

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 28.05.2024 17:49:56

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939675076ef1a389aae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Учебно-научный институт сравнительной образовательной политики

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПРОДВИЖЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

МЕНЕДЖМЕНТ МЕЖДУНАРОДНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Продвижение образовательных продуктов» входит в программу магистратуры «Менеджмент международного образования» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 4, 5 семестрах 2, 3 курсов. Дисциплину реализует Кафедра сравнительной образовательной политики. Дисциплина состоит из 5 разделов и 18 тем и направлена на изучение. Целью освоения дисциплины «Продвижение образовательных продуктов» является формирование теоретических знаний, а также практических навыков и компетенций для принятия стратегических и операционных решений в сфере продвижения образовательных продуктов.

Целью освоения дисциплины является

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Продвижение образовательных продуктов» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций;	ОПК-4.2 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций;
ПК-1	Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	ПК-1.1 Владеет методами управления и ведения хозяйственной деятельности в образовательных организациях;
ПК-3	Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	ПК-3.2 Владеет методикой применения финансовых инструментов для решения стратегических задач развития образовательных организаций;
ПК-4	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований, готовить аналитические материалы по результатам их применения	ПК-4.2 Готовит аналитические материалы по результатам прикладных исследований в сфере образования;
ПК-5	Владение методами стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, критически оценивать научные исследования в	ПК-5.1 Владеет методами стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальном образовательном пространстве;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	менеджменте и смежных областях	

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Продвижение образовательных продуктов» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Продвижение образовательных продуктов».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций;	<p>Менеджмент персонала и менеджмент качества; Теория управления; Экономика и финансовый менеджмент; Основы маркетинга; Образование как социальный институт; Государственная политика в образовании; Мировые тенденции развития образования;</p>	
ПК-1	Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	<p>Экономика и финансовый менеджмент; Государственная политика в образовании; <i>Особенности управления образовательными организациями**;</i> <i>Сетевое образовательное сотрудничество**;</i> Менеджмент персонала и менеджмент качества; Теория управления; Основы маркетинга;</p>	
ПК-3	Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	<p>Экономика и финансовый менеджмент; Международный рынок образования; Основы маркетинга; Мировые тенденции развития образования;</p>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-4	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Анализ данных; Методология исследования проблем управления; Образование как социальный институт; Мировые системы высшего образования; Мировые тенденции развития образования; <i>Сравнительный анализ международных образовательных систем**</i> ; <i>Маркетинговый анализ международного образовательного рынка**</i> ; Основы маркетинга; Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы); Нир (научно-исследовательская работа);	
ПК-5	Владение методами стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях	Нир (научно-исследовательская работа); Ознакомительная практика; Экономика и финансовый менеджмент; Теория управления; Анализ данных; Основы маркетинга; Международный рынок образования; Государственная политика в образовании; Мировые системы высшего образования; Мировые тенденции развития образования; Образовательные продукты и их разработка; <i>Сравнительный анализ международных образовательных систем**</i> ; <i>Маркетинговый анализ международного образовательного рынка**</i> ; Методология исследования проблем управления;	

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Продвижение образовательных продуктов» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)	
			4	5
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	20		10	10
Лекции (ЛК)	8		4	4
Лабораторные работы (ЛР)	0		0	0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	12		6	6
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	79		62	17
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9		0	9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	72	36
	зач.ед.	3	2	1

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Понятия, цели и задачи стратегий продвижения образовательных продуктов	1.1	Продвижение образовательных продуктов как комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций	ЛК, СЗ
		1.2	Основные элементы комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения образовательных продуктов	ЛК, СЗ
		1.3	Принципы разработки стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения образовательных продуктов	ЛК, СЗ
		1.4	Виды стратегий продвижения образовательных продуктов	ЛК, СЗ
Раздел 2	Маркетинговые исследования для подготовки разработки стратегий продвижения образовательных продуктов	2.1	Исследование целевой аудитории и поведения потребителей образовательного продукта	ЛК, СЗ
		2.2	Комплекс маркетинга как основа для стратегии продвижения образовательного продукта	ЛК, СЗ
		2.3	Анализ конкурентного окружения образовательного продукта	ЛК, СЗ
		2.4	Разработка модели позиционирования в рамках стратегии продвижения образовательного продукта	ЛК, СЗ
		2.5	Принципы выбора каналов продвижения образовательного продукта	ЛК, СЗ
Раздел 3	Современные инструменты и методы продвижения образовательного продукта	3.1	Реклама как ведущий элемент стратегий продвижения образовательного продукта	ЛК, СЗ
		3.2	Связи с общественностью в системе продвижения образовательного продукта	ЛК, СЗ
		3.3	Прямой маркетинг как способ продвижения образовательного продукта	ЛК, СЗ
		3.4	Применение партизанского маркетинга для продвижения образовательного продукта	ЛК, СЗ
Раздел 4	Интернет как основной элемент современных стратегий продвижения образовательного продукта	4.1	Контент-маркетинг для продвижения образовательного продукта	ЛК, СЗ
		4.2	Сайт образовательного учреждения в системе продвижения образовательного продукта	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
		4.3	Применения маркетинга влияния для продвижения образовательного продукта в цифровой среде	ЛК, СЗ
Раздел 5	Продвижение образовательных программ на зарубежные рынки	5.1	Исследование целевой аудитории образовательного продукта зарубежных стран	ЛК, СЗ
		5.2	Адаптация стратегий продвижения образовательных программ под потребности зарубежных потребителей	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. 1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534- 04357-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:

<https://urait.ru/bcode/511008> (дата обращения: 29.05.2023).....

2. 2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин, М. Т. Гуриева [и др.] ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 3-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 433 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314> (дата обращения: 20.05.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04185-3. – Текст : электронный

Дополнительная литература:

1. 1. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг образовательных услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. — Москва : Издательство Юрайт, 2016.

— 330 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6407-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/388832> (дата обращения: 29.05.2023).

2. 2. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372> (дата обращения: 29.05.2023).

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Продвижение образовательных продуктов».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Продвижение образовательных продуктов» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИК:

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Кухно Светлана Ивановна <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	--

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Филиппов Владимир Михайлович [М] Президент /Аппар <i>Фамилия И.О.</i>
---	----------------------	--

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

<hr/> Профессор <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Филиппов Владимир Михайлович <i>Фамилия И.О.</i>
--	----------------------	--