или выполнено с серьезными ошибками	0

4.2.3 Темы докладов и рефератов (в форме презентации):

1. Маркетинг образовательных услуг.
2. Принципы маркетинга в образовании.
3. Маркетинг-микс – набор маркетинговых инструментов.
4. Цели и основные условия осуществления маркетинга образовательных услуг.
5. Треугольная модель маркетинга услуг.
6. Субъекты и объекты маркетинга образовательных услуг.
7. Особенности образовательной услуги.
8. Маркетинговые функции государства.
9. Модель эффективной организации маркетинга.
10. Организация службы маркетинга в образовательном учреждении.
11. Модель эффективной организации маркетинга (модель «4С»).
12. Организационная структура управления и реализации маркетинговой деятельности в образовательной организации.
13. Процесс конкретизации потребностей.
14. Образовательные потребности и иерархия потребностей Маслоу.
15. Понятие среды образования.
16. Маркетинговая среда образовательной организации.

17. Социальная ответственность образовательной организации.
18. Маркетинговая информация в образовании.
19. Маркетинговое наблюдение в образовании.
20. Маркетинговые исследования в образовании.
21. Структура анализа маркетинговой ситуации.
22. Сегментирование рынка.
23. Изучение рынка образовательных потребностей населения.
24. Рынок образовательных потребностей: структура и анализ.
25. Изучение территориального рынка труда.
26. Имидж в образовании.
27. Структура имиджа образовательной организации.
28. Функции имиджа личности.
29. Механизмы формирования имиджа личности руководителя.
30. Критерии имиджа личности руководителя.

Критерии и шкалы оценивания доклада/сообщения (в форме презентации):

Таблица 11

Уровень освоения	Критерии	Баллы
Максимальный уровень	<ul style="list-style-type: none"> – продемонстрировано умение выступать перед аудиторией; – содержание выступления даёт полную информацию о теме; – продемонстрировано умение выделять ключевые идеи; – умение самостоятельно делать выводы, использовать актуальную научную литературу; – высокая степень информативности, компактность слайдов 	3
Средний уровень	<ul style="list-style-type: none"> – продемонстрирована общая ориентация в материале; – достаточно полная информация о теме; – продемонстрировано умение выделять ключевые идеи, но нет самостоятельных выводов; – невысокая степень информативности слайдов; – ошибки в структуре доклада; – недостаточное использование научной литературы 	2
Минимальный уровень	<ul style="list-style-type: none"> – продемонстрирована слабая (с фактическими ошибками) ориентация в материале; – ошибки в структуре доклада; – научная литература не привлечена 	1
Минимальный уровень не достигнут	<ul style="list-style-type: none"> – выступление не содержит достаточной информации по теме; – продемонстрировано неумение выделять ключевые идеи; – неумение самостоятельно делать выводы, использовать актуальную научную литературу. 	0

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Представлено в приложении №1.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Представлено в приложении №1

Автор (ы) рабочей программы дисциплины (модуля):

К.э.н., доцент



Л.Х.Джабраилова

СОГЛАСОВАНО:

Директор библиотеки



Т.А.Арсагириева

Оценочные средства
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
«Маркетинг в образовании»
Направление подготовки 44.04.01. Педагогическое образование,
Магистерская программа «Управление образовательной организацией»
Форма обучения: очная, заочная и очно-заочная
Год приема: 2023

1. Характеристика оценочной процедуры:

Семестр – - 3.

Форма аттестации – зачет.

2. Оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

2.1 Вопросы для промежуточной аттестации по дисциплине:

Примерный перечень контрольных теоретических вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию (3 семестр)

1. Маркетинг образовательных услуг.
2. Принципы маркетинга в образовании.
3. Маркетинг-микс – набор маркетинговых инструментов.
4. Цели и основные условия осуществления маркетинга образовательных услуг.
5. Треугольная модель маркетинга услуг.
6. Субъекты и объекты маркетинга образовательных услуг.
7. Особенности образовательной услуги.
8. Маркетинговые функции государства.
9. Модель эффективной организации маркетинга.
10. Организация службы маркетинга в образовательном учреждении.
11. Модель эффективной организации маркетинга (модель «4С»).
12. Организационная структура управления и реализации маркетинговой деятельности в образовательной организации.
13. Процесс конкретизации потребностей.
14. Образовательные потребности и иерархия потребностей Маслоу.
15. Понятие среды образования.
16. Маркетинговая среда образовательной организации.
17. Социальная ответственность образовательной организации.
18. Маркетинговая информация в образовании.
19. Маркетинговое наблюдение в образовании.
20. Маркетинговые исследования в образовании.
21. Структура анализа маркетинговой ситуации.
22. Сегментирование рынка.
23. Изучение рынка образовательных потребностей населения.
24. Рынок образовательных потребностей: структура и анализ.
25. Изучение территориального рынка труда.
26. Имидж в образовании.
27. Структура имиджа образовательной организации.
28. Функции имиджа личности.
29. Механизмы формирования имиджа личности руководителя.

30. Критерии имиджа личности руководителя.

2.2. Структура экзаменационного билета (примерная): на зачет не предусмотрены

3. Критерии и шкала оценивания устного ответа обучающегося на экзамене (зачете)

Максимальное количество баллов на экзамене (зачете) – 30, из них:

1. Ответ на первый вопрос, содержащийся в билете – 15 баллов.

2. Ответ на второй вопрос, содержащийся в билете – 15 баллов.

№ n/n	Характеристика ответа	Баллы
1.	Ответ на поставленный вопрос правильный, полный (исчерпывающий) с пояснениями и примерами.	13-15
2.	Ответ на поставленный вопрос правильный и полный, в формулировках имеют место неточности, не приведены пояснения и (или) примеры.	10-12
3.	Ответ на поставленный вопрос не полный, в формулировках имеют место ошибки.	7-9
4.	Ответ на поставленный вопрос не полный, в формулировках имеют место существенные ошибки и неоднозначность.	6 и менее

Расчет итоговой рейтинговой оценки

До 50 баллов включительно	«неудовлетворительно»
От 51 до 70 баллов	«удовлетворительно»
От 71 до 85 баллов	«хорошо»
От 86 до 100 баллов	«отлично»

4. Уровни сформированности компетенций по итогам освоения дисциплины (модуля)

Критерии и шкала оценивания сформированности компетенций				
Код и наименование компетенции Код и наименование индикатора достижения компетенции	«Отлично»	«Хорошо»	«Удовлетворительно»	Неудовлетворительно
ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать стратегию развития образовательной организации в соответствии с государственной политикой и запросами общества	Знает: - в полном объеме современные источники информации и по дисциплине Умеет: - свободно может со	Знает: - современные источники информации и по дисциплине Умеет: - сопоставлять	Знает: - в основном современные источники информации по дисциплине Умеет: - в основном сопоставлять источники информации по	Не знает: - современные источники информации и по дисциплине Не умеет: сопоставлять источники информации и по

	поставлять источники информации и по дисциплине с целью выявления достоверных суждений, - свободно формирует собственное суждение и оценку информации Владеет: -свободно владеет навыками поиска информации	источники информации и по дисциплине с целью выявления достоверных суждений, формирует собственное суждение и оценку информации Владеет: навыками поиска информации	дисциплине с целью выявления достоверных суждений, в целом формирует собственное суждение и оценку информацию Владеет: в основном навыками поиска информации	дисциплине с целью выявления достоверных суждений, формирует собственное суждение и оценку информацию Не владеет: навыками поиска информации
--	---	---	--	--

5.Рейтинг-план изучения дисциплины:

РЕЙТИНГ-ПЛАН по дисциплине/ модулю на семестр Маркетинг в образовании

(название элемента учебного плана)

Направление, профиль подготовки 44.04.01. Педагогическое образование

«Управление образовательной организацией»

Курс __, семестр __, 2023 / 2024 гг.

Количество ЗЕ по плану ____.

Форма промежуточной аттестации - экзамен

Количество часов по учебному плану ____, в т.ч. контактная (аудиторная) работа ____, самостоятельная работа ____,

Преподаватель: ФИО, должность

Кафедра: экономики и управления в образовании

№	Наименование вида деятельности	Сроки	Трудоемкость видов деятельности балл	Всего баллов
1-й текущий контроль: В=6, К1=1; К2=10.				К=10
2-й текущий контроль: В=6, К1=1; К2=10.				К=10

	6-е занятие: 1-й рубежный контроль (10б): V=2, K1=2,5, K2= 4. 1.Тестовый контроль; 2.Выполнение контрольной работы по лекциям		2 2	4x2,5=10б
	3-й текущий контроль: V=10; K1=0,6; K2= 17.			K=17
	4-й текущий контроль: V=10; K1=0,6; K2= 17.			K = 17
	16-е занятие: 2-й рубежный контроль (10б): V=2, K1=2,5, K2= 4. 1.Тестовый контроль; 2.Выполнение контрольной работы по лекциям		2 2	4x2,5=10б

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ**

Маркетинг в образовании

_(наименование дисциплины / модуля)

Направление подготовки _ 44.04.01 Педагогическое образование

Профиль _ Управление образовательной организацией

(год набора 2023, форма обучения очная, заочная, очная-заочная)

на 2023 / 2024 учебный год

В рабочую программу дисциплины вносятся следующие изменения:

№ n/n	Раздел рабочей программы (пункт)	Краткая характеристика вносимых изменений	Основание для внесения изменений